

EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL NO ES SÓLO UNA MODA: ES LA NUEVA ESTRATEGIA PARA HACER NEGOCIOS RENTABLES. PESE A ELLO, LOS EMPRESARIOS Y ACADÉMICOS NO COINCIDEN EN UNA DEFINICIÓN EXACTA. EN ESTE ARTÍCULO, UN REPASO DE LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE LA RSE A TRAVÉS DE LA HISTORIA.

+

La responsabilidad social es una tarea y obligación de todas las organizaciones, públicas o privadas, lucrativas u ONG'S, de acuerdo con lo planteado por el Grupo de Trabajo de la ISO sobre Responsabilidad Social. Desde que Bowen (1953) dirigió la atención hacia el tema, la responsabilidad social empresarial (RSE) ha venido ganando influencia internacionalmente en la agenda corporativa.

Ello se evidencia en los más de siete mil millones de dólares en contribuciones a causas sociales que las empresas norteamericanas han destinado alrededor del mundo (Boston College, 2004), así como en la importancia que globalmente los ejecutivos y empresarios privados le dan a la RSE. En ese sentido, una reciente investigación de McKinsey, desarrollada en el 2006, mostró que el 80% de 4,238 ejecutivos que participaron en una encuesta llevada a cabo en 116 países indicó que las contribuciones destinadas a sus comunidades vinculadas son para ellos un indicador tan importante como el valor de la acción de sus empresas.

Los retos globales que enfrentamos como sociedad son enormes: el deterioro del medioambiente, la profundización de las inequidades sociales, el incremento de las emisiones de dióxido de carbono y la reducción de la capa de ozono, entre otros.

El deterioro del medioambiente se expresa en la constante elevación del nivel de las aguas marinas, la deforestación de 950 mil kilómetros cuadrados de bosques desde 2005 y la existencia de 5,000 especies animales y 6,800 de plantas en peligro de extinción. Ejemplos de las inequidades sociales lo constituyen los cerca de 2,400 millones de personas que no tienen acceso al agua potable, el hecho de que el 80% del producto bruto interno se destine a sólo el 20% de la población mundial y que una de cada tres personas viva con menos de un dólar por día (Naciones Unidas, 2003, 2005; Banco Mundial, 2004).

Debido a que las empresas se encuentran entre las instituciones más influyentes en el mundo, su papel en la solución de estos problemas es fundamental. Para entender con propiedad los alcances y las exigencias de la RSE es importante conocer cómo ha ido evolucionando el concepto y qué diferentes perspectivas existen en su interpretación. Entendiendo su riqueza y complejidad podremos diseñar las acciones más apropiadas para responder a este reto. Con tal propósito, presentamos en las líneas siguientes una breve, pero exhaustiva revisión de su evolución.

Lantos (2001) define la RSE como «la obligación que tiene la empresa, en tanto miembro de la sociedad que contribuye con sus necesidades y aspiraciones, de maximizar sus impactos positivos y minimizar los negativos. La RSE implica ser un buen administrador de los recursos económicos y humanos de la sociedad» (p. 600). Esta definición posee una riqueza conceptual que recoge la evolución y el enriquecimiento que el concepto ha tenido desde sus orígenes.

Para autores como Schwalb y García (2003), la responsabilidad social siempre ha estado presente a lo largo de la historia. Si bien algunos especialistas plantean que la RSE se originó en Estados Unidos, y que estaba asociada a los conceptos de filantropía y caridad, Juholin (2004) plantea que la RSE surgió en el siglo XIX, en el norte de Europa, como una consecuencia del proceso de industrialización: con el fin de reclutar y retener a su fuerza laboral, los fabricantes pagaban por el alojamiento, la escolarización y el cuidado de la salud de sus empleados.

En su evolución, el concepto de RSE ha pasado por varias etapas. Si partimos de la clasificación cronológica desarrollada por Schwalb y García (2003), y si integramos los nuevos conceptos encontrados en la literatura, es posible identificar las siguientes etapas: germinación, surgimiento, desarrollo, y generalización y auditoría.

