



Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones

Social business responsibility: evolution and importance inside organizations

Ana Karina Palacio Flórez *

Resumen: La Responsabilidad Social empresarial es un concepto bastante amplio y visto desde diferentes perspectivas, las cuales han ocasionado confusión dentro de las organizaciones que no reconocen lo que realmente implica ser socialmente responsable, al confundirla con obras de caridad y reducción de impuestos, dejando de lado su verdadero significado. Esta investigación muestra la evolución de la RSE mediante una línea de tiempo que permite establecer los hitos más relevantes de esta temática y como desde los mismos cambios del entorno se incluyen nuevos conceptos y variables que determinan su desarrollo dentro de una organización. Se realizó una revisión de literatura en diferentes fuentes de información secundaria, bases de datos y plataformas científicas a fin de seleccionar artículos pertinentes para la temática, dado que el principal objetivo es establecer la evolución del concepto a lo largo del tiempo, concluyendo así que la RSE se amolda a las décadas y cambios tecnológicos.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Ética Empresarial, Responsabilidad Social Corporativa, Pymes.

Abstract: Corporate Social Responsibility is a fairly broad concept and seen from different perspectives, which have caused confusion within organizations that do not recognize what it really means to be socially responsible, by confusing it with charitable works and tax cuts, leaving aside its true meaning. This research shows the evolution of CSR through a timeline that allows to establish the most relevant milestones of this topic and how from the same changes of the environment new concepts and variables are included that determine its development within an organization. A literature review was carried out in different secondary information sources, databases and scientific platforms in order to select relevant articles for the topic, since the main objective is to establish the evolution of the concept over time, thus concluding that the CSR adapts to decades and technological changes.

Keywords: Business social responsibility, Business ethics, corporate social responsibility, Pymes

* Administradora de Empresas con énfasis en Gerencia de proyectos en formación, Universidad Simón Bolívar. Semillero de investigación del Grupo: Gestión Organizacional. Universidad Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla (Colombia).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6117-220X> - apalacio19@unisimon.edu.co

Artículo de revisión. **Sección:** Contabilidad social y ambiental

Recibido: 22/09/2019 **Aceptado:** 18/03/2020 **JEL:** M00, M14. **Licensed under a:** 

Citación: Palacio, A. K. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(15), 75-85.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto bastante amplio y que puede verse desde diferentes perspectivas, tal es así que hoy en día las empresas sin importar su tamaño aún confunden lo que en realidad es Responsabilidad Social Empresarial con obras de caridad o con la famosa filantropía con la que fue abordado el concepto inicialmente. A raíz de este inconveniente, mundialmente las empresas sin importar si son grandes, medianas o pequeñas están realizando una serie de actividades y estrategias en torno a este tema, ya que este concepto implica una mayor demanda que invita a las organizaciones a ir más allá de simples obras benéficas e identifiquen la forma en que realmente sus acciones impactan en la comunidad y el entorno donde se desenvuelven siempre mirando desde tres perspectivas: Social, Económica y Ambiental. Esto se debe a que si una organización solo mira la parte social y económica puede decirse que es una empresa equitativa, si se contempla la parte social y ecológica es una organización soportable y si solo se basa en lo ecológico y económico se dice que puede llegar a ser viable. Mientras que una organización que contempla los 3 aspectos (Social, Económico, Ambiente) se dice que llega a ser una organización sostenible. Es así como con base en lo anterior, la presente ponencia busca mostrar la evolución del concepto de responsabilidad social a lo largo del tiempo a fin de contemplar los hitos más importantes de su desarrollo y ver como desde los mismos cambios del entorno empresarial se empiezan a incluir nuevos conceptos y variables que determinan el verdadero desarrollo de la responsabilidad social para una organización.

Antecedentes

La responsabilidad social empresarial (RSE) surge entre el siglo XIX y XX como una participación voluntaria de las empresas frente a la influencia y resolución de conflictos que tiene la sociedad, de tal forma que aportan en el desarrollo y sostenibilidad de la misma, mediante la creación de normas y pautas dadas por las alianzas entre gobierno y empresas que les permitan lograr tal fin. Cabe resaltar que alrededor del año 1930, las empresas implementan la RSE sin saber que más adelante las acciones realizadas por ellas en la gran depresión serían denominadas responsabilidad social empresarial, dichas acciones fueron contribuciones sociales ya que la gran depresión ocasionó un incremento en la tasa de desempleo y pobreza en países como Estados Unidos y continentes como Europa y Latinoamérica.

