La responsabilidad social empresarial:

Una mirada genealógica

FUNDACIÓN IDEAS PARA LA PAZ

La responsabilidad social empresarial:

Una mirada genealógica

Dirección de Área de Empresas y Paz
María Lucía Méndez

Autores
Daniel Medina
Valentino Benedetti
Lukasz Zablonski

Edición y corrección de estilo
Martín Franco Velez

Diseño y diagramación
Isabela Izquierdo

En asocio con:

Sweden
Sverige

ISBN

Bogotá, Marzo 2021

Fundación Ideas para la Paz (FIP)
Calle 100 No. 8A - 37 Torre A. Of. 701. Bogotá
Tel. (57-1) 747 0273
www.ideaspaz.org / e-mail: fip@ideaspaz.org

Contenido

4 **INTRODUCCIÓN**

6 **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SIGLO XX**

- 1960: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EMPIEZA A TOMAR FORMA
- 1970: UNA DÉCADA DETERMINANTE
- 1980: UN DESARROLLO CONTRAINTUITIVO
- 1990: LA DISCIPLINA DA UN GIRO A LA LUZ DEL NEOLIBERALISMO
- 2000: LA RSE ESTÁ DE MODA
- ALGUNAS REFLEXIONES

21 **BIBLIOGRAFÍA**

25 **ANEXOS**

Introducción

La responsabilidad de las empresas en los asuntos sociales es un tema cada vez más prioritario. Y lo es porque los recursos, el conocimiento y la información que poseen, así como su capacidad de ejecución de proyectos a gran escala, las convierten en organizaciones relevantes y efectivas para tratar los grandes problemas del mundo (Rettberg & Rivas, 2012; Global Reporting Initiative, 2015).

Las motivaciones que llevan a las empresas a participar en agendas orientadas a enfrentar asuntos sociales en sus entornos, así como de manera global, han variado a lo largo del tiempo. Sin embargo, cada vez se identifica de manera más clara que los fundamentos éticos y valores como el sentido de pertenencia son factores comunes. Las empresas han entendido la responsabilidad social desde el retorno positivo en términos de la rentabilidad, reputación y licencia social. Según el informe del Global Reporting Initiative (GRI) *Sustainability and Reporting Trends in 2025. Preparing for the future*, para 2015 el 62% de las empresas en el mundo reportaban sus actividades de responsabilidad social, y 250 de las más grandes y prominentes tenían un compromiso explícito con este tipo de acciones e iniciativas (Global Reporting Initiative, 2015).

Este documento analiza el desarrollo de la noción de responsabilidad social empresarial[1] desde la década de los cincuenta del siglo pasado hasta la actualidad, y recoge las principales tendencias y debates que han surgido en torno a ella, resaltando la responsabilidad adquirida por las empresas a la luz de los problemas de cada época. Para realizarlo, se hace una revisión de literatura académica e institucional de la disciplina. Entre otros autores, este documento tiene como base las líneas históricas de Archie B. Carroll (1999 y 2008) y Alexander Dahlsrud (2006), que fueron categorizadas para brindar una comprensión sistemática sobre los conceptos que se desarrollaron en cada una de las décadas, y así destacar las definiciones más significativas[2]. Al finalizar, propone una serie de reflexiones y conclusiones a la luz del rastreo histórico.

1 A lo largo del texto se da preferencia a *responsabilidad social empresarial*, o la abreviación RSE, como un término neutro para hacer referencia al concepto de estudio. Sin embargo, es importante señalar que existe una variedad de denominaciones para referirse a acciones y estrategias empresariales de responsabilidad social, dentro de ellos *responsabilidad social corporativa* es otro destacado que también se usa en el texto.

2 Anexos 1 y 2.

La responsabilidad social empresarial en el siglo xx

Es posible apreciar distintas huellas sobre la noción de RSE después de la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial (Carroll, 2018; Smith, 2011) [3]. Sin embargo, el concepto no tuvo mayor comprensión hasta mediados del siglo XX, cuando Howard Bowen (1953) formuló la pregunta que lo convertiría en el padre de la responsabilidad social empresarial (Carroll, 2018): "¿Qué tipo de responsabilidad frente a la sociedad debe esperarse de los empresarios?". A pesar de que el mismo Bowen (1953) respondió que los actores empresariales debían "aceptar la responsabilidad que los valores de la sociedad le demandaban", definiendo la responsabilidad social como "las obligaciones de los empresarios de seguir esas políticas, tomar esas decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad" (Bowen 1953, p. 6), la pregunta tomó vuelo y sigue teniendo hoy múltiples respuestas e interpretaciones.

1960: La responsabilidad social empresarial empieza a tomar forma

En los años sesenta se empezaron a desarrollar los primeros intentos por definir y formalizar el concepto de responsabilidad social empresarial. Durante esta década, se habló particularmente de responsabilidad social (RS) como un marco teórico y disciplinar que daba por hecho, de manera implícita, que la categoría hacía referencia al mundo de las empresas. También se empezó a debatir el sujeto sobre el cual opera la RS. En su gran mayoría, las definiciones hablaban exclusivamente de empresarios (businessmen) que, como sujeto individual, guían la operación de una organización a partir de la toma de decisiones (Carroll, 1999). La responsabilidad social estaba determinada por la conciencia social de los directivos y gerentes de la organización. La categoría businessmen, sobre la cual giraban las principales conclusiones, debe ser entendida hoy en día como una categoría de género; para comienzos de los años sesenta solo se concebía al "hombre empresarial", por lo que los aportes más importantes el concepto giraban en la responsabilidad social de los empresarios (Jhawar, Shasta, 2017).

En medio de un contexto de contracultura en los Estados Unidos ejemplificado por la revolución sexual, las primeras manifestaciones en contra de la guerra de Vietnam y la lucha por los derechos civiles (McKay, 2006), aumentó la demanda hacia

3 Archie B. Carroll (2018) trae a cabalidad los siguientes textos: 1. Barnard, Chester (1938). *The Functions of Executive*. Harvard University Press; 2. Clark, John M. (1939) *Social Control of Business*. Chicago University; 3. Kreps, Theodore (1940) *Measurement of the Social Performance of Business*. U.S. Government Printing Office

las empresas por proveer información transparente y veraz frente a su rol social. Fue así como se vieron en la necesidad de empezar a ejecutar con más ímpetu programas en la materia de responsabilidad social y recoger dicha información en lo que serían los primeros balances sociales (CIREC 2005).

Las prácticas corporativas de responsabilidad adquirieron un mayor valor al buscar mejorar las condiciones laborales, las relaciones industriales, las políticas de personal, las relaciones con los clientes y con los grupos de interés

Las prácticas corporativas de responsabilidad adquirieron un mayor valor al buscar mejorar las condiciones laborales, las relaciones industriales, las políticas de personal, las relaciones con los clientes y con los grupos de interés. En síntesis, se pensaba que la responsabilidad social empresarial estaba dirigida a mejorar las condiciones laborales y las zonas de operación. (Carroll, 1999)

Sin embargo, las aproximaciones de Keith Davis (1960, 1967), catalogado como el sucesor de Bowen (1953), consolidaron la visión moderna de la disciplina. Por un lado, Davis (1960), en su trabajo *Can business afford to ignore social responsibilities?*, trajo a la luz la existencia de una relación entre las capacidades sociales de los empresarios y el poder. Según él, "las responsabilidades sociales de los empresarios deben ser proporcional a su poder social" (Caroll, 1999), por cuanto implementar programas les brinda mayor margen de negociación y mayores licencias sociales, y eso se vuelve un incentivo para las empresas. Esto evidencia cómo desde esta década se empezó a concebir una relación entre bienestar social y rentabilidad, una apuesta para desarrollar más adelante (Abreu & Baddi, 2006).

Para esta década, otros importantes aportes al concepto de responsabilidad social los hizo, por un lado, Joseph W. McGuire, quien la entendía como la consideración de las necesidades e intereses del sistema social dentro de las decisiones de los empresarios, que iban más allá de los intereses económicos y técnicos de su empresa (Caroll, 1999). Por el otro, Frederick (1960) quien, para equilibrar el poder de los empresarios, propuso una teoría de la responsabilidad empresarial basada en cinco requisitos: 1) Tener un criterio de valor (para la producción y distribución económica); 2) Basarse en los conceptos de gestión y administración; 3) Reconocer las tradiciones históricas y culturales detrás del contexto social; 4) Reconocer que el comportamiento de un empresario es una función de su

papel dentro de la sociedad y su contexto social; y 5) Reconocer que el comportamiento empresarial responsable no se produce automáticamente sino que, por el contrario, es el resultado de esfuerzos deliberados y conscientes (Latapí, Jóhannsdóttir, Davídsdóttir, 2019).

Por último, Walton (1967) identificó cambios ideológicos de las políticas públicas durante una década donde las corporaciones se volvieron contribuyentes para mejorar las condiciones sociales y económicas. (Latapí, Jóhannsdóttir, Davídsdótti, 2019). Por otro lado, Davis (1967), en el articulo *Understanding the social responsibility puzzle: ¿What does the businessman owe to society?* redefinió su concepto, sosteniendo que la organización puede ser concebida como una unidad, más allá de una relación "persona-persona". El autor argumenta que el proceder de una empresa "excede el punto de vista particular sobre todo el sistema económico", lo que reconstruyó el sujeto de la disciplina al entender la empresa como un todo.