ETAPA DE GERMINACIÓN

Esta fase se inició durante las últimas décadas del siglo XIX y se caracterizó por un espíritu emprendedor y la vigencia de la filosofía del *laissez-faire*. De acuerdo con Schwalb y

Malca (2005): «Durante estos años de conflictos laborales y negocios no éticos, tanto los ciudadanos como los gobiernos comenzaron a preocuparse por la falta de regulación sobre la actividad empresarial» (p. 119). A lo largo de esta etapa, surgieron los términos *filantropía empresarial* y *capitalismo del bienestar*, un sistema por el cual las compañías proporcionaban servicios comunitarios y programas corporativos para sus trabajadores (Jacoby, 1997).

ETAPA DE SURGIMIENTO

Esta etapa empezó con la Gran Depresión de Estados Unidos en 1929 y se enfocó en los valores y principios gerenciales. Jacoby (1997) ilustra claramente las prácticas de capitalismo de bienestar que adoptaron Kodak, Sears Roebuck y Thompson Products entre los años treinta y los años sesenta. El seguro de salud y los programas de pensiones para los empleados se convirtieron en una práctica estándar en las grandes empresas durante esta etapa. Este período se caracteriza por el surgimiento formal de la RSE con la publicación del libro *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL HOMBRE DE NEGOCIOS* (Bowen, 1953). Allí se define a la RSE como «la obligación del empresario de seguir las políticas y tomar las decisiones que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad» (citado en Wolff y Barth, 2005, p. 6). Esta definición es considerada como el punto de partida de la RSE moderna.

Wilson (2003) resume de la siguiente manera las principales teorías desarrolladas desde entonces a favor del enfoque ético fundado por Bowen:

1) La teoría del contrato social, que propone que «la sociedad se estructura en base a contratos explícitos e implícitos entre sus individuos, organizaciones e instituciones (...) Las organizaciones, al formar parte de estos contratos, reciben recursos, bienes y la aprobación de operar, a cambio de mostrar un buen comportamiento social» (p. 3).

2) La teoría de la justicia social, que se enfoca «en la igualdad y la justicia distributiva, es decir, en cómo y de acuerdo con qué principios los bienes de la sociedad (riqueza, poder y otros intangibles) son distribuidos entre los miembros de la sociedad» (p. 3). De acuerdo con esta teoría, una sociedad justa es aquella en la que las necesidades de todos sus miembros son tomadas en cuenta y los bienes son distribuidos de la manera más apropiada.

3) La teoría de los derechos, que se enfoca en los derechos humanos básicos y en los derechos de propiedad. Esta teoría propone que los derechos de propiedad no pueden estar por encima de los derechos humanos. Desde la perspectiva de la RSE, esto significa que los derechos de propiedad de los empresarios no están por encima de los derechos humanos de sus empleados, de los miembros de su comunidad y de otras audiencias relevantes (p. 3).

ETAPA DE DESARROLLO

Esta etapa empezó en los años sesenta. La atención se centró en definir lo que era bueno para la sociedad y en analizar las demandas que se exigía a la empresa. Así, el enfoque se situó en los procesos que aseguraban la capacidad de la empresa para responder a su entorno.

Esta fase se caracterizó por una gerencia centrada en la acción, en el activismo social, en el aumento del consu-

mismo, en el incremento de la conciencia pública sobre los asuntos éticos y medioambientales, y en el aumento de las presiones de los grupos ambientalistas, de los defensores de los consumidores, del movimiento feminista, de la juventud y de los movimientos pro derechos civiles.

Durante esta etapa y a fines de los años setenta, Carroll (1979) desarrolló un análisis más estructurado y formuló una definición de la RSE sugiriendo que las compañías tienen cuatro tipos de responsabilidades: económicas, legales, éticas y filantrópicas (o altruistas o humanitarias). Lantos (2001) sintetiza las responsabilidades sugeridas por Carroll (1991) de la siguiente manera:

1) Responsabilidades económicas: son aquellas que involucran el ser «rentable para los accionistas a través de la elaboración de productos de buena calidad y precios justos para los clientes» (p. 596).