Más adelante, en 1950 surgieron mecanismos tributarios en Estados Unidos los cuales convirtieron a las contribuciones caritativas en una disminución de impuestos, logrando así que las empresas se interesaran aún más por la implementación de la RSE en todas sus acciones, por lo cual en 1960 algunos empresarios como Thomas Watson y David Rockefeller plantean en sí lo que se conoce actualmente como Responsabilidad Social Empresarial.

Por otra parte, la RSE ha evolucionado mediante la influencia de factores como la globalización, el desarrollo sostenible y la competitividad siendo este el factor fundamental para la supervivencia de las organizaciones en el mercado, ya que estas mismas, deben atraer a sus clientes con innovadoras y diferentes propuestas y credibilidad en las mismas, permitiendo así que en 1980 las empresas percibieran las relaciones con la sociedad como parte fundamental para su existencia. De tal forma que actualmente las empresas son percibidas en la sociedad por aspectos sociales tales como globalización, contribución a la sociedad, sensibilización en el impacto ambiental y la incorporación de prácticas socialmente responsables, de tal forma que estas son más propensas a trabajar por la RSE (Mark-Herbert y von Schantz, 2007), es decir, la RSE se desenvuelve en los ámbitos social, económico y ambiental, contribuyendo a la mejora financiera de las empresas y a su vez a un mayor posicionamiento en el mercado, mejorando su reputación, marca o imagen, además, permite conocer las expectativas de los clientes, proveedores, empleados, inversionistas y directivos para lograr el éxito competitivo que según Freeman (1984), dependerá de la capacidad que cada organización tenga para identificar sus grupos de interés, conocer sus expectativas y priorizar la implementación de prácticas que satisfagan sus intereses.

La RSE no solo es aplicada en las grandes empresas, sino en todas aquellas que se conocen como medianas o pequeñas empresas que en el mercado empresarial son denominadas Pymes, las cuales según Hernández (2009) surgen por una necesidad no satisfecha o la intención de formar un nuevo negocio, caracterizadas por las técnicas de trabajo, limitación de capacidades y recursos y la poca estrategia que estas implementan en sus procesos, de tal forma que la RSE no es solo un concepto que deben manejar las empresas sino un compromiso y el diario vivir de todas sin importar su tamaño. Las pymes al ser versiones diminutas de las grandes empresas (Tilley, 2000) tienen mayor responsabilidad de afrontar la RSE y a su vez la RSE debe amoldarse a las características y realidades que afrontan las Pymes al no estar bien posicionadas en el mercado, de tal forma que la implementación de la RSE se convierte en un reto para estas y deben

diseñar e implementar estrategias y alternativas de posicionamiento donde la RSE es una propuesta de diferenciación y fortalecimiento competitivo de las mismas en el mercado. Sin embargo, algunas teorías o casos donde se ha implementado la RSE se dice que es necesario que las Pymes aún sin importar su tamaño deben seguirse por los lineamientos que poseen las grandes empresas, para así ser más competitivas en el mercado y no sea tan notorio la brecha que existe entre grandes, medianas y pequeñas empresas que conforman el mundo empresarial.

