



Estudios Gerenciales

ISSN: 0123-5923

estgerencial@icesi.edu.co

Universidad ICESI

Colombia

CRESPO RAZEG, FARIDE
ENTRE EL CONCEPTO Y LA PRÁCTICA: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
Estudios Gerenciales, vol. 26, núm. 117, octubre-diciembre, 2010, pp. 119-130
Universidad ICESI
Cali, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21218551006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

ENTRE EL CONCEPTO Y LA PRÁCTICA: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL¹

FARIDE CRESPO RAZEG*

Administradora de Empresas, Universidad Icesi, Colombia.
Profesora, Departamento Gestión Organizacional, Universidad Icesi, Colombia.
Grupo de Investigación "Competitividad y Mercadeo en las Organizaciones", afiliado a la Universidad Icesi,
Clasificación B de Colciencias.
fcrespo@icesi.edu.co

Fecha de recepción: 14-07-2009

Fecha de corrección: 10-09-2010

Fecha de aceptación: 11-10-2010

RESUMEN

Dada la importancia del concepto de responsabilidad social en el mundo de los negocios, la poca claridad y relación con las prácticas; es primordial tratar de entenderlo para definirlo y de esta forma saber cuáles son las acciones a implementar para ser socialmente responsable. Por ello, el objetivo del presente artículo es presentar dos tipos de discusiones alrededor del concepto, por un lado, lo que se podría llamar las cuestiones conceptuales o teóricas, y por otro, presentar algunos de los estudios desarrollados en Latinoamérica, especialmente en Colombia. Para lo anterior fue necesario hacer una genealogía sobre el concepto por medio de una revisión bibliográfica para encontrar la importancia de la relación entre lo teórico y lo empírico.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad social empresarial (RSE), responsabilidad social corporativa (RSC), prácticas socialmente responsables.

Clasificación JEL: M14

¹ Documento elaborado con la colaboración de Ana Lucia Paz, Edgar Benítez, José Darío Sáenz, Viviam Unas, César Ibáñez y Nathalia Muñoz; miembros del grupo de investigación que está desarrollando el proyecto: "La intervención social en Cali en el marco de la RSE", de la Universidad Icesi.

* Dirigir correspondencia a: Universidad Icesi, Calle 18 No. 122-135, Cali, Colombia.

ABSTRACT

Corporate social responsibility: from the concept to the practice

Because of the importance of the concept of social responsibility in the world of business and the lack of understanding and relation with practices, it is essential to attempt to understand this concept in order to define it, thus learning what actions can be implemented to be socially responsible. Therefore, this article is aimed at demonstrating two kinds of discussions that have been developed around this concept in a general manner. On the one hand, there is a review of what could be called conceptual or theoretical issues, and on the other hand, there is also a discussion of a series of studies conducted in Latin American countries, especially in Colombia. In consideration of the above, became a genealogy of the concept through a literature review, establishing the importance of the relation between the theoretical and the practice.

KEYWORDS

Entrepreneurial social responsibility, corporate social responsibility, socially responsible practices.

RESUMO

Entre o conceito e a prática: responsabilidade social empresarial

Dada a importância do conceito de Responsabilidade Social no mundo dos negócios, a pouca clareza e a relação com as práticas, é fundamental tentar compreendê-lo para o definir e desse modo saber quais são as ações a implementar para ser socialmente responsável. Portanto, o objetivo deste trabalho é apresentar dois tipos de discussões sobre o conceito, por um lado, o que se poderia chamar de questões conceituais ou teóricas, além de apresentar alguns dos estudos desenvolvidos na América Latina, especialmente na Colômbia. Para isso foi necessário fazer uma espécie de genealogia sobre o conceito por meio de uma revisão bibliográfica, encontrando a importância da relação entre o teórico e empírico.

PALAVRAS CHAVE

Responsabilidade social empresarial (RSE), responsabilidade social corporativa (RSC), práticas socialmente responsáveis.

INTRODUCCIÓN

Con el propósito de hacer un acercamiento al concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se hizo una revisión bibliográfica que abarca varias discusiones teóricas sobre el concepto para conocer algunas de las investigaciones empíricas desarrolladas en los últimos años. En cualquier proyecto de investigación la fase de revisión bibliográfica adquiere importancia en tanto permite establecer cómo ha sido el desarrollo del concepto y conocer tanto las metodologías utilizadas en cada investigación como las conclusiones a las que han llegado, de acuerdo con los objetivos de cada proyecto.