2) Responsabilidades legales: son aquellas que involucran el cumplimiento de la ley y la adopción de una conducta moral en el negocio.

3) Responsabilidades éticas: son aquellas que involucran alcanzar más de lo que las obligaciones legales requieren. Tales responsabilidades «incluyen ser moral, hacer lo

En el enfoque de Carroll (1991), la sociedad expresa, a través de las demandas sociales, cómo deben comportarse las empresas. El autor hizo una contribución importante a la evolución y entendimiento de la RSE al relacionar el concepto con las expectativas de la sociedad, y no sólo con sus objetivos y valores como lo hizo Bowen (1953). De esta forma, Carroll modificó el concepto original al hacer que la RSE no sólo sea una obligación ética sino una estrategia gerencial orientada a la acción.

Van der Putten (2005) divide las demandas sociales en aquellas que limitan el impacto negativo del negocio o la conducta corporativa irresponsable, y en las que incrementan el impacto positivo, a menudo llamado «ciudadanía corporativa». Para justificar su existencia, una empresa debe cubrir las expectativas de la sociedad, de modo que si desea ser socialmente responsable, no sólo tiene que ser rentable, satisfacer las demandas de la ley y minimizar o compensar sus efectos negativos (externalidades). También debe satisfacer las expectativas que la sociedad tiene en ella. En consecuencia, el tema no está restringido a lo que la corporación debe hacer (responsabilidades éticas y económicas), sino a lo que la sociedad desea que la corporación haga. A partir de los



LAS INVESTIGACIONES SOBRE LA RSE HAN GENERADO RESULTADOS FRUCTÍFEROS QUE SE HACEN EVIDENTES EN EL PROCESO DE PROFUNDIZACIÓN DEL CONCEPTO SOBRE OCHO DIMENSIONES: VALORES ÉTICOS, BENEFICIOS ECONÓMICOS, MEDIO AMBIENTE, EXPECTATIVAS O DEMANDAS SOCIALES, ESTRATEGIA GERENCIAL ORIENTADA HACIA LA ACCIÓN, AUDIENCIAS RELEVANTES, SOSTENIBILIDAD, Y RESPONSABILIDAD Y AUDITORÍA SOCIAL.

que es correcto y justo; respetar los derechos morales de las personas y evitar dañar o herir, así como prevenir el daño que otros pudieran causar» (p. 597). Las responsabilidades éticas «no están necesariamente codificadas por la ley. Ellas derivan su fuente de autoridad de las convicciones religiosas, las tradiciones morales, las prácticas humanas y los compromisos asumidos por los derechos humanos» (p. 597). La RSE «es moralmente obligatoria y va más allá del cumplimiento de las obligaciones económicas y legales de la empresa, pues evita cualquier daño social, aún si al actuar de esa manera el negocio no se beneficia» (p. 605).

4) Responsabilidades filantrópicas: son aquellas que involucran el compromiso hacia el bien común «a pesar de que represente un costo posible, probable o incluso definitivo para el negocio. La RSE busca que las empresas vayan más allá de prevenir o rectificar los daños que han causado (RSE ética) y asuman que también tienen responsabilidad por las deficiencias en el bienestar público que no han causado» (p. 605). Ello incluiría las acciones que la empresa no tiene la obligación moral de realizar, pero que son «beneficiosas para las personas que están relacionadas con ella, aunque no lo sean necesariamente para la empresa misma» (p. 605).

años setenta, el foco se trasladó a la capacidad de la empresa para responder a su entorno. Bajo el término «responsabilidad social empresarial» o RSE, surgió la pregunta acerca de si era posible, cómo y con qué consecuencias, que las compañías se adaptasen a las necesidades específicas de la sociedad (Wolff y Barth, 2005, p. 6).