Por otra parte, no puede dejarse de lado el hecho que existen barreras que impiden una eficiente implementación de la RSE dentro de las pymes, como es el desconocimiento por parte de la pequeña y mediana empresa de las actividades que desarrollan a diario y las convierte en empresas socialmente responsables, un claro ejemplo de ello es que en las pymes se maneja la flexibilidad de horarios, creación de empleo, garantías y satisfacción al cliente (siendo este la razón de ser de todas las empresas), sin embargo y retomando las limitaciones, las pymes no cuentan con el suficiente capital humano, siendo esta la principal razón por la que una empresa no puede ser socialmente responsable dado que los trabajadores se encuentran limitados a una sola función y sus conocimientos son limitados, es decir; solo conocen sobre la labor que desempeñan, por lo que actualmente algunas de estas pymes están invirtiendo en su talento humano, dándole la oportunidad a los trabajadores de que se preparen como profesionales y los conocimientos adquiridos sean implementados dentro de la organización a fin de que esta pueda brindar un excelente servicio al cliente ya que, aunque las actividades realizadas por las pequeñas empresas son concebidas como informales, burocráticas y espontaneas, la flexibilidad y las relaciones externas, la honestidad y la confianza que establecen con sus Stakeholders son el pilar de la consecución de ventajas competitivas, por lo que las Pymes deben preocuparse por prestar mayor atención a las necesidades de sus Stakeholders ya que al hacerlo estarán implementando mayormente la RSE.

Además, los Stakeholders de una organización o de una Pyme comprenden desde los accionistas, proveedores, gobierno hasta los mismos trabajadores y la empresa debe anticiparse a los problemas que afronta la sociedad, aunque sus acciones no los hayan afectado negativamente, por lo que reforzar las relaciones que poseen con sus grupos de interés es de vital importancia a la hora que se quiera incrementar la rentabilidad de la compañía y adquirir una imagen socialmente responsable. Igualmente, en una visión moderna, la RSE debe preocuparse por la vida y el planeta contribuyendo a la creación de una cosmovisión de tal modo que ya no

solo se tiene en cuenta al individuo sino a la organización. Por lo que es de vital importancia que este tipo de organizaciones maneje normas o políticas medio ambientales que protejan no solo el entorno en el que se desenvuelven, sino que ayuden a crear consciencia en los demás entornos, incluso en otras organizaciones que la rodeen.

Por otra parte, en la implementación de la RSE dentro de las Pymes debe tenerse en cuenta que la sostenibilidad de una empresa depende de las decisiones y las características que estas posean y que dichas decisiones son tomadas por la alta gerencia, se tienen en cuenta la teoría de la elección estratégica (Child, 1972) y la teoría del escalafón superior (Hambrick y Mason, 1984) ya que con estas se pretende explicar cómo el reflejo de los atributos y características de los miembros de la alta dirección influyen en la toma de decisiones y a su vez distinguiendo tres características fundamentales del comportamiento de los individuos como son la edad y el género y la habilidad intelectual de cada ser.

Cabe resaltar, que la implementación de la RSE trae consigo ventajas para todas las empresas, bien sean grandes, medianas o pequeñas, tales como: el mejoramiento de imagen y reputación, ya que una empresa al ser reconocida como entidad responsable socialmente tiene un plus ante las empresas u organizaciones que no lo son, ahora bien, es indispensable que aquellas empresas que ya son responsables socialmente continúen en este proceso de mejora continua no solo para beneficio de la organización sino de la sociedad en general a la que se dirigen, así mismo, otra ventaja que proporciona la RSE es la facilidad de introducción en nuevos mercados, bien sean tradicionales o de financiación, siendo esto una manera o “excusa” de utilizar eficientemente los recursos, ya sea en la misma actividad que se esté realizando o en la incursión de un nuevo negocio, sin dejar de lado la gestión humana que ha sido un apoyo para la competitividad de las organizaciones ya que parte desde una perspectiva administrativa preocupada por el crecimiento de problemas en las organizaciones siendo la globalización uno de ellos debido a la gran demanda de productividad, competitividad, flexibilidad y diseño organizacional.

La RSE ha presentado cambios que según LEE (2008) se deben a aspectos tales como el foco de análisis el cual se concentraba en aspectos macro-sociales de la RSE y en segunda medida a las perspectivas tanto éticas y normativas enfocados en el desempeño de la organización, mientras que Friedman (1970) afirma que la única responsabilidad de las empresas es más que la responsabilidad de generar utilidades para los accionistas y a