1970: Una década determinante

Si bien la idea de generar capital trascendía la noción de la responsabilidad social empresarial, Friedman (1970) promovió las discusiones al poner sobre la mesa el carácter esencial de las organizaciones empresariales: "hacer la mayor cantidad de dinero para sus accionistas, como sea posible" (Smith, 2011; Carroll, 1999). Cabe resaltar que este planteamiento floreció justo en un momento en el que el modelo Keynesiano de intervención estatal estaba siendo debatido (Stiglitz, 2008).

Sin embargo, siguió estando muy arraigado el debate acerca de la responsabilidad social empresarial en el pensamiento norteamericano. Diferentes organizaciones de ese país fueron formalizando el concepto, el Comité para el Desarrollo Económico (CED) y publicaciones como: Una nueva justificación para la política social corporativa y Las responsabilidades sociales de las corporaciones comerciales, dieron paso a que las empresas se involucraran en los problemas sociales. Eso ayudó a avanzar en el debate público sobre la RSE, ya que desde el CED se les pedía a las empresas tener más responsabilidades, abarcar una gama más amplia de valores humanos y contribuir a la calidad de vida y no solo al suministro bienes y servicios (Latapí, Jóhannsdóttir, Davídsdótti, 2019).

En los años setenta, el debate de la responsabilidad social empresarial tomó nuevas dimensiones: un cambio de racionalidad en el rol de las responsabilidades de las empresas fue abriendo, por un lado, el paso al enfoque de los *stakeholders*; y por otro, el debate entre la voluntariedad de las empresas y la responsabilidad social, así como el *alcance de sus acciones*. En el primer punto, Harold Johson (1971) se acercó a la perspectiva de los grupos de interés dentro de la RSE; según su análisis, la responsabili-

dad social de las empresas se encuentra en el balance de la multiplicidad de intereses, desde los accionistas, los empleados, proveedores, distribuidores, comunidades locales y la nación. En el segundo, el debate se dio en el American Enterprise Institute (AEI), entre las visiones de los profesores Henry G. Manne y Henry C. Wallich (1972), quienes discutían si una acción empresarial socialmente responsable estaba sujeta a la voluntariedad o pertenecía a la agencia de las empresas, teniendo en cuenta el marco legal (Caroll, 1999). Sin embargo, Davis argumentó en 1973 que la RSE comienza donde la ley termina, pues va mas allá de los requisitos mínimos legales (Carroll, 1999).

En este marco histórico-teórico de los años setenta, las definiciones sobre responsabilidad social empresarial se expandieron alrededor de múltiples temas[4]: desde la preocupación por el medio ambiente, hasta las capacitaciones a menores, las contribuciones a la educación y al arte, el trabajo forzoso, la renovación urbana y los derechos civiles (Carroll, 2008).

Dado el auge y proliferación de la disciplina, que para esta época ya tocaba costas europeas (CIREC, 2005; Abreu & Badii, 2006), aparecieron dos marcos interpretativos que marcaron el debate en los años venideros: el desempeño social corporativo y la responsabilidad social corporativa. Para la primera definición, Parkash Sethi (1975) en su obra *Dimensions of corporate social performance: An analytic framework* señala una diferencia entre las "obligaciones sociales, las responsabilidades y sensibilidades sociales de una empresa". Según el autor, la obligación social responde al comportamiento empresarial que viene determinado por las leyes o reglas sociales y la economía. Por su parte, la responsabilidad social va más allá de la obligación pues es congruente con los valores, los principios y las expectativas que la sociedad tiene con ellas. Por último, la sensibilidad social responde al comportamiento adaptativo que debe tener la empresa para atender las expectativas y necesidades cambiantes de la sociedad (Sethi, 1975).

La responsabilidad social corporativa (RSC), por su parte, fue planteada por primera vez por Archie B. Carroll (1979), quien fraccionó el concepto en cuatro partes. Para Carroll, la RSC abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales o filantrópicas (como las llamaría más adelante), que puede desarrollar una empresa a la luz de su conciencia social. Carroll argumenta que, antes que nada, las empresas son "una unidad económica básica"; por lo tanto, su responsabilidad más pura y esencial es la económica, dada su capacidad de "producir bienes y servicios" y "generar ganancias". Esta primera dimensión va de la mano con la afirmación de Friedman (1970), lo que llevó a que la definición de Carroll (1979) no generara

4 Ver Anexo 1.

resistencias y fuera bien recibida dentro del mundo empresarial (Smith R. , 2011).

Por otro lado, la responsabilidad legal establece que la sociedad espera que las empresas cumplan la ley. Según la RSC, es primordial que el actuar del sector empresarial se encuentre en todo momento bajo los requerimientos legales que la sociedad le exige (Carroll, 1979). Las responsabilidades éticas, por su parte, son aquellas que van más allá del cumplimiento de las reglas y que comprenden todas las acciones destinadas a cumplir con las expectativas que la sociedad espera de las empresas. Según el autor, estas expectativas cambian constantemente y por eso resultan imposibles de satisfacer en su totalidad (Carroll 1979, 1999). Por último, la responsabilidad discrecional representa los roles voluntarios que las empresas asumen frente a una serie de expectativas o necesidades que la sociedad no necesariamente espera que sean satisfechas (Carroll, 1979).

Según la RSC, es primordial que el actuar del sector empresarial se encuentre en todo momento bajo los requerimientos legales que la sociedad le exige

Dada su claridad y su carácter escalonado, la definición de Carroll (1979) adquirió una amplia aceptación en el mundo académico y empresarial. Esta noción, a la que el autor llamaría "las cuatro caras de la responsabilidad social corporativa", serviría como base para que múltiples autores desarrollaran sus propias definiciones en los años posteriores.

1980: Un desarrollo contraintuitivo

Para algunos académicos, los ochenta marcaron una discontinuidad en el avance de la disciplina: la crisis económica generada por los altos precios del petróleo, entre otras variables, llevaron a la regeneración del aparato productivo (Pérez Villareal, 1991). La recesión que se vivió durante esta década llevó a que el enriquecimiento rápido y la búsqueda de estabilidad fueran el objetivo principal y eso, para algunos autores, hizo que "la preocupación por temas de responsabilidad social pasara a un segundo plano [durante la década]" (CIREC, 2005). Sin embargo, esa afirmación es relativa y tajante; si bien en los años ochenta no se propusieron gran variedad de definiciones novedosas, sí se presentaron enfoques operacionales distintos con modelos y procesos para valorar la práctica empresarial, lo que evidencia que la disciplina no estuvo del todo estancada.

Eso se debió a que, por un lado, surgieron nuevas preocupaciones sociales que se expresaron

en los eventos del panorama internacional, sobre todo aquellos que tienen que ver con el concepto de desarrollo sostenible y el comportamiento de las empresas. Algunos fueron la Dirección General de Medio Ambiente de la Comisión Europea (1981); el establecimiento de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo, presidida por el Primer Ministro noruego Gro Harlem Brundtland (1983); el desastre nuclear de Chernobyl (1986), y la publicación del informe *Nuestro futuro común* presentado por la Comisión Brundtland. Y, por otro lado, el objetivo económico del presidente de los Estados Unidos, Ronald Reagan, de reducir las regulaciones al sector privado. Este contexto, originó un aumento en los estudios de la RSE en temas como la ética corporativa y la operacionalización de la RSE. (Latapí Agudelo; Jóhannsdóttir; Davídsdótti, 2019)

Por un lado, Dalton y Cosier (1982) enseñaron una matriz comparativa que permite clasificar y calificar las acciones empresariales entre legales e ilegales y responsables e irresponsables. Por su parte, Kenneth E. Aupperle, Archie B. Carroll y John D. Hartfield en su investigación *An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability* (1985), pusieron a prueba la definición dividida sobre RSC de Carroll (1979) y, por medio de entrevistas a múltiples líderes empresariales, reafirmaron de manera empírica que las responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales son prioritarias para las empresas.

Por otro lado, dos de los temas complementarios que tuvieron mayor preminencia durante los ochenta fueron la Teoría de Grupos de Interés y la Ética empresarial. En 1980, cuatro años antes de que Edward Freeman (1984) sugiriera la Teoría de los Grupos de Interés, Thomas Jones (1980) en el articulo *Corporate social responsibility revisited, redefined* planteó que "[l]a responsabilidad social corporativa es la noción de que las corporaciones tienen la obligación de constituir grupos sociales por fuera de los accionistas e implementar acciones más allá de las normas existentes" (Dahlsrud, 2008). De esta manera, Jones (1980) extendió el margen de impacto de la responsabilidad social empresarial llevándolo a nuevos actores y eso permitió que Freeman concibiera más adelante la Teoría de Grupos de Interés. Con base en las teorías de Jones, surgieron nuevos modelos que, si bien se enfocaban más en la operacionalización, aportaron nuevos marcos y métodos para evaluar la RSE: Tuzzolino and Armandi (1981), Strand (1983), Cochran and Wood (1984) y Wartick and Cochran (1985), por ejemplo.