Entre 1970 y 1990 y en paralelo con el desarrollo de la RSE, otros conceptos comenzaron a aparecer, a menudo referidos a temas ambientales tales como desarrollo sostenible y sostenibilidad. Los resultados obtenidos por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medioambiente llevada a cabo en Estocolmo, en 1972; por el reporte de la Comisión Mundial de Medioambiente y Desarrollo (WCED); y el REPORTE BRUNDTLAND (1987), estimularon este movimiento. El REPORTE BRUNDTLAND popularizó el concepto de desarrollo sostenible como aquel «que cubre las necesidades de las generaciones del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones del futuro de cubrir sus propias necesidades» (Gardetti, 2005, p. 37). Asimismo, incluye el argumento de que mientras las corporaciones han sido siempre los motores del desarrollo económico, necesitan ser más proactivas en equilibrar esta fortaleza con la equidad social y la protección del

medio ambiente. No sólo porque han causado algunas de las condiciones insostenibles, sino porque tienen acceso a los recursos necesarios para atacar esos problemas.

Un estímulo adicional fue la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medioambiente y el Desarrollo, también conocida como la Cumbre de la Tierra, llevada a cabo en Río de Janeiro, en 1992. Allí se incorporó el concepto de desarrollo sostenible en el mundo de los negocios. La respuesta de la industria se produjo por etapas. Primero fue la Cámara de Comercio Internacional, que mostró signos de apoyo cuando publicó su CAPÍTULO DE NEGOCIOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE en 1990. Luego, en 1992, apareció el libro CAMBIANDO EL CURSO de Schmidheiny (1992) y se creó el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (Business and Sustainable Development, 2007). A pesar de que el REPORTE BRUNTLAND solo incluye el factor medioambiental, el concepto de desarrollo sostenible se ha expandido desde entonces para incluir consideraciones de dimensión social como parte inseparable del desarrollo. El apoyo al desarrollo sostenible es tanto una necesidad económica como una necesidad medioambiental

desarrollo de la RSE. Esta teoría propone que la responsabilidad del negocio no es con la sociedad en general, sino con los accionistas, empleados, clientes, proveedores y la comunidad local (Van der Putten, 2005). Como menciona Wilson (2003), esta teoría fue popularizada por el libro ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA: UN ENFOQUE DE LA AUDIENCIA RELEVANTE (Freeman, 1984), que define a la comunidad vinculada como cualquier grupo o individuo que pueda afectar o que es afectado por los objetivos de la organización.

Tres desarrollos principales con respecto a la globalización caracterizaron este período: la progresiva liberalización del comercio internacional; la desregulación económica, y/o la privatización llevada a cabo por muchos países, que expandió el dominio del sector privado; y los rápidos avances en la tecnología de la información y de la comunicación. Estas tendencias generaron un interés creciente en la RSE y surgió el concepto de «desempeño social de la empresa» (DSE) (Wolff y Barth, 2005). El DSE fue descrito primero por Carroll en 1979 y refleja la interacción entre los principios de la RSE1, los procesos de la RSE2 y



SI BIEN ALGUNOS ESPECIALISTAS PLANTEAN QUE LA RSE SE ORIGINÓ EN ESTADOS UNIDOS, Y QUE ESTABA ASOCIADA A LOS CONCEPTOS DE FILANTROPIA Y CARIDAD, JUHOLIN (2004) PLANTEA QUE LA RSE SURGIÓ EN EL SIGLO XIX, EN EL NORTE DE EUROPA, COMO UNA CONSECUENCIA DEL PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN: CON EL FIN DE RECLUTAR Y RETENER A SU FUERZA LABORAL, LOS FABRICANTES PAGABAN POR EL ALOJAMIENTO, LA ESCOLARIZACIÓN Y EL CUIDADO DE LA SALUD DE SUS EMPLEADOS.

y social. El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible estipuló que: «El desarrollo sostenible requiere de la integración de consideraciones sociales, medioambientales y económicas que permitan hacer juicios equilibrados para el largo plazo» (citado en Garriga y Melé, 2004, p. 61). Desde 1987, como indica Gardetti (2005), muchos líderes empresariales y corporaciones han mostrado su apoyo a los principios del desarrollo sostenible.