su vez se concibe la empresa como un proyecto económico dirigido por un empresario quien debe velar que la competencia sea sana, sin fraude o engaño y como un segundo punto Friedman afirma que la responsabilidad se extiende hasta los Stakeholders de tal forma que si se realiza un nuevo proyecto este debe incluir a los Stakeholders debido a los impactos que generen en estos, así pues, es importante mencionar que según Bourdieu (2003), existen cuatro elementos que muestran la poca claridad sobre la RSE, siendo el primer elemento la tenencia de una RSE blanda a la ausencia de la misma, dado que el concepto de Responsabilidad social empresarial aún se encuentra en desarrollo dentro de las organizaciones a nivel mundial, el segundo elemento es que la RSE ha evolucionado de forma voluntaria por lo que no es obligación de ninguna empresa aplicarla dentro de sus procesos, como un tercer elemento Bourdieu afirma que las iniciativas de RSE han ido evolucionando a lo largo de la historia por las demandas existentes de la sociedad, es decir, los grupos de interés son una de las principales preocupaciones de las organizaciones por lo que él considera que la RSE debe alinearse a los planes de negocio que presenten las organizaciones, finalmente como cuarto elemento, Bourdieu afirma que “Conseguir un trabajo coordinado en pos de la transparencia, implica el carácter universal y transversal de criterios que nos permitan medir, comparar y evaluar el avance en el camino hacia el desarrollo sostenible, por lo que las iniciativas internacionales son preferibles sobre prácticas locales o regionales, que pueden estar alineadas con objetivos y visiones poco “transparentes” y homogéneas y no promueven la internacionalización”, es decir; las organizaciones deben guiarse por empresas extranjeras o multinacionales que verdaderamente apliquen la RSE en pro de ser sostenibles y sustentables, lo cual permitirá abrir camino en mercados extranjeros.

Por otra parte, la naturaleza de la RSE según Alvarado y Schlesinger (2008) es entendida en cuatro dimensiones como son la económica entendida como la expectativa de eficiencia y eficacia de las empresas, la legalidad siendo el arreglo jurídico establecido por la organización, la ética quien hace referencia al actuar empresarial y la filantropía que es la responsabilidad de las empresas en causas sociales, a su vez de estas cuatro dimensiones se desprenden cuatro dimensiones más, planteadas por Mercado y García (2007) quienes afirman la existencia de dimensiones internas y externas en la RSE las cuales pueden estar relacionadas con las prácticas responsables de la gestión humana y la ética empresarial de tal forma que la gestión humana desarrolla prácticas de competencia, de discrecionalidad y evaluación con el fin de mejorar la calidad de vida de los trabajadores basados en la integridad y respeto dentro de las organizaciones, por lo cual las empresas

desempeñan un papel importante en la sociedad no solo por la generación de empleos sino por las normas de conducta empresarial, con las cuales se busca minimizar los impactos sociales y ambientales que sus acciones provoquen. Además, el capital humano es la pieza clave de la organización ya que como indican Rajas y Zingales (1998; 2000) “los trabajadores no son autómatas encargados de manejar activos valiosos, sino activos en sí mismos”, y Kay (1996) afirma que la compañía se basa en las relaciones a largo plazo de los stakeholders, donde las relaciones a largo plazo hacen parte de las relaciones internas y externas las cuales constituyen el capital social de las empresas, ayudando a mejorar los conflictos presentados dentro de la organización.

De la misma forma, dentro de la gestión humana que apoya a la RSE se destaca la ética que tienen los trabajadores al desarrollar sus actividades y el contacto con los Stakeholders, ya que dentro de la RSE no se evalúa la ética individual sino a la organización completa, entendida como un ente responsable económica, social y medio ambientalmente, por lo que puede decirse que la ética empresarial y la responsabilidad social están estrechamente relacionadas, es decir; ambos conceptos son idóneos en la toma de decisiones en cuanto a personal se refiere y son utilizadas por empresas u organizaciones que manejan un enfoque humanista, es decir; se fijan un poco más en las necesidades de sus empleados, sin dejar de lado las tareas asignadas a cada uno, así mismo, son aplicadas en la toma de decisiones operacionales y estratégicas (Hill y Jones, 2000), y con ello surge el enfoque de voluntariedad basado en las relaciones entre los Stakeholders y los resultados económicos, de tal forma que la RSE contribuye al desarrollo sostenible y equilibrado de la sociedad y del planeta de tal manera que las organizaciones en la implementación de la RSE deben analizar y velar por la condición de los recursos que son explotados y garantizar la permanencia de los mismos, por lo cual la RSE en las dimensiones social, ambiental y económica planteadas anteriormente debe tener en cuenta aspectos como son: la dimensión económica interna y externa, estando enfocada en la generación de valor agregado para sus Stakeholders, de tal manera que la organización sea sustentable y la generación de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, en cuanto a dimensión social, debe tenerse en cuenta una dimensión interna, sociocultural y política de tal forma que la responsabilidad sea de todos los miembros de la organización, desde directivos hasta operarios, realizar acciones que permitan un entorno de mercado favorable, de tal forma que pueda desarrollarse plenamente la organización o un nuevo proyecto de la misma y que favorezca a la comunidad, por ejemplo: Generación de empleo, en la parte ecológica, las