En esta medida, la Teoría de Grupos de Interés establece que los directivos de la empresa deben formular un proceso para identificar los colectivos que tienen relación y expectativa con la compañía, con el fin de integrar los diversos intereses y así poder apostarle a una rentabilidad y una licencia social de largo plazo (Freeman & McVea, 2001). La Teoría de los Grupos de Interés parte de no buscar predecir

las acciones de dichos grupos, sino que, a través de una metodología, busca dar a conocer el ambiente operacional sobre el cual se desenvuelve la compañía (Freeman & McVea, 2001). Esta noción continúa vigente hasta hoy, lo que convirtió a Freeman (1984) en un autor relevante y citado en la disciplina.

Los desarrollos epistemológicos sobre la ética empresarial se consolidaron en la década de los ochenta a raíz de un sinnúmero de escándalos provocados por empresarios y empresas en todo el mundo[5] (Carroll, 2008) Por ello, el concepto de ética empresarial tomó un lugar permanente en los currículos de las escuelas de negocio (Abreu & Badii, 2006).

Por su significado etimológico, la ética hace referencia al hábito o a la manera de hacer las cosas. La ética es el conjunto de normas morales que rigen la conducta; normas que se establecen a la luz de un sistema de principios en un contexto determinado (Real Academia Española, 2019). Por lo tanto, la ética empresarial es el deber ser de la conducta de una organización empresarial. Según el informe de Stephen Byars y Kurt Stanberry *Busines Ethics a History* (2018), es posible apreciar cinco grandes tendencias a lo largo de la historia: 1) El modelo aristotélico; 2) El Modelo Confuciano; 3) El Utilitarismo; 4) La Deontología; y 5) La Teoría de la Justicia. Según los autores, a pesar de que cada uno de los marcos interpretativos tiene un enfoque empresarial, es el Utilitarismo —desarrollado por Jeremy Bentham y John Stuart Mill— una de las nociones que más se acomoda a la actividad empresarial de hoy. Este enfoque gira en torno a la idea de que es posible encontrar un balance entre responsabilidad y rentabilidad, por cuanto el ejercicio social empresarial elimina conflictividades y mejora la reputación, algo que, a su vez, impacta directamente en el retorno financiero. Los autores afirman que aquellas empresas que buscan este equilibrio logran alcanzar mayores metas que las que no (Byars & Stanberry, 2018). La noción del utilitarismo de Mills y Bentham serviría más adelante como principio para el concepto de *valor compartido*.

Los desarrollos epistemológicos sobre la ética empresarial se consolidaron en la década de los ochenta a raíz de un sinnúmero de escándalos provocados por empresarios y empresas en todo el mundo

5 Algunos de los escándalos más significativos de la época son: el desastre de Bhopal por parte de Unión Carbide; el escándalo de fraude de Iván Boesky; las empresas que hicieron negocios en Sudáfrica en aparente apoyo del Apartheid y la controversia acerca de la fórmula de leche materna en polvo desarrollada por Nestlé (Carroll, 2008).

1990: La disciplina da un giro a la luz del neoliberalismo

En los años noventa se dio la globalización: una transición del modelo de industrialización por sustitución de importaciones, hacia una internacionalización de la economía. En esta época se abogó por el abandono de la intervención del Estado buscando la liberalización del mercado, en el ya comúnmente aceptado modelo económico neoliberal (Orjuela, 2005). Durante los noventa, las necesidades y expectativas de la gente excedieron las capacidades de un Estado cada vez más pequeño, lo que llevó a que se volcara la mirada hacia el sector empresarial (Goel & Ramanathanb, 2014). Desde una perspectiva neoliberal, las empresas resultan más eficientes que el aparato estatal para proveer bienes y servicios, y además hay una percepción positiva de los individuos frente al hecho de que las empresas pueden incurrir en menores riesgos de corrupción. Esto llevó a que se complejizara la relación entre la sociedad y el sector empresarial, dado que la primera aumentó sus demandas sobre las segundas (Goel & Ramanathanb, 2014).

Bajo este contexto, los avances más significativos de RSE se hicieron en dos escenarios para la época: uno práctico y otro conceptual. A la luz de las prácticas corporativas, en 1992 se creó la organización Business Social Responsibility, que tenía el objetivo de apoyar a empresas de todo el mundo a "alcanzar el éxito comercial por medio del respeto de valores éticos, el medio ambiente, la institucionalidad, los derechos humanos, el mercado y el ambiente laboral" (Carroll, 2008). Esta organización fue pionera en su género, pues no solo evaluó e hizo seguimiento a las practicas organizacionales, sino que marcó una tendencia conceptual al poner límites éticos en la operación empresarial. Como reza en su teoría de cambio, "el rol de las empresas es generar y comercializar bienes y servicios que traten a los individuos justamente, respete sus necesidades y aspiraciones frente al cuidado del medio ambiente, fortalezca la política pública y permita una sostenibilidad hacia el futuro" (Business Social Responsibility, 2019).

Otra organización que aportó en el avance y la promoción de la responsabilidad social empresarial fue la Comisión Europea: en 1995, 20 líderes empresariales adoptaron la Declaración Comercial Europea contra la exclusión social para combatir tanto ese tema como el desempleo

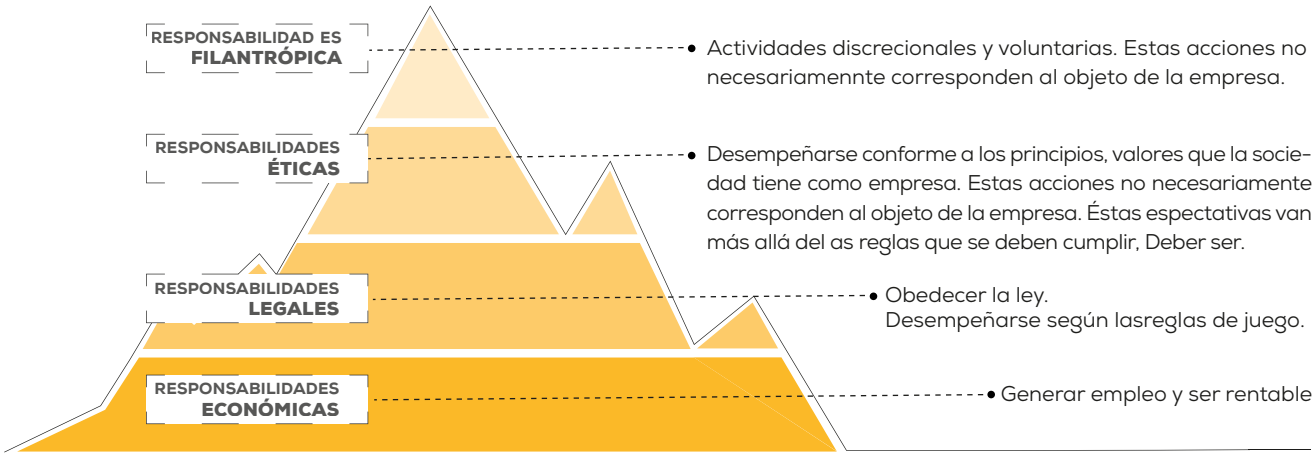
Otra organización que aportó en el avance y la promoción de la responsabilidad social empresarial fue la Comisión Europea: en 1995, 20 líderes empresariales adoptaron la Declaración Comercial Europea contra la exclusión social para combatir tanto ese tema como el desempleo. Eso generó en 1996 la creación de la Red Europea de Empresas para la Cohesión Social, llamada años después CSR Europe.

Frente a los avances conceptuales, el concepto de RSC abrió la puerta para que otros —como el de buen ciudadano corporativo y sostenibilidad— se introdujeran en los desarrollos de la disciplina. Por un lado, la idea de buen ciudadano corporativo, según Carroll (2008), tuvo amplia aceptación durante esta década en el mundo empresarial; sin embargo, sus definiciones coinciden con los desarrollos de la responsabilidad social y por eso el autor afirma que esta acepción puede no ser más que un sinónimo de la RSC (Carroll, 2008), a pesar de tener su propio espacio en la literatura. En contraste, autores como Thompson (2005) afirman que el concepto de buen ciudadano corporativo se desprende de la noción de responsabilidad social empresarial, pero se formula a la luz de los retos propios de la globalización.

En esta medida, la noción de buen ciudadano corporativo se dio en un contexto donde las multinacionales querían hacer públicas sus inversiones sociales, ya que la *pesadilla corporativa* —como se le llamó a la publicación de las malas prácticas de las grandes compañías— podría arruinar su reputación (Thompson, 2005). En esta medida, las empresas empezaron a acoger los estándares internacionales de las grandes organizaciones, como la OCDE, para alinear su operación y ganar legitimidad entre el mundo empresarial.

Por su parte, el término de sostenibilidad entra en auge a raíz de la publicación del Brundtland Report, a finales de los años 80, que establece que el desarrollo debe hacerse de manera responsable y solidaria, pues su despliegue puede traer consecuencias o efectos negativos para el medio ambiente y las generaciones futuras (United Nations, 1987). En los noventa, este término entró al vocabulario empresarial haciendo referencia exclusivamente al cuidado ambiental, pero rápidamente evolucionó y tuvo en cuenta componentes sociales de relacionamiento con los grupos de interés a largo plazo (Behringer & Szegedi, 2016). Hoy en día la idea de sostenibilidad marcó su propia agenda de desarrollo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), donde las empresas tienen un rol protagónico.