El surgimiento y evolución de estos principios han tenido un impacto notable sobre el concepto de RSE. Ello ha resultado en dos contribuciones significativas: la incorporación de la variable ambiental y la sostenibilidad. En esencia, las organizaciones deben satisfacer no sólo las expectativas actuales de la sociedad, sino las de las futuras generaciones. Es más: la preocupación ambiental ha causado que la RSE se traslade del nivel teórico y filosófico hacia una dimensión más concreta y práctica: la necesidad urgente de la empresa de responder a su entorno.

ETAPA DE GENERALIZACIÓN Y AUDITORÍA

Entre los años ochenta y noventa, la teoría de la comunidad vinculada (*stakeholders*) contribuyó significativamente al

las políticas desarrolladas para tratar los asuntos sociales. En el nivel micro, este modelo se enfoca en la interfaz entre la empresa y su entorno, y en el nivel macro, en los esfuerzos de la empresa para ponerse al día con las condiciones cambiantes de la sociedad (Wartick y Cochran, 1985).

El concepto del DSE creó una demanda por la ejecución de auditorías sociales orientadas a medir el desempeño social de una empresa. Así, muchas corporaciones comenzaron a estudiar y reportar sistemáticamente sus prácticas. La comparabilidad y la credibilidad de tales reportes fueron reforzadas por el surgimiento de organismos independientes como la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), que otorga la certificación medioambiental ISO 14000, así como la Confiabilidad Social 8000 (SA 8000) y la Iniciativa Global para la Información GRI.

A principios de los años noventa, debido a la creciente atención sobre la globalización, sobre los asuntos relacionados con las relaciones internacionales, tales como el papel del Estado en los países en desarrollo y la manera en que los negocios internacionales dañaban a estos países, todos ellos se convirtieron en elementos importantes de la RSE (Van der Putten, 2005).

En este sentido, y desde esta perspectiva del desempeño empírico y los efectos medibles del comportamiento corporativo responsable, Wood (1991) dividió la RSE en las siguientes categorías (p. 694):

1) Los principios de responsabilidad social corporativa, incluyendo la legitimación (en el nivel institucional), la responsabilidad pública (en el nivel organizacional) y la discrecionalidad gerencial (en el nivel individual).

2) Los procesos de la responsabilidad social corporativa, como la evaluación ambiental, el manejo de audiencias relevantes y la administración de problemas complicados.

3) Los resultados del comportamiento corporativo, que van desde las políticas sociales hasta los impactos de dichas políticas.

El impacto de la problemática medioambiental, de la sostenibilidad y la propuesta de conceptos de auditoría como el del triple balance (Elkington, 1999), provocaron la inclusión de tres dimensiones de sostenibilidad dentro del concepto de la RSE: el balance social, el ecológico y el económico. El Banco Mundial (2006) define el principio del triple balance como sigue (p. 6):

1) El balance económico se refiere al desempeño financiero de la empresa, la sostenibilidad de su negocio y su capital humano.

2) El balance ambiental tiene que ver con el impacto de los productos y las operaciones de la empresa sobre el medioambiente y la naturaleza de sus emisiones y desperdicios.

3) El balance social se enfoca en la diversidad étnica y de género, en los salarios y las horas de trabajo, y en la seguridad del personal y las contribuciones que la empresa hace a los servicios comunitarios.

A su vez, el triple balance generó el concepto de «confiabilidad corporativa». A medida que las empresas asuman compromisos con otros grupos de audiencias relevantes, su desempeño será más confiable para la sociedad. Esta confiabilidad está referida a las obligaciones que cada uno tiene para explicar, justificar e informar sobre sus acciones (Wilson, 2003).