organizaciones deben tener en cuenta que las actividades que realicen pueden atentar hacia el medio ambiente por lo que es necesario que las organizaciones velen por el restablecimiento y cuidado de los recursos que utilizan para la fabricación de bienes, finalmente la RSE como su nombre lo indica es una cuestión social donde las empresas voluntariamente hayan decidido implementar las estrategias de la RSE.

Metodología

Metodológicamente se realizó revisión de literatura en diferentes fuentes de información secundaria que abarcan el tema de responsabilidad social empresarial. Las consultas del tema se realizaron en bases de datos y plataformas como: Redalyc, Dialnet, Universia, Google académico, entre otras; con la finalidad de conglomerar y seleccionar artículos pertinentes para la temática. La búsqueda de información en libros y trabajos de grado también cobraron gran importancia dado que se logró recabar en aspectos importantes del concepto y que sirvió como material de estudio.

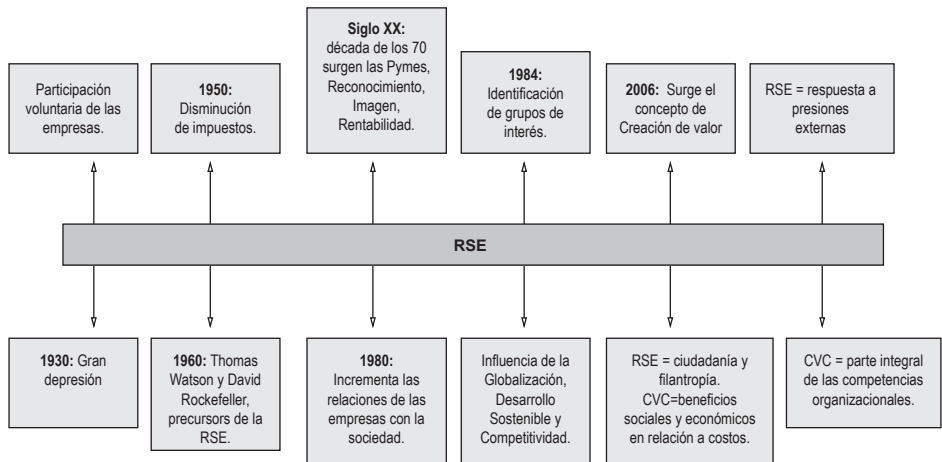
Para la obtención de información se utilizaron como palabras clave Responsabilidad social empresarial, Responsabilidad social corporativa y Ética empresarial. Durante este proceso fueron recopilados aproximadamente 50 artículos que abordan el tema de la Responsabilidad Social empresarial desde diferentes perspectivas y mediante la revisión exhaustiva de los mismos se identificaron aquellos que representaban mayor relevancia para la construcción de la línea de tiempo. En este orden de ideas, se realizó un filtro de la información obtenida inicialmente, quedando así con 33 artículos con los que se procedió a realizar fichas bibliográficas a fin de compararlos y relacionarlos, además esto permitió conocer la data del artículo y ordenar cronológicamente los archivos encontrados y de esta manera se inicia la organización cronológica de la evolución del concepto.