En esta medida, al tener una concepción amplia, la idea de sostenibilidad se ha ido adaptando al mundo empresarial. A finales de los 90 y comienzos de los años 2000, se fue consolidando la idea de sostenibilidad empresarial como la habilidad de las firmas para responder a las necesidades



Carroll, 1991

empresariales que se dan a corto plazo sin que se vean comprometidas las habilidades para responder a las necesidades futuras (Bansal & DesJardine, 2014).

Aquí se marca una diferencia con respecto a la noción de responsabilidad social corporativa ya que el término de sostenibilidad empresarial no se enmarca sobre estándares morales y éticos, como sí lo hace el primer concepto. En otras palabras, mientras que la RSC busca generar un beneficio para la sociedad, la sostenibilidad empresarial puede aplicarse tanto a las organizaciones criminales como a las iglesias por igual. Esto en la medida en que la sostenibilidad busca que el negocio o la actividad perdure y se piense a largo plazo (Bansal & DesJardine, 2014), más allá de las características propias que estas tengan.

Volviendo a la responsabilidad social empresarial, el trabajo de Donna J. Wood (1991) registrado en la publicación *Corporate Social Performance Revisited* plantea, basándose en las cuatro caras de la RSC propuestas por Carroll (1979), un modelo en el que los principios de las empresas son la legitimidad social, la responsabilidad pública y la discrecionalidad ejecutiva. La autora propone un esquema de actitudes que llevan a la empresa a actuar en el marco de la RSC (reactiva, defensiva, adaptativa y proactiva) y las enmarca en una serie de dimensiones temáticas donde pueden confluir (procesos ambientales, manejo de grupos de interés y gerencia de inconvenientes). Con esto, Wood crea una de las definiciones más completas, de la mano con la definición de Carroll (1978), pues propone una guía para el funcionamiento organizacional.

De nuevo Carroll (1991), en su publicación *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the MoralManagement of Organizational Stakeholders* retoma su afamado modelo de las cuatro caras de la RSC e ilustra su definición con una pirámide, donde la base comprende las responsabilidades económicas, seguida de las responsabilidades legales, las

éticas y finalmente —en la punta de la pirámide— las responsabilidades discrecionales, que para esta época son llamadas por el autor responsabilidades filantrópicas (Carroll, 1999). Esta ilustración fue acogida enormemente, reafirmando la validez de la teoría pese a que había sido presentada 20 años atrás.

La Teoría de los Grupos de Interés, formulada en la década pasada, continuaba abriéndose espacio dentro de la disciplina e inspirando a diversos autores. Khoury et al (1999), parten de esta base y establecen que, por definición, la responsabilidad social empresarial nace de una relación general de la organización con sus grupos de interés. En esta medida, comprende "la inversión en las comunidades de operación, las relaciones con los empleados, la creación y el mantenimiento del empleo, el desempeño financiero y la administración ambiental".

Otra contribución teórica de la RSE vino de la mano Burke y Logsdon (1996), quienes buscaban vincularla con el desempeño económico de la empresa, implementado estrategias para apoyar las actividades comerciales. Identificaron cinco dimensiones estratégicas para la creación de valor comercial: 1) centralidad o pertinencia de la RSE con el plan estratégico de la empresa (misión, objetivos); 2) especificidad, que representa la capacidad de obtener beneficios específicos para la empresa; 3) proactividad, en términos de poder crear políticas anticipándose a las tendencias sociales; 4) voluntarismo, explicado como el proceso de toma de decisiones discrecional que no está influenciado por requisitos externos de cumplimiento, y; 5) visibilidad, que se refiere a la relevancia de la RSE observable y reconocible para las partes interesadas internas y externas (Latapí, Jóhannsdóttir, Davídsdóttir, 2019).

También es importante recalcar que en esta década Elkinton (1994), aportó el concepto de la línea de base triple (the triple bottom line) que pretendía hacer un balance entre lo social, lo ambiental y lo económico, por medio de asociaciones efectivas y de largo plazo entre los sectores público y privado, así como entre las partes interesadas. Este concepto abrió la posibilidad para que en esta década se comenzara a entender que un comportamiento social y ambientalmente responsable puede articularse con los objetivos económicos.

2000: La RSE está de moda

Con la llegada del nuevo siglo, la responsabilidad social empresarial se terminó de consolidar como un fenómeno mundial. Durante esta época, pasó de ser un programa subsidiario de la operación a convertirse en el espíritu de las estrategias empresariales. La disciplina se descentralizó de los Estados Unidos, al encontrar nicho en Europa, particularmente en Reino Unido (Carroll, 2008).

Durante la primera década del siglo XXI, la conversación se fundamentó, primordialmente, en

la búsqueda de consensos sobre las reglas sociales que debía seguir una empresa, al tiempo que se establecieron con mayor fuerza los estándares medioambientales, los derechos humanos y la lucha contra la corrupción (Carroll, 2008). Durante aquellos años se enfatizó y hubo un consenso general frente a tres afirmaciones particulares: 1) La RSE es aquella que busca que su negocio sea rentable mientras que tiene en cuenta los impactos positivos y negativos de su operación frente a otros actores[6]; 2) La RSE trata sobre cómo las empresas y otras organizaciones van más allá de las obligaciones legales[7]; y 3) Las responsabilidades de la empresa generalmente cubren dos áreas particulares: lo social y lo ambiental[8] (Dahlsurd, 2008).

Frente a los autores que marcaron la década, en el 2001 Ray Jones y Audrey Muller (2001) en su trabajo Signaling Positive Corporate Social Performance: An Event Study of Family Friendly Firms, analizaron el concepto de reputación. En su estudio encontraron que el reconocimiento público es un fenómeno circular que impacta positivamente en la generación de valor y mejora el relacionamiento con los grupos de interés. En el mismo año, Wanda Smith, Richard Wokutch, Vernard Harrington y Bryan Dennis, en su publicación An Examination of the Influence of Diversity and Stakeholder Role on Corporate Social Orientation, analizaron —a partir de encuestas y entrevistas, y con base en la pirámide de Carroll (1999)— las principales características y los intereses primordiales de los grupos de interés en Estados Unidos. En su estudio, hallaron entre otros resultados que a las clientas mujeres y los clientes afroamericanos les importa más que a los de tez blanca si una empresa lleva actividades filantrópicas. De igual forma, encontraron que a los hombres empleados les importan más las actividades filantrópicas o discrecionales que a las mujeres empleadas (Wokutch, Harrington, Dennis, 2001).

Por otro lado, en 2003, Marks Schwartz y Archie Carroll replantearon las cuatro caras de la RSE, presentadas 30 años atrás, al considerar que bastaba con tres categorías (las responsabilidades filantrópicas o discrecionales clasificaban dentro de la categoría de ética). Los autores presentaron este nuevo modelo y lo ilustraron en un diagrama de Venn de relaciones, con el objetivo de que fuera más claro para el mundo empresarial. Es curioso que volvieran a replantear su modelo, que no solo había sido puesto a prueba de manera exitosa a comienzos de los 80, sino que por más de 30 años fue socialmente aceptado por la academia y el mundo empresarial como el modelo prevalente.

6 Marsden C. 2001. *The Role of Public Authorities in Corporate Social Responsibility*. http://www.alter.be/socialresponsibility/people/marchri/en/displayPerson [23 June 2003].

7 Lea R. 2002. *Corporate Social Responsibility, Institute of Directors* (IoD) member opinion survey. IoD: London. http://www.epolitix.com/data/companies/images/Companies/Institute-of-Directors/CSR_Report.pdf [23 June 2003].

8 *Commission of the European Communities*. 2002. Corporate Social Responsibility – Main Issues, MEMO/02/153, Brussels.

En 2004, Philip Kotler y Nancy Lee demostraron, por medio de su obra *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your* Cause cómo la RSC establece una nueva forma de hacer negocios que combina la creación de valor con una actitud proactiva y respetuosa hacia los grupos de interés. Los autores sugirieron 25 prácticas de RSC que, a su vez, fueron categorizadas en seis dimensiones: 1) promoción de la causa; 2) relación de la causa con el mercado; 3) marketing social corporativo (programas para cambiar el comportamiento); 4) filantropía; 5) voluntariado; y 6) inversión y adelanto en programas sociales. Este fue un estudio práctico que sugirió cómo las empresas deben escoger las causas sociales, cómo deben diseñar los programas de caridad de la empresa y cómo deben abrir la oferta de empleo (Kotler; Lee, 2004).

Frente la gran variedad de definiciones y el intento de la academia por consolidar un solo concepto que cobije el amplio y heterogéneo mundo de la Responsabilidad Social Empresarial, Alexander Dahlsrud (2006) recolectó y analizó sus diversas definiciones desde 1980 hasta 2003. En su estudio, recopiló 37 enunciados de 27 autores, la mayoría de ellos publicados a finales de los 90 en Estados Unidos. Dahlsrud (2006) concluyó que, en su mayoría, los conceptos hablan de mayor a menor relevancia sobre los siguientes temas: la dimensión de los grupos de interés, la dimensión social, la dimensión económica, la dimensión de voluntariedad y la dimensión ambiental.