La confiabilidad corporativa incorporó el triple balance en una única medición integral. Los datos económicos son ajustados a fin de poder compatibilizar las dimensión ambiental y la dimensión social con el Índice de Bienestar Económico Sostenible, en el cual la medición del valor agregado económico del bienestar es ajustado mediante la resta de los costos asociados con factores tales como el desempleo y la contaminación ambiental (Banco Mundial, 2006). A fines de los años noventa, el término «sostenibilidad corporativa» surgió como un nuevo paradigma empresarial. Este concepto incluía la necesidad de crecimiento y rentabilidad, pero también le daba importancia a la protección del medioambiente, la justicia social y la equidad, al desarrollo económico y al desempeño, y a la difusión pública de este desempeño (Wilson, 2003).

En esta etapa, las principales contribuciones para una conceptualización más adecuada de la RSE establecieron que la atención no debía enfocarse en el concepto general de sociedad, sino en la sociedad específica que está representada por las audiencias relevantes con las que la em-

presa mantiene un contacto permanente: accionistas, empleados, clientes, proveedores y comunidades locales. Esta etapa promovió el traslado desde un nivel teórico hacia la confiabilidad del desempeño empírico y los efectos mensurables de dicho comportamiento responsable.

A pesar de su larga historia, la evolución del concepto y la creciente importancia de la RSE alrededor del mundo, no existe una definición que sea aceptada universalmente. Son distintos los términos que en la literatura describen el fenómeno relacionado con la responsabilidad empresarial en la sociedad: responsabilidad social empresarial, ciudadanía corporativa, filantropía corporativa, apoyo corporativo, involucramiento corporativo con la comunidad, relaciones comunitarias, asuntos comunitarios, desarrollo comunitario, ciudadanía global, marketing social corporativo, sociedad y empresa, administración de asuntos sociales, política pública y empresa, manejo de audiencias relevantes, confiabilidad corporativa y sostenibilidad corporativa (Garriga y Melé, 2004; Kotler y Lee, 2005). Los criterios para definir la RSE pueden cambiar entre generaciones y culturas, y son diferentes en Europa (sociedad del bienestar) y en Estados Unidos aquellos que se manejan en los países en desarrollo. Esto se debe, principalmente, a las diferencias de cultura, al desarrollo económico, al entorno legal y político, y al clima ético organizacional y de género (Juholin, 2004; Lines, 2003; Papasolomou-Dukakis et al., 2005; Singhapakdi y Karande, 2001).

De acuerdo con Garriga y Melé (2004), el campo de la RSE ha crecido significativamente y contiene una amplia proliferación de teorías, enfoques y terminologías que son controversiales, complejas y poco claras. En un artículo reciente, los autores proporcionan una revisión de las principales teorías sobre la RSE, clasificándolas en cuatro categorías:

1) Teorías éticas: basadas en los requerimientos éticos de la relación entre la empresa y la sociedad, involucran principios que expresan lo que es correcto o necesario hacer para tener una buena sociedad. Dentro de este grupo, los autores distinguen la teoría normativa acerca de las audiencias relevantes, los derechos universales, el desarrollo sostenible y el enfoque hacia el bien común.

2) Teorías instrumentales: estas teorías asumen que las empresas son un instrumento para la creación de riqueza, se enfocan en la RSE como una herramienta estratégica para la creación de beneficios económicos y centran su preocupación en la maximización del valor para los accionistas, al marketing orientado a la responsabilidad social y a las estrategias para impulsar ventajas competitivas. En este grupo, los autores incluyen tres enfoques: inversión social en un contexto competitivo, visión de la empresa basada en los recursos naturales y capacidades dinámicas, e implementación de estrategias para la base de la pirámide de ingresos.

3) Teorías integracionales: estas teorías estudian las empresas que se enfocan en la satisfacción de las demandas sociales, centrándose en asuntos gerenciales, en el principio de la responsabilidad pública,

en el manejo de las audiencias relevantes y en el desempeño corporativo y social. Estas teorías sugieren usualmente que la continuidad de las corporaciones depende de la sociedad.