Resultados

Como resultado derivado de la investigación, se obtuvo una línea de tiempo (Ver figura 1 Línea de Tiempo de la Responsabilidad Social Empresarial) en la que se evidencia el inicio de la RSE en el siglo XIX y como esta ha ido evolucionando y cambiando por influencias del entorno. La línea de tiempo parte del siglo XIX y termina en el siglo XX con el surgimiento de

las Pymes y los factores en la que la implementación de RSE dentro de estas organizaciones ha influido, sin embargo, cabe aclarar que la RSE sigue avanzando hasta nuestros días y aún más con la continuidad que han tenido las pymes en su proceso de implementación.

Figura 1. Línea de Tiempo de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Construcción propia.

Se puede observar como la responsabilidad social empresarial no es un concepto nuevo o ajeno en las organizaciones, desde hace muchos años el concepto permea el ámbito organizacional siendo parte fundamental del desarrollo de muchas empresas. Hoy en día el concepto sigue en constante evolución, es así como las organizaciones actuales no trabajan bajo el esquema de la responsabilidad social, sino que han virado al concepto de creación de valor compartido donde no solo las empresas tienen una responsabilidad hacia la sociedad, sino que es un accionar conjunto de las partes para lograr mejores resultados.

Conclusiones

Se concluye que la RSE a lo largo de los años ha evolucionado de tal forma que se amolda a las décadas en las que se desenvuelve, es decir, la RSE se adapta a los incesantes cambios del entorno de tal forma que cada día es un poco más fácil para las empresas acceder a la implementación de la misma, dado que como se menciona en el texto las empresas deben realizar sus actividades en torno a tres aspectos que son económico, social y ambiental para así ser una empresa sostenible y sustentable ya que mantienen una permanente relación con la crisis que se afronta dentro de las organizaciones y en la sociedad, así mismo en las relaciones establecidas entre sociedad, empresa y estado, siendo dichas relaciones relevantes a la hora de evaluar la gobernabilidad empresarial, la calidad de vida de las empresas y por ende de sus trabajadores, el establecimiento de lazos con la sociedad y el desarrollo de la misma y el cuidado y prevención del medio ambiente. Además, se infiere que la implementación de RSE en las pymes proporcionará mayor posicionamiento en el mercado y mejoramiento de imagen de estas, mayor conocimiento de las necesidades de sus Stakeholders y procesos más amigables con el medio ambiente. Finalmente, cabe resaltar que la Responsabilidad social empresarial, avanza en relación con los cambios tecnológicos y medio ambientales, pensando no solo en su beneficio propio sino en el beneficio de la sociedad dentro del proceso de la toma de decisiones, de tal forma que la RSE nuevamente se convierte en un factor que permite y facilita el crecimiento de las empresas y de la sociedad.

Referencias

- Alvarado, A. & Schlesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59.
- Bourdieu, P. (2003). *Las estructuras sociales de la economía*. Barcelona: Anagrama colección argumentos.
- Child, J. (1972). *Organizational structure, environment and performance: The role of strategic choice*. Sociology,
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Pitman, Boston).
- Friedman, M. (1970). *A Friedman doctrine: The social responsibility of business is to increase its profits*. The New York Times Magazine.

- Hambrick, D. C. y Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193-206.
- Hernández J. y Ramiro, P (2009). *El Negocio de la Responsabilidad. Crítica de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas transnacionales*. Icaria. Barcelona.
- Hill, C. y Jones, G. (2000). *Administración estratégica un enfoque integrado*. McGraw- Hill, Colombia.
- Kay, J. (1996). *The economics of business*. Oxford: Oxford University Press
- Mark-Herbert, C. y von Schantz, C. (2007). Communicating Corporate Social Responsibility. *Electronic Journal of Business Organization*, 12(2). <http://ejbo.jyu.fi>
- Mercado, P. y García, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 23(102), 119-135.
- Lee, M. D. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73.
- Rajas. R. y Zingales, L. (1998). Power in a theory of the firm, *The Quarterly Journal of Economics*, 113(2), 387-432.
- Rajas, R. y Zingales, L. (2000). *The governance of the new enterprise*, en VIVES, X. (ed.), *Corporate Governance: theoretical and empirical perspectives*, Cambridge: Cambridge University Press
- Tilley, F. (2000). Small firm environmental ethics: How deep do they go? *Business Ethics: A European Review*, 9(1), 31-41