Por último, Michael Porter y Mark Kremer (2011), presentaron el afamado y reciente concepto de valor compartido (creating shared value, CSV) en la revista Harvard Business Review. Esta noción postula que es posible crear valor económico mientrasque se crea valor para la sociedad. El valor compartido no tiene un enfoque social, ni filantrópico, sino que trata de buscar el éxito económico al integrar la conciencia social en el centro de las estrategias corporativas y alcanzar una relación gana-gana, así como lo expuso Marsden en 2001. La idea de valor compartido fue abriéndose rápidamente campo en el mundo empresarial, tanto que grandes multinacionales como Nestlé, Unilever y Johnson & Johnson fueron las primeras en emplearla y validarla. Aunque es el modelo prevalente hoy en día, sigue teniendo varias críticas; la principal viene de Andrew Crane, Guido Palazzo y Laura Spence (2014), quienes afirmaron que el CSV

El concepto de valor compartido postula que es posible crear valor económico mientras que se crea valor para la sociedad

lleva a que las empresas se concentren en los "easy wins". Dado esto, los autores sugieren que para tener un verdadero impacto se necesitan cambiar el modelo de mercado (el mismo que Friedman defendía en los años 70) e incentivar las acciones multiactor, donde el Estado tiene la mayor responsabilidad (Crane et al, 2014).

Algunas reflexiones

Como se ha podido observar, el concepto de responsabilidad social empresarial adquirió relevancia después de la industrialización, a mediados del siglo XX, cuando las crisis económicas y sociales llevaron a replantear el rol de las corporaciones y las entidades privadas. Los desarrollos de la RSE tienen dos caras: por un lado, desde finales de los años cincuenta hasta los noventa, la academia se enfocó, primordialmente, en encontrar una noción universal sobre el concepto difuso de la responsabilidad social. Sin embargo, a lo largo de la historia, entre más intentos totalizadores se emprendieron, más definiciones siguieron, llenando las estanterías de la disciplina.

En una primera etapa, se pueden resaltar las siguientes definiciones: la responsabilidad social, la ética empresarial, la Teoría de los Grupos de Interés, las acciones corporativas responsables y la responsabilidad social corporativa (siendo este último el concepto más popular de los que han emergido). También los siguientes autores: en los sesenta a Keith Davis (1960), quien propuso una mirada unificada para el sector empresarial; en la década de los setenta, Archie B. Carroll, quien presentó "las cuatro caras de la responsabilidad social corporativa" un concepto vez fraccionado y ampliamente aceptado; en los ochenta, Edward Freeman (1984), quien cambió el enfoque de los empresarios y los académicos, volviéndolo hacia los grupos de interés.

A pesar de que en los noventa siguieron apareciendo conceptos como el de buen ciudadano corporativo, el de sostenibilidad y la redefinición del concepto de Carroll (1991) a modo de pirámide, fue en realidad una década de transición donde la globalización cambió el enfoque de la disciplina llevándola, primordialmente, a la valoración de las prácticas empresariales. De esta manera, a comienzos de siglo se pueden resaltar estudios como el de Ray Jones y Audrey Murell (2001), quienes analizaron la reputación empresarial y las investigaciones de Wanda Smith, Richard Wokutch, Vernard Harrington, Bryan Dennis (2001) que examinaron las expectativas de los grupos de interés en Estados Unidos.

En los últimos diez años, la noción de responsabilidad social pasó a estar integrada en el corazón de las estrategias de las organizaciones. Autores como Michael Porter, Mark Kremer, Philip Kotler y Nancy Lee, entre otros, han posicionado este nuevo marco conceptual.

A lo largo de la historia se puede evidenciar cómo han variado y se han depurado los temas sobre los que ha tratado la responsabilidad social empresarial. Para los años sesenta, la responsabilidad implicaba todo aquello que estuviera más allá de la generación de valor, desde las garantías y la remuneración por productos averiados, hasta la filantropía y la caridad. En los setenta se dio un énfasis en las prácticas filantrópicas, lo que llevó a que las empresas consideraran como acciones de responsabilidad social desde la inversión en arte hasta el apoyo al movimiento de derechos civiles que estaba en auge. En los ochenta surgió la idea de remediar los actos cometidos en la empresa; en los noventa, apareció el concepto de sostenibilidad, lo que llevó a que en el nuevo siglo la responsabilidad empresarial estuviera cada vez más integrada en las estrategias de la empresa hacia el futuro. De igual forma, se puede evidenciar cómo, a través de la historia, el trabajo decente, el cuidado del medio ambiente y las relaciones con la comunidad o los grupos de interés, son temas que han estado presentes en todas las décadas analizadas.

A lo largo de la historia se puede evidenciar cómo han variado y se han depurado los temas sobre los que ha tratado la responsabilidad social empresarial

Por último, los múltiples desarrollos conceptuales les han permitido a las empresas tener un amplio portafolio de opciones para escoger el tipo de definición que más se acomode a las características de la operación empresarial. Esto no es del todo un problema —a pesar de la insistencia académica en buscar una definición universal—, pues los numerosos conceptos van en armonía con el carácter heterogéneo del sector empresarial y las expectativas e intereses que tienen las comunidades sobre ellas.

Frente a esta última idea, cabe resaltar que las expectativas y los principios de la sociedad son cambiantes, lo que lleva a que, según el contexto, las responsabilidades de las empresas también cambien. Esto ha revaluado la búsqueda incesante de un concepto universal; por el contrario, ha puesto a prueba la disciplina de la responsabilidad social al tener que contemplar nuevos tipos de acciones. De esta forma, las acciones y responsabilidades de la empresa son diversas dependiendo del lugar y el tiempo en el que se encuentren. A manera de ejemplo, en zonas de conflicto, la empresa ha adquirido responsabilidades distintas a las que otras empresas adquirirían, pues le han apostado a mitigar la violencia y a promover la reconciliación o ha podido comprometerse con las agendas de desarrollo local, nacional y global.

Bibliografía

Abreu, J., & Badii, M. (2006). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. Daena: International Journal of Good Conscience.

Bansal, P., & DesJardine, M. (2014). Business sustainability: It is about time. SAGE.

Behringer, K., & Szegedi, K. (2016). The Role Of CSR In Achieving Sustainable Development – Theoretical Approach. European Scientific Journal, 2(22).

Business and Sustainable Development Commission. (2017). Better Business, Better World. Business and Sustainable Development Commission.

Business Social Responsibility. (2019). Our Theory of change. Obtenido de https://www.bsr.org/en/

Byars, S., & Stanberry, K. (2018). Business Ethics. Houston, Texas: Openstax.

Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. Academy of Management Review.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. Business & Society.

Carroll, A. B. (2008). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts. Oxford Handbooks Online.

Carroll, A. B. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Social Performance (CSP). The SAGE Encyclopedia of Business Ethics and Society.

CDA Collaborative Learning Projects. (2014 de september de 2014). Business for Peace: Understanding and Assessing Corporate Contributions to Peace. CDA Collaborative Learning Projects.

Crane, A., Palazzo, G., Spence, L. J., & Matten, D. (2014). Contesting the Value of "Creating Shared Value". University of California, Berkeley.

Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. Corporate Social Responsibility and Environmental Management.

Epstein, E. (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate. California Management.

Freeman, E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. Darden Graduate School of Business Administration.

Galtung, J. (1969). Violence, Peace and Peace Research. Journal of Peace Research, 167-191.

Global Reporting Initiative. (2015). Sustainability and Reporting Trends in 2025 – Preparing for the future-. Gri´s reporting 2025 project.

Goel, M., & Ramanathanb, P. (2014). Business Ethics and Corporate Social Responsibility – Is there a dividing line? Procedia Economics and Finance.

Haski-Leventhal, D. (2014). From CSR and CSV to Business and Peace. Business, Peace and Sustainable Development.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. Washington: In an Investigation of Concentration of Economic Power for the Temporary National Economic Committee.

Marsden, C. (2001). The Role of Public Authorities in Corporate Social Responsibility. Obtenido de http://www.alter.be/socialresponsibility/

Oetzle, J., Westermann-Behaylo, M., Koerber, C., Fort, T., & Rivera, J. (2009). Business and Peace: Sketching the tarrain. Journal of Business Ethics.

Orjuela, L. J. (2005). La sociedad colombiana en los años noventa: fragmentación legitimidad y eficiencia. Uniandes.

Pérez Villareal, J. (1991). La Economía Mundial y la Política Económica de los Noventa. Departamento de Economía de la Universidad de Cantanabria.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value. Harvard Business Review.

Real Academia Española. (2019). Ético. Bogotá.

Rettberg, A. (2012). Construcción de Paz en Colombia: Contexto y Balance. En A. Rettberg, Construcción de Paz en Colombia. Bogotá, Colombia: Uniandes.

Rettberg, A., & Rivas, A. (2012). El sector empresarial y la construcción de paz en Colombia: entre el optimismo y el desencanto. En A. Rettberg, Construcción de Paz en Colombia. Bogotá, Colombia: Uniandes.