4) Teorías políticas: éstas se relacionan con el poder de las corporaciones en la sociedad y su responsabilidad inherente de desempeñar un papel positivo en su entorno social. Se enfocan principalmente en el «constitucionalismo corporativo» (las diferentes presiones que ejercen los grupos relacionados con la empresa restringen el poder en la organización de la misma forma que lo hace una constitución con un país), en los contratos sociales integracionales y en la ciudadanía corporativa.

En vista de que no existe una única definición de RSE, tampoco existe un criterio uniforme con respecto a los componentes de las demandas sociales. Éstas pueden ser tan amplias como las definidas por el Banco Mundial (2006):

1) Protección ambiental enfocada en hallar soluciones sostenibles para el uso de los recursos natura-

6) Ampliación del papel que las empresas pueden tener como socias en el desarrollo de la salud y en la promoción del bienestar de la comunidad internacional.

7) Desarrollo de la educación y el liderazgo enfocado en el rol que las empresas pueden desempeñar en conjunto con el sector privado y la sociedad civil para proporcionar el acceso a educación de calidad para todos.

8) Expandir el rol que las empresas pueden desempeñar junto con otros grupos de la sociedad para apoyar las operaciones de ayuda humanitaria.

9) Demandas sociales relacionadas con el mercado, incluyendo distribución, marketing ético, precios, facturación, privacidad del consumidor, disponibilidad de información de productos, seguridad y calidad de productos, marketing dirigido a niños, impacto medioambiental y el movimiento internacional de consumidores.

En resumen, las investigaciones sobre la RSE han generado resultados fructíferos que se hacen evidentes en el proceso de profundización del concepto sobre ocho dimensiones: valores éticos, beneficios económicos, me-



A LO LARGO DE LOS ÚLTIMOS CINCUENTA AÑOS, EL CONCEPTO DE RSE HA IDO GANANDO PRESENCIA EN EL CONTEXTO GLOBAL. CADA DÍA HAY UNA MAYOR DEMANDA DE LOS MERCADOS Y LA SOCIEDAD PARA QUE LAS COMPAÑÍAS NO SÓLO OBTENGAN BENEFICIOS ECONÓMICOS, SINO QUE CONTRIBUYAN A LA SOLUCIÓN DE LOS PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LAS COMUNIDADES EN LAS CUALES OPERAN.

les que reduzcan el impacto que las empresas ejercen sobre el medioambiente.

2) Condiciones laborales que incluyan la libertad de asociación, negociación colectiva, la eliminación del trabajo forzado y de la discriminación laboral, la abolición del trabajo infantil, códigos decentes de conducta profesional y un equilibrio apropiado entre el trabajo y otros aspectos de la vida de las personas.

3) Hallar maneras de hacer negocios en el mundo que respeten los derechos humanos y la justicia social y que faciliten el desarrollo adecuado de las economías emergentes.

4) Participación en actividades de la comunidad incluyendo la asociación comunitaria, donaciones de planilla, cooperación comunitaria global, programas de capacitación profesional y organizacional para los trabajadores, y voluntariado.

5) Desarrollo económico y empresarial enfocado en la competitividad, desarrollo de empresas medianas y pequeñas, impulso de las habilidades empresariales, desarrollo económico de la comunidad, y microfinanzas en economías emergentes.

dioambiente, expectativas o demandas sociales, estrategia gerencial orientada hacia la acción, audiencias relevantes, sostenibilidad, y responsabilidad y auditoría social.

En consecuencia, la siguiente definición toma e integra elementos de estas áreas y diferentes enfoques: la RSE involucra el manejo de una empresa que posee una estrategia gerencial orientada a la acción basada en un conjunto de políticas, prácticas y programas que se encuentran integrados en las operaciones del negocio. La toma de decisiones incluye un compromiso voluntario de contribuir con el desarrollo sostenible mediante la adopción de medidas que equilibren las demandas de todas las audiencias relevantes (accionistas, empleados, clientes, proveedores y las comunidades locales).