Ahora bien, a lo largo de los documentos revisados, los cuales se van a presentar a continuación, se observa constantemente la dificultad o imposibilidad de establecer una definición aceptada sobre este concepto y, por ende, determinar cuáles son los elementos que debe cumplir una empresa para ser socialmente responsable (Barroso, 2008; Magno y Silva, 2007; Mercado y García, 2007; Perdiguero, 2003; Rostein, 2004). Al tratar de avanzar sobre el conocimiento del tema se encuentran tres tipos de definiciones: por un lado las de instituciones dedicadas a ayudar a las empresas a evaluar e implementar acciones de RSE, las cuales están sujetas a la medición de características empresariales; también las definiciones que han surgido a partir de investigaciones realizadas en diferentes países (Barroso, 2008; Mercado y García, 2007; Rostein, 2004); y por último, la definición que se ha popularizado, la cual plantea que la empresa está siendo socialmente

responsable en el momento en el que realiza acciones que sobrepasan las obligaciones legales determinadas por los gobiernos; el problema con esta definición está en determinar dónde inicia y dónde termina el ‘más allá’ de las acciones para cumplir con lo que implica la RSE.

En este sentido, el propósito que ha dado origen a las investigaciones realizadas sobre este tema es reiterativo. Por un lado, la necesidad de comprender y definir el concepto, sin olvidar otros objetivos como las motivaciones que han propiciado estas prácticas y algunas características que deben tener las empresas que se definen como socialmente responsables; para lo cual es primordial contar con una definición del concepto y así poder determinar cuáles son las prácticas socialmente responsables de las empresas. Ahora bien, dentro de los textos encontrados (Barroso, 2008; Magno y Silva, 2007; Mercado y García, 2007; Perdiguero, 2003; Rostein, 2004), los cuales parten de investigaciones adelantadas sobre el tema de RSE, se manifiesta una constante: a pesar de encontrar diferentes y variadas definiciones sobre el concepto, no hay claridad sobre el mismo, y por ende, sobre sus prácticas.

I. DISCUSIÓN CONCEPTUAL

A partir de lo anterior, se hace un acercamiento al concepto con un recorrido por la historia del mismo, tratando de hacer una breve genealogía, a través de los discursos alrededor del concepto, sobre todo en Europa y Norte América, ya que, según Perdiguero (2003) se encuentra gran cantidad de bibliografía sobre el tema. Se empieza el recorrido desde los años

veinte haciendo un salto a la década del cincuenta a partir de donde se harán cortes decenales, tomando de cada década puntos que se consideran relevantes sobre el concepto.

En este sentido, Lozano y Soler (2000) plantean que en los años veinte, se produjeron los primeros avances en la construcción de la idea de RSE como práctica organizacional, y lo relacionan con la problemática social que se estaba viviendo a partir del modelo liberal o de libre mercado de la época. Así, por el incumplimiento de las expectativas del modelo, el cual más que lograr un equilibrio o una mejora para acceder a bienes, propició todo lo contrario, se produjo un desequilibrio en la distribución de la riqueza. Como una medida para solucionar este problema surgen las llamadas prácticas filantrópicas y voluntariado por parte de un grupo de personas, sobre todo de la nobleza y la burguesía (sector comercial, industrial y financiero). De esta forma, desde la década de los años veinte el concepto de RSE, da inicio a la construcción de la idea de RSE.

Ahora bien, Carroll (1999) hace un recorrido por las transformaciones que ha sufrido el término desde los años cincuenta. Carroll, a diferencia de Lozano y Soler (2000), plantea que el surgimiento del concepto se da a partir de la década del cincuenta. Al leer el texto de Carroll cabe hacer una pequeña aclaración sobre el tratamiento que le da al concepto, ya que él lo denomina como Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Para entender estas dos acepciones es importante conocer las diferencias o semejanzas existentes entre los conceptos RSE y

RSC: por un lado, la empresa es una unidad económica con fines de lucro, que cuenta con diferentes tipos de capital (económico, humano, etc.) para producir bienes o servicios. Por otro lado, la corporación es una persona jurídica, la cual posee derechos amparados por la ley, similares a aquellos de una persona natural. Una de las características propias de la corporación es que los accionistas no son responsables de las obligaciones de la misma, ya que su responsabilidad está limitada por los aportes que hayan realizado.

Al continuar con el recorrido por las transformaciones del concepto, se podría considerar que en los primeros años de la década del cincuenta, más que hablar del concepto de RSC o RSE, se trataba el concepto sólo como Responsabilidad Social. En este sentido, Bowen (1953) marca el inicio de un nuevo periodo en la literatura empresarial, puesto que hace especial énfasis en el tema de responsabilidad social, hecho por el cual Carroll (1999) lo hace acreedor al título de padre del concepto de RSC. Contrario a las ideas de RSE de los años veinte, que se direccionaban a las prácticas filantrópicas o de voluntariado, Bowen se preguntaba sobre las responsabilidades de la sociedad que podían y debían ser asumidas por los empresarios, teniendo en cuenta que las empresas eran el centro de poder donde se tomaban decisiones que incidían en la vida de los ciudadanos.