Server, R., & Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. CIREC.

Smith, R. (2011). Defining Corporate Social Responsability: a systems approach for socially responsible capitalism. Program of Organizational Dynamics.

Smith, W., Wokutch, R., Harrington, V., & Dennis, B. (2001). An Examination of the Influence of Diversity and Stakeholder Role on Corporate Social Orientation. Business & Society.

Stiglitz, J. E. (2008). Is there a Post-Washington Consensus. En The Washington consensus reconsidered. Oxford University Press.

Thompson, G. (2005). Global Corporate Citizenship: What Does it Mean? Faculty of Social Sciences, Open University, Milton Keynes, UK.

Ugarriza, J. E. (abril de 2013). La dimensión política del posconflicto: discusiones conceptuales y avances empíricos. Colombia Internacional(77), 141-176.

United Nations. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. Obtenido de http://mom.gov.af/Content/files/Bruntland_Report.pdf

United Nations. (17 de junio de 1992). An Agenda for Peace Preventive diplomacy, peacemaking and peace-keeping . Report of the Secretary-General .

Vargas, G. A. (2014). La responsabilidad social empresarial en la construcción de paz. Bogotá, Colombia: Uniandes.

Anexo 1

TABLA DE DEFINICIONES

DÉCADA	AÑO DE PUBLICACIÓN	AUTOR	DEFINICIÓN	TIPO DE SUJETO EMPRESARIAL	MARCO CONCEPTUAL
1950	1953	Howard Bowen	Es la obligación de los empresarios de impulsar esas políticas, tomar esas decisiones y seguir esas líneas de acción deseables en términos de los valores de la sociedad.	Empresario	Responsabilidad Social de los Empresarios
1960	1960	Keith Davis	Existe una relación entre los empresarios y el poder. El poder se ve fragmentado si se evita la responsabilidad social (…) Las decisiones y acciones de los empresarios contemplan, al menos, los intereses económicos de la empresa. Los empresarios podrían contemplar otro tipo de factores, si estos le pueden proveer beneficios económicos a largo plazo.	Empresario	Responsabilidad Social
	1960	William C. Frederick	Los empresarios deben supervisar las dinámicas de un modelo económico que, a su vez, debe satisfacer las necesidades de la sociedad.	Empresario	Responsabilidad Social de los Empresarios
	1963	Joseph W. McGuire	Los empresarios no solo tienen obligaciones económicas y legales, sino también ciertas responsabilidades con la sociedad que van más allá de estas obligaciones (…) deben actuar de manera justa.	Empresario	Responsabilidad Social
	1966	Keith Davis y Robert Bloomstorm	Una persona está en la obligación de considerar los efectos de sus decisiones y acciones, que impactan a todo el sistema social (…) Los empresarios aplican la Responsabilidad Social cuando tienen presente los intereses de aquellos que se pueden ver afectados por las decisiones de la operación de la empresa.	Empresario	Responsabilidad Social
	1967	Keith Davis	La Responsabilidad Social va más allá de una relación persona-persona, por cuanto enfatiza las acciones institucionales y excede el punto de vista particular de una sola persona sobre todo el sistema económico (…) La Responsabilidad Social aparece cuando una persona es consciente de las responsabilidades éticas de aquellos actos que pueden afectar a otros.	Empresa	Responsabilidad Social
	1967	Clarence C. Walton	La Responsabilidad Social Empresarial reconoce que hay una relación íntima entre la empresa y la sociedad. Esa relación debe estar en la cabeza de los gerentes, mientras que los directivos y los grupos relacionados trabajan en la consecución de sus logros. Hay un carácter de voluntariedad.	Empresa	Responsabilidad Social Empresarial

1970	Milton Friedman	Solo pocas aseveraciones pueden minar los verdaderos cimientos de una sociedad libre, pues se acepta que los oficiales de la empresa no tienen más responsabilidad que hacer la mayor cantidad de dinero para sus accionistas.	Empresario	Responsabilidad Social
1971	Harold Johnson	Un emprendedor socialmente responsable es aquel que no solo está interesado en su propio bienestar, sino que se interesa por el de las personas con las que trabaja y el de los ciudadanos.	Emprendedor	Responsabilidad Social
1971	Harold Johnson	La responsabilidad social de las empresas está dada por sus experiencias pasadas, como también por lo que hace su competencia. Una vez las empresas aseguren la generación de valor pueden extender su responsabilidad a otras dimensiones.	Empresa	Teoría lexicográfica de la utilidad
1971	Committee of Economic Development (CED)	Hoy en día las empresas tienen más responsabilidades que nunca (...). A las empresas se les pide contribuir más a la calidad de vida, que solo suplir bienes y servicios.	Empresa	Responsabilidad Social
1971	Committee of Economic Development (CED)	Establece una definición tripartita: en el primer círculo, afirma que la responsabilidad empresarial debe generar empleo y crecimiento económico; en el segundo, establece que se debe desarrollar la función económica con una especial sensibilidad en cambiar los valores y prioridades sociales (por ejemplo, con respecto a la conservación del medio ambiente); y en el tercero, las empresas deben comprometerse con estar más involucradas en el mejoramiento del ambiente social.	Empresa	Responsabilidad Social
1971	George Steiner	A pesar de que la empresa es una institución económica, tiene la responsabilidad de ayudar a la sociedad a alcanzar sus objetivos más básicos (...) entre más grande sea la empresa, mayor responsabilidad tiene.	Empresa	Responsabilidad Social
1971	George Steiner	La responsabilidad social empresarial es más bien la actitud con la cual sus directivas enfocan la toma de decisiones. La RSE es la filosofía con la cual la empresa mira y se enfoca en los intereses sociales.	Empresario	Responsabilidad Social
1972	Henry Manne y Henry Wallich	Las empresas asumen algún tipo de responsabilidad solo en la medida en que sean agentes libres de decidir si lo llevan a cabo o no.	Empresa	Acciones Corporativas Responsables

1970

1970	1973	Keith Davis	La responsabilidad social empresarial comienza cuando la ley termina; de otra manera, si cumple solo con lo que dice la ley, sería únicamente lo que un buen ciudadano debe hacer.	Empresa	Responsabilidad social empresarial
	1973	Henry Eilbert y Robert Parket	Tal vez la mejor forma de definir la responsabilidad social es pensarla como un buen vecino. El concepto evoca dos momentos: uno que involucra no hacer cosas que molesten a los otros vecinos, y otro que ayude a resolver los problemas del vecindario.		Responsabilidad Social
	1974	Richard Ells y Clarence Walton	La responsabilidad social corporativa representa una preocupación con las necesidades de la sociedad que van más allá de lo económico (…) La responsabilidad amplia de las empresas implica que busquen el mejoramiento del orden social.	Empresa	Responsabilidad Social Corporativa
	1975	Jules Backman	La responsabilidad social normalmente se refiere a los objetivos o motivos a los que la empresa les da peso, más allá de su desarrollo económico.	Empresa	Responsabilidad Social
	1975	Prakash Sethi	Existen tres dimensiones: obligaciones sociales, que se suscriben en el marco de la ley; responsabilidades sociales, que van más allá de las obligaciones, por cuanto van en consonancia con lo que la sociedad espera de las empresas; y sensibilidades sociales, donde la operación de la empresa se adapta a las necesidades sociales.	Empresa	Obligaciones Sociales/Responsabilidades Sociales/ Sensibilidades Sociales
	1975	Lee Preston y James Post	Preferimos el término "responsabilidad pública", pues enfatiza en la importancia del proceso de política pública y no en la opinión individual y la conciencia como criterios para decidir qué hacer.	Empresa	Responsabilidad Pública
	1976	Sandra Holmes	Las empresas tienen la responsabilidad de hacer dinero, respetar las normas, ayudar a resolver problemas sociales y tener impactos positivos donde están generando ganancias.		Responsabilidad Empresarial
	1976	Gordon Fitch	La Responsabilidad Social Corporativa es el intento serio de las empresas por resolver los problemas sociales, muchas veces causados por las corporaciones.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa

1970	1979	Archie B. Carroll	Propongo una definición dividida en cuatro partes sobre Responsabilidad Social Corporativa. La responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales o filantrópicas (…) Antes que cualquier cosa, las empresas son la unidad económica fundamental en la sociedad; por lo tanto, tienen la responsabilidad de producir bienes y servicios (…) [posteriormente] las empresas deben cumplir con la ley. Las leyes representan las reglas de juego. (…) Las responsabilidades éticas representan el tipo de comportamientos que la sociedad espera que las empresas sigan y que van más allá de las leyes (…) Finalmente, están las responsabilidades discrecionales [que el autor después llama filantrópicas]: son los roles voluntarios que la empresa toma y que no necesariamente responden a una expectativa social o a la operación de la empresa. Es una decisión voluntaria de los gerentes.	Corporaciones	Responsabilidad social empresarial
1980	1980	Thomas Jones	La responsabilidad Social Corporativa es la noción de que las corporaciones tienen la obligación de constituir grupos sociales por fuera de los accionistas e implementar acciones más allá de las normas existentes. (…) Primero, las obligaciones se deben adoptar de manera voluntaria; y segundo, deben ir más allá del deber de responderle a los accionistas y abordar a los clientes, los empleados, los proveedores y las comunidades vecinas.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	1983	Archie B. Carroll	Las empresas deben ser económicamente rentables, legalmente obedientes y éticamente apalancadoras. Todo dentro de las cuatro caras de la RSC: económica, legal, ética y filantrópica.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	1984	Edward Freeman	Las organizaciones están "incrustadas" en el ambiente social y económico en el que operan; por lo tanto, sus actividades y procesos deben adquirir responsabilidad por el impacto que generan a sus grupos de interés.	Organización	Teoría de los grupos de interés
	1984	Peter Drucker	La propia responsabilidad social tiene que ver con domesticar al dragón, lo que significa convertir un problema social en una oportunidad de negocio, una capacidad productiva o una competencia humana.	Empresas	Responsabilidad Social
	1984	Philip Cochran y Robert Wood	Demostraron que las firmas socialmente responsables pueden ser también rentables.	Firmas	Responsabilidad Social