Estas decisiones deberían maximizar el impacto positivo y minimizar los efectos negativos del negocio. Además, también deberían mantener su preocupación por las necesidades de largo plazo de la sociedad. De esta forma, podrán apuntar hacia las expectativas éticas, legales, medioambientales y comerciales de la sociedad, tratando de que su desempeño refleje su responsabilidad con la sociedad, y explicando, justificando e informando sobre sus acciones. ■

REFERENCIAS

- Boston College. (2004). *Corporate giving standard survey results*. Retrieved March 3, 2006, from <http://www.bcccc.net/index.cfm>
- Business and Sustainable Development (2007). *Business and Sustainable Development: A Global Guide*. Retrieved February 27, 2007, from www.bsdglobal.com/tools/system_sa.asp
- Bowen, H.R. (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*. New York, Harper.
- Carroll, A. B. (1979). A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review* 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Elkington, J. (1999). Triple bottom-line reporting: Looking for balance. *Australian CPA* 69(2), 18-21.
- Fernandez, R. (2005). *Administración de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: Internacional Thomson Editores Spain.
- Freeman (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Gardetti, M. A. (2005). Desarrollo sustentable, sustentabilidad y sustentabilidad corporativa. In M. Gardetti (Ed.), *Textos en sustentabilidad empresarial* (pp. 173). Buenos Aires: La-Bell.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71.
- Jacoby, S. M. (1997), *Modern manners: Welfare capitalism since the New Deal*. Princeton: Princeton University Press.
- Juholin, E. (2004). For business or the good of all? A Finnish approach to corporate social responsibility. *Corporate Governance*, 4(3), 20-31.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility—doing the most good for your company and your cause*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-630.
- Lines, V. L. (2003). Corporate reputation in Asia: Looking beyond bottom-line performance. *Journal in Communication Management*, 8(3), 233-245.
- McKinsey. (2006, January). The McKinsey global survey of business executives: Business and society. *The McKinsey Quarterly*, 1-5. Retrieved June 1, 2006, from <http://www.mckinseyquarterly.com>
- Papasolomou-Dukakis, I., Krambia-Kapardis, M., & Katsioloudes, M. (2005). Corporate social responsibility: the way forward? Maybe not! *European Business Review*, 17(3), 263-279.
- Schwalb, M. M., & García, E. (2003). *Evolución del compromiso social de las empresas: historia y enfoques*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Schwalb, M. M., & Malca, O. (2005). *Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Singhapakdi, A., & Karande, K. (2001) How important are ethics and social responsibility? *European Journal of Marketing*. 35(1/2), 133-152.
- Smith, N. C. (2003). Corporate social responsibility: Whether or how? *California Management Review*, 45(4), 52-76.
- United Nations. (2003). *Global environment outlook*. Retrieved March 12, 2007, from <http://www.unep.org/geo/yearbook>
- United Nations. (2005). *Global environment outlook*. Retrieved March 12, 2007, from <http://www.unep.org/geo/yearbook>
- Van der Putten, F. P. (2005). A research agenda for international corporate social responsibility. *NRG working paper series*, 5-9.
- Wartick, S. L., & Cochran, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *The Academy of Management Review*, 10(4), 758-769.
- Wilson, M. (2003). Corporate sustainability: What is it and where does it come from? Retrieved March 29, 2006, from IVEY Business Journal on Line www.iverybusinessjournal.com
- Wolff, F., & Barth, R. (2005). *Corporate social responsibility: Integrating a business and societal governance perspective. The RARE project's approach*. Retrieved March 29, 2006, from The Rhetoric and Realities: Analyzing Corporate Social Responsibility in Europe, RARE project Web site: www.rare-eu.net/fileadmin/user_upload/documents/RARE_Background_Paper.pdf
- Wood, D. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management*. 16(4), 621-718.
- World Bank. (2004). *Responsible growth for the new millennium*. Retrieved March 12, 2007, from <http://www.worldbank.org>
- World Bank Institute. (2006). CSR main concepts—supplemental material to CSR course. Retrieved March 29, 2006, from <http://info.worldbank.org/etools/docs/library/57527/csr%5Fmainconcepts.pdf> ■