En la década del sesenta se produce una proliferación de literatura sobre el tema, y también se presentan definiciones más formalizadas y precisas. Esta extensión literaria se refleja en

el tipo de literatura que se produce en los años setenta, ya que como en el decenio anterior se había avanzado en una construcción conceptual, esta década estuvo marcada por las exposiciones sobre las transformaciones sufridas por el concepto (Heald, 1970); así como críticas y análisis de las definiciones y puntos de vista sobre el mismo (Johnson, 1971).

Es importante detenerse un poco en la década de los años setenta, ya que también se trabajó en nuevas definiciones que le dieron un enfoque diferente al concepto. Así, se encuentra la idea de la corresponsabilidad que tienen los negocios para ayudar a la sociedad a alcanzar las metas básicas (Steiner, 1971), o el planteamiento de Friedman (1970) quien hace una crítica frente a las obligaciones que se le otorgan a las empresas como las de promover *finés sociales deseables*, la *conciencia social* y la obligación de *proveer el empleo*. Su argumento se sustenta en que estas proclamas no son coherentes con el sistema de libre empresa, lo que a su vez pone en peligro los fundamentos de la sociedad liberal, ya que implica una serie de restricciones al libre mercado y a la libertad económica de los sujetos. En palabras de Friedman (1970) la responsabilidad social consiste en:

Conducir los negocios de acuerdo con los deseos de ellos, que generalmente serán deseos de hacer tanto dinero como sea posible ateniéndose a las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incorporadas en las costumbres éticas. (p. 2)

La década del ochenta se distingue por la incorporación de un elemento

importante en la investigación, ya que no sólo se hacen disertaciones conceptuales sino que se empiezan a desarrollar investigaciones empíricas, lo que conlleva pensar que el concepto de RSE no se puede estudiar por fuera o al margen de las prácticas empresariales. Esto recuerda el planteamiento de Jones (1980), quien considera que la RSC es un proceso de largo plazo, ya que es difícil obtener logros importantes por fuera de las acciones o prácticas, además refiriéndose a acciones de largo plazo no puntuales.

En esta década también aparece una nueva visión sobre la RSE, donde se considera que al realizar acciones de este tipo se está haciendo una inversión más que un gasto; en este sentido, Drucker (1984) plantea que las acciones de RSE son una oportunidad para las empresas, ya que es la posibilidad de convertir un problema social en una oportunidad económica, en aspectos como la generación de ganancias, la capacidad productiva, las competencias humanas, etc.

El concepto de RSC en la década del noventa marca el punto de partida para el desarrollo de algunos conceptos empresariales propios de estos años, entre los que se encuentra la teoría de la ética de los negocios, de ciudadanía corporativa o de grupos de interés. Esta última noción es introducida por Edward Freeman, quien enfatiza en darle nombre a los grupos o personas de las empresas (stakeholders) para que al considerar las orientaciones o actividades de la empresa, éstas tengan nombres o caras, y así poder determinar con quién ser socialmente responsable, y por ende, ponderar

la importancia de los stakeholders (Freeman, 1984).

En la década del 2000 se han producido algunas transformaciones en diferentes aspectos alrededor del tema, desde modificaciones laborales hasta iniciativas globalizadoras, que han provocado la aparición de propuestas alternativas donde el requisito fundamental es la contextualización de las definiciones. También se propició un nuevo escenario de discusión y crítica, al igual que en la década del setenta, cuestionando lo ético tanto en las empresas como en la sociedad en general. En este sentido, Cortina (2003) introduce un elemento importante en la discusión, plantea que lo fundamental en la idea de RSE reposa en el espíritu ético de la modernidad, sin dejar de lado el principio de libertad, el cual se debería trazar paralelamente a la responsabilidad. Si bien en el mundo moderno no se puede regular la libertad, sí se debe acudir a la responsabilidad como elemento de configuración de la ética, y construir una base de autonomía personal y de *libertad responsable*. Este planteamiento se basa en que las acciones de RSE implican deberes, leyes y reglamentos dictados por la jurisprudencia.

2. DISCUSIÓN EMPÍRICA

Después de haber hecho este recorrido, presentando las transformaciones sobre el concepto de RSE y algunas ideas sobre ellas, desde los años veinte hasta la década del 2000, se hará un enfoque en las investigaciones desarrolladas en esta última década en América Latina, con especial énfasis en los estudios colombianos. En este sentido, se encontraron aspectos repetitivos en

diferentes investigaciones (Barroso, 2008; Cardozo, 2003; Giraldo, 2008; Gutiérrez, Avella y Villar, 2006; Mercado y García, 2007; Rostein, 2004) como: el tema de la definición, del cual se ha hablado a lo largo del texto, al igual que el interés por orientar las acciones de RSE, lo que se refleja en la construcción de los documentos, como los del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE), elaborados a manera de guía, propuestas y manuales que denotan una disposición a la aclaración sobre la definición de RSE y, las acciones y prácticas que conllevan una empresa a ser socialmente responsable. Este último punto tiene relación con el hecho de que los centros que se enfocan en hacer estudios o consultorías empresariales se han preocupado por definir el concepto, con unos objetivos como el de otorgar sellos de RSE a las empresas que cumplan con los indicadores establecidos por ellos mismos, entre estos centros se encuentra ETHOS de Brasil, el CEMEFI y el IARSE.