1980	1985	Aupperle, Carroll y Hartfield	La orientación social de la organización puede ser efectivamente juzgada por la importancia que ésta le dé a los componentes no económicos de las caras de Carroll.	Organización	Orientación social
	1985	Steven Wartrick y Philip Cochran	Los valores éticos de las empresas deben estar integrados en sus procesos, políticas y estrategias.	Empresas	Desempeño social corporativo
	1987	Edwin Epsteim	La responsabilidad Social Corporativa se relaciona, primero, con lograr los resultados de decisiones organizacionales que involucren aspectos específicos o problemas que tengan impactos positivos en los grupos de interés. El deber ser de los productos de la empresa debe ser el foco principal de la Responsabilidad Social Corporativa.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
1990	1991	Donna Wood	Con base en las cuatro caras de la RSC de Carroll, se establece que son tres los deberes de las empresas: legitimidad social, responsabilidad pública y discrecionalidad ejecutiva.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	1991	Archie B. Carroll	Propone que su esquema de cuatro caras puede ilustrarse a manera de pirámide. No es un proceso secuencial, por cuanto cada parte puede llenarse al mismo tiempo.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	1992	Business Social Responsability	La Responsabilidad Social Corporativa comprende una serie de políticas, prácticas y programas que se integran en la operación de la compañía, en las cadenas de valor y en el proceso de toma de decisión que lleva la empresa para ser más rentable	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	1992	Frederick et al	La responsabilidad Social Corporativa puede ser definida como un principio que comprende cómo las corporaciones deben ser responsables por los efectos que tienen sus acciones con la comunidad y el medio ambiente	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	1994	Reder	Todas las nociones que abarca la responsabilidad social [corporativa] se refieren a la forma en la cual la compañía despliega las conductas internas, incluyendo la manera en la que trata a su fuerza laboral y el impacto que tiene en su mundo alrededor	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa

1990	1998	Hopkins	La Responsabilidad Social Corporativa tiene que ver con el trato ético y responsable de la empresa hacia los grupos de interés, que existen adentro y afuera de la compañía. Por lo tanto, comportarse responsablemente con ellos, aumentará el desarrollo humano de los grupos de interés.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	1999	Khoury et al.	La responsabilidad social corporativa es una relación general de las corporaciones con todos sus grupos de interés. Esto incluye clientes, empleados, comunidades, dueños, financiadores, gobiernos, proveedores y competidores. Los elementos de la responsabilidad social empresarial comprenden la inversión en las comunidades de operación, las relaciones con los empleados, la creación y el mantenimiento del empleo, el desempeño financiero y la administración ambiental.	Empresas	Responsabilidad Social Corporativa
	1999	Consejo Empresarial de Desarrollo Sostenible	La Responsabilidad Social Corporativa es el compromiso de las empresas por contribuir al desarrollo económico sostenible, su trabajo con los empleados, sus familias, las comunidades locales y con la sociedad para mejorar su calidad de vida.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	1999	Wooward-Clyde	RSC ha sido definida como un contrato entre la sociedad y la empresa. La comunidad le brinda licencia social a las empresas para operar y, en retorno, la empresa adquiere ciertas obligaciones y comportamientos de manera aceptable.	Corporaciones/ Empresas	Responsabilidad Social Corporativa
	1999	Kilcullen y Koistra	La responsabilidad social corporativa es una serie de obligaciones morales que puede ser adscrita a las operaciones, más allá de la obediencia por las leyes.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
2000	2000	Tim Rowley y Shawn Berman	Los autores argumentaron que, si bien no es necesario establecer una definición general sobre el concepto de Desempeño Social Corporativo, sí lo es cerrar el concepto y enfocarlo únicamente en los elementos operacionales de las empresas.	Corporaciones	Desempeño social Corporativo
	2000	Empresas por la responsabilidad social empresarial	La toma de decisiones de la empresa está relacionada con los valores éticos, los requisitos legales y el respeto por las personas, las comunidades y el ambiente.	Empresa	Responsabilidad Social Corporativa

2000	2000	Empresas por la responsabilidad social empresarial	Consiste en operar una empresa que encuentre o exceda las responsabilidades legales, éticas, comerciales y las expectativas públicas que la sociedad tiene con las compañías. La Responsabilidad Social es un principio rector para cada decisión que se hace en cada área de las empresas.	Empresa	Responsabilidad Social
	2000	Consejo Empresarial de Desarrollo Sostenible	La Responsabilidad Social Corporativa es el compromiso continuo de las empresas por comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mientras que mejoran la calidad de vida de sus trabajadores y sus familias, así como de la comunidad y la sociedad en general.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2000	Piacentini et al	La Responsabilidad Social Corporativa es la intención voluntaria de las empresas, más allá de sus responsabilidades económicas y legales.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2001	Ray Jones y Audrey Murell	Analizaron cómo el reconocimiento público puede servir como una señal positiva de la Responsabilidad Social y su relación con los grupos de interés.		Teoría de los grupos de interés
	2001	Wanda Smith, Richard Wokutch, Vernard Harrington y Bryan Dennis	A partir de encuestas, analizaron la teoría de los grupos de interés y establecieron las principales características que definen sus intereses.		
	2001	Stelios Zyglidopolous	Concluyó que los accidentes laborales afectan la reputación de la empresa y que esto tiene un impacto directo en el desempeño de la Responsabilidad Social.		
	2001	Comisión de Comunidades Europeas	Un concepto en donde las compañías integran sus preocupaciones ambientales y sociales a sus operaciones empresariales y a su relación con los grupos de interés.	Compañías	Responsabilidad Social Corporativa
	2001	Comisión de Comunidades Europeas	La Responsabilidad Social Corporativa es, esencialmente, un concepto donde las empresas deciden voluntariamente por contribuir a una mejor sociedad y a un ambiente más limpio.		
	2001	Marsden	La Responsabilidad Social Corporativa es el comportamiento de las empresas y la responsabilidad que tienen frente a los impactos en la sociedad de su forma de operar. La responsabilidad Social Corporativa no es opcional ni filantrópica. Una corporación socialmente responsable es aquella que busca que su negocio sea rentable mientras tiene en cuenta los impactos positivos y negativos de los efectos de su operación frente a los factores sociales, ambientales y económicos.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa

2000	2001	Gobierno de Reino Unido	La responsabilidad social corporativa reconoce que el sector privado, más que manejar sus intereses comerciales, debe operar sus impactos en la sociedad y el medio ambiente. Esto requiere que se establezcan diálogos apropiados con los grupos de interés más relevantes, los empleados, los clientes o consumidores, los proveedores y las comunidades. La RSC va más allá de las obligaciones éticas, comprendiendo la voluntariedad de sus acciones y el involucramiento del sector privado, que refleja las prioridades y las características de cada una de las empresas, así como los factores sectoriales.	Corporaciones/ Empresas	Responsabilidad Social Corporativa
	2001	Foran	La RSC puede ser definida como una serie de prácticas y comportamientos que se adoptan frente a su fuerza laboral y el medio ambiente en la cual su operación está inmersa. También las que adopta frente a la autoridad y la sociedad civil.	Corporaciones/ Empresas	Responsabilidad Social Corporativa
	2001	Pinney	La Responsabilidad Social Corporativa —o ciudadanía corporativa— puede ser definida como una serie de prácticas gerenciales que aseguran que la empresa minimiza los impactos negativos de su operación mientras que maximiza los positivos.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2001	Van Marrewijk	Las compañías con estrategias de RSC integran las dimensiones sociales y ambientales en sus operaciones y en su interacción con los grupos de interés.	Corporaciones/ compañías	Responsabilidad Social Corporativa
	2001	Jackson y Hawker	La Responsabilidad Social Corporativa es como las empresas tratan a sus empleados, sus grupos de interés y el medio ambiente.	Corporaciones/ Empresas	Responsabilidad social Corporativo
	2002	Kristin Backhause	El autor exploró la relación entre el desempeño social corporativo y el gusto de los empleadores por trabajar en las empresas que lo implementan.	Corporaciones	Desempeño social Corporativo
	2002	Comisión de Comunidades Europeas	La Responsabilidad Social Corporativa trata sobre las compañías que tienen responsabilidades y toman acción más allá de las obligaciones sociales y su enfoque económico. Estas responsabilidades cubren una gran variedad de áreas pero, generalmente, se enmarcan en social y ambiental.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa

2000	2002	Lea	RSC trata sobre cómo las empresas y otras organizaciones van más allá de las obligaciones legales para manejar y conocer su impacto en el ambiente y en la sociedad. En particular, esto puede incluir cómo interactúan con sus empleados, sus proveedores, sus clientes y la comunidad en la cual operan, así como también su influencia en el medio ambiente.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	IBLF	Prácticas comerciales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto por los empleados, comunidades y el medio ambiente, que contribuirán al éxito empresarial sostenible.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	Marks Schwartz y Archie Carroll	Tomaron el modelo de Carroll y lo redujeron a tres dimensiones: económicas, legales y éticas. El modelo presentó un diagrama Venn que integraba las tres dimensiones propuestas.		
	2003	Business for Social Responsibility	La responsabilidad Social Corporativa comprende el éxito comercial por medio del respeto de los valores éticos a la gente, a las comunidades y al medio ambiente.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	Comisión de Comunidades Europeas	RSC es un concepto en donde una compañía debe responder y explicar su impacto en los grupos de interés. Es el compromiso continuo de las empresas por comportarse justa y responsablemente para contribuir al desarrollo económico, la calidad de sus empleados y su familia, así como de la comunidad y la sociedad en general.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	CSRwire	La RSC se define como la integración de las operaciones de las empresas con los valores. Mientras que los intereses de los grupos —incluidos los inversionistas, los clientes o consumidores, los empleados y el medio ambiente— reflejan las acciones y políticas de la empresa.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	Ethics in Awards	La Responsabilidad Social Corporativa es un término que describe las obligaciones de las compañías por responderle a sus grupos de interés en todas sus actividades y operaciones. Las empresas socialmente responsables consideran, en todo su ancho, el impacto hacia las comunidades y el medio ambiente cuando toman decisiones, balanceando las necesidades de los grupos de interés con su necesidad de generar valor.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa

2000	2003	Hopkins	A la responsabilidad Social Empresarial le preocupa el trato de los grupos de interés de manera ética o responsable. Tratar a los grupos de interés o a la comunidad de manera ética se refiere a un trato civilizado que sea aceptado por la sociedad. Esto incluye las responsabilidades económicas. Los grupos de interés existen tanto adentro como afuera de la empresa. El enfoque amplio de la responsabilidad social empresarial es crear mayores y mejores estándares de vida mientras se preserva la rentabilidad de la corporación.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa/ Teoría de los grupos de interés
	2003	McWilliams y Siegel	Son las acciones que parecen tener algún tipo de beneficio social, más allá de los intereses de las firmas y los requerimientos de la ley.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	Ethical Performance	Es la responsabilidad que tiene la empresa frente a la totalidad de su impacto. Los valores de la sociedad deben estar integrados en el corazón de la compañía, así como en el trato con el medio ambiente. La responsabilidad es aceptada como un espectro que abarca desde la rentabilidad de la empresa hasta el cuidado y la salud de sus empleados y el impacto a la comunidad donde opera.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	Global Corporate Social Responsibility	La Responsabilidad Social Global puede ser definida como las prácticas de las empresas que están basadas en los valores éticos y el respeto por los trabajadores, las comunidades y el medio ambiente.	Empresas	Responsabilidad Social Global
	2003	IndianNGOs.com	La responsabilidad Social Corporativa es un proceso donde la institución y los individuos tienen una sensibilidad y un cuidado por los impactos directos e indirectos de la empresa a nivel interno y externo.	Corporaciones	Desempeño social Corporativo
	2003	Business for Social Responsibility	Las prácticas socialmente responsables de las empresas fortalecen el respeto por los valores éticos de sus grupos de interés, preservan el medio ambiente, ayudan a mejorar la calidad y las oportunidades de vida, empoderan a las personas e invierten en las comunidades donde opera la empresa.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2002	Andersen	La Responsabilidad Social Corporativa se define como una noción que se extiende a los intereses inmediatos de un individuo para comprender lo que los ciudadanos y la sociedad están viviendo. Asimismo, como el actuar con respeto frente a las generaciones futuras y el medio ambiente.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa

2000	2003	Van Marrewijk	En general, la RSC se refiere a las actividades de las compañías —voluntarias por definición— que demuestran la inclusión de preocupaciones sociales y ambientales en las operaciones empresariales y la interacción con los grupos de interés.	Corporaciones/ compañías	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	Strategis	La Responsabilidad Social Corporativa generalmente comprende la contribución de las empresas con el desarrollo sostenible, que relaciona las necesidades del presente con las de las generaciones futuras, y que generalmente entiende cómo alcanzar la integración económica, ambiental y social.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2003	Business for Social Responsibility	La responsabilidad Social Corporativa comprende el éxito comercial por medio del respeto de los valores éticos a la gente, a las comunidades y al medio ambiente.	Corporaciones	Responsabilidad Social Corporativa
	2005	Philip Kotler y Nancy Lee	Los autores demostraron cómo la RSC establece una nueva forma de hacer negocios que combina la creación de valor con una actitud proactiva y respetuosa hacia los grupos de interés. Sugirieron 25 prácticas de RSC que fueron categorizadas en: 1) Promoción de la causa; 2) Relación de la causa con el mercado; 3) Marketing social corporativo (programas para cambiar el comportamiento); 4) Filantropía; 5) Voluntariado; y 6) Inversión y adelanto en programas sociales.		
2010	2011	Michael Porter y Mark Kremer	El concepto de valor compartido busca crear valor económico mientras que se crea valor para la sociedad. El valor compartido no tiene un enfoque social, ni filantrópico, sino que trata de buscar el éxito económico al integrar esta estrategia en el centro de las estrategias corporativas".		

Anexo 2

TEMAS PRINCIPALES POR DÉCADAS

DÉCADA	TEMAS QUE TRATABA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
1960	Filantropía, mejora de las condiciones laborales, relaciones industriales, políticas de personal, relaciones con los clientes y con los stakeholders (grupos de interés).
1970	Lucha contra la contratación de menores, preocupación por el medio ambiente, capacitaciones a menores, contribuciones a la educación y al arte, trabajo forzoso, renovación urbana, derechos civiles, caridad, relaciones con la comunidad.
1980	Polución del medio ambiente, discriminación laboral, abusos del consumidor, cuidado y salud de los trabajadores, calidad de la vida laboral, deterioro de la vida urbana y las cuestionadas y aparentes prácticas abusivas de las compañías internacionales.
1990	Mercados enfocados a las causas sociales, donaciones internacionales, voluntariado de empleados y sostenibilidad.
2000	Estándares medioambientales, derechos humanos y lucha contra la corrupción.

Anexo 3

DEFINICIONES DE LOS MODELOS DE ÉTICA EMPRESARIAL

MODELO DE ÉTICA	DESCRIPCIÓN GENERAL	PRINCIPALES EXPONENTES
Grecia Antigua	El carácter asociativo era la principal virtud de las empresas en la antigua Grecia. De esta manera, se esperaba que este acto de asociación estuviera basado en la honorabilidad. El deber ser de toda empresa era que sus actuaciones fueran honorables, justas y que no estuvieran viciadas por la avaricia.	Aristóteles
Modelo confuciano	El carácter de la empresa estaba suscrito en la transacción: era aquí donde se esperaba que las empresas actuaran de buena fe. La justicia permite que la generación de riqueza, la inversión y la planeación estratégica se den de la manera propia.	Confucio
Utilitarismo	El utilitarismo parte de la base de que toda acción tiene su consecuencia. En este sentido, la toma de decisiones de los empresarios debe estar enfocada en la búsqueda de mayores beneficios y menores pérdidas a la luz de los intereses de aquellos que toman las decisiones.	Jeremy Bentham y John Stuart Mill
Deontología	Para la deontología, la ética está en el deber. Independientemente de las consecuencias, las empresas deben siempre tener un compromiso elevado con la moralidad. La manera de definirla parte de la idea de que las actuaciones de la compañía no solo las deben beneficiar a ellas, sino también a los otros actores. Debe haber una relación de beneficio mutuo.	Imanuel Kant
Teoría de la Justicia	En la edad moderna toma relevancia el sentido de cooperación e interdependencia. Aunque las empresas no tengan suficiente confianza entre ellas, deben actuar de manera justa ya que, al no hacerlo, todas saldrán damnificadas. Las empresas deben escoger aquellos acuerdos que no solo satisfagan los intereses propios, sino que sean beneficiosos para todas las partes. Por eso deben ponerle mayor atención a la calidad, al control y al cuidado de sus recursos humanos: su buena o mala práctica termina teniendo repercusiones frente a los demás actores.	John Rawls

La responsabilidad social empresarial:

Una mirada genealógica

Fundación Ideas para la Paz (FIP)

Calle 100 No. 8A – 37 Torre A. Of. 701.
Bogotá Tel. (57-1) 747 0273
e-mail: fip@ideaspaz.org

www.ideaspaz.org

FUNDACIÓN IDEAS PARA LA PAZ