Ahora bien, es reiterativo el propósito que ha dado origen a las investigaciones sobre este tema dado que es necesario comprender estas prácticas para que se pueda llegar a definir el concepto, sin dejar de lado otros objetivos como las motivaciones que las han propiciado, además de algunas características que deben tener las empresas que se definen como socialmente responsables. Para estas investigaciones (Barroso, 2008; Cardozo, 2003; Giraldo, 2008; Mercado y García, 2007; Rostein, 2004) han utilizado encuestas y entrevistas

tas como técnicas para la obtención de datos, han realizado entrevistas a profundidad o semiestructuradas a directivos de algunas organizaciones en sitios específicos, según el lugar donde se enmarcará la investigación.² Con el objeto de triangular los datos recogidos en las diferentes entrevistas, las investigaciones, sobre todo la realizada en Argentina, se permitió establecer comparaciones con “materiales de comunicación, tales como boletines, informes de actividades, comunicaciones internas, memorias y páginas web” (Rostein, 2004, p. 8).

Como se dijo anteriormente, un elemento repetitivo en los resultados de las investigaciones es la dificultad que han tenido, tanto empresas como quienes estudian el tema, para definir el concepto y, más aún, para entender su forma de aplicación. Así, hay documentos que tratan de cubrir los vacíos del tema como los presentados por el IARSE, quienes han intentado hacer un compendio de las distintas definiciones y del marco conceptual adoptado por empresas e instituciones certificadoras o académicas en América Latina. Sin llegar a concretar una definición para establecer prácticas que determinen su cumplimiento, según Barroso (2008) “no se ha logrado una definición de RSE comúnmente aceptada, los resultados del presente estudio indican que tampoco existe conocimiento real sobre lo que ésta es en las empresas” (p. 86).

Así, el mismo Barroso (2008) en su estudio en cuarenta empresas del Valle de Mérida, en Yucatán, considera que la definición más completa es la trabajada por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI),

Al considerar en ella el compromiso consciente y congruente de cumplir tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas de todos los involucrados en el cuidado del medio ambiente, para la construcción del bien común y de una mejor sociedad. (p. 87)

Es curioso considerarla como la más completa, cuando es una definición ambigua; en este sentido, ¿qué querrán decir con cuál sería el nivel de consciencia y congruencia esperado, además de saber cuál es el cumplimiento que se espera; o cuál será el bien común o, hasta dónde se puede considerar que una sociedad es mejor?

En los trabajos desarrollados en Colombia (Cardozo, 2003; Giraldo, 2008), Giraldo es el que pretende establecer una definición más precisa sobre el concepto, donde el grupo de trabajo de la Universidad Eafit, buscaba construir una definición de RSE basada en las entrevistas realizadas a varios empresarios antioqueños. A partir de los resultados de estas entrevistas se relacionó el concepto con ocho factores, los cuales se presentan según el grado de importancia (determinada por la frecuencia con que aludían a estos los empresarios). En

2 Por ejemplo, la investigación, “La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca”, se acota a las empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán (Mercado y García, 2007); otra de las investigaciones en este tema es la de “Responsabilidad social empresarial en Argentina” donde el lugar de estudio era, precisamente, Argentina, donde escogieron las empresas a través del Ranking de imagen que presenta el periódico *Clarín* (Rostein, 2004).

primera instancia está la retribución a la sociedad,³ seguida por el apoyo a la comunidad cercana a la empresa, ayuda a los trabajadores, cumplimiento de la ley, actitud ética en los negocios, atención adecuada a los clientes, generación de utilidades y, por último, la búsqueda de beneficios económicos pero también sociales y ambientales.

El objetivo que tienen las empresas al momento de ejecutar acciones de RSE es otro aspecto reiterativo que se encuentra en los estudios de Giraldo (2008) y Cardozo (2003). Los resultados de las investigaciones han arrojado que la mayoría de las empresas buscan beneficios económicos para la misma, bien sea implementando acciones o programas al interior de esta, donde se ven beneficios en la productividad de los trabajadores, clientes y proveedores, o como forma de atraer más clientes. En este sentido, “siendo socialmente responsables [las empresas] han registrado incremento en la productividad, en la satisfacción de los stakeholders, disminución en la rotación del personal y en los costos” (Barroso, 2008, p. 87).

Otro aspecto que presentan los resultados de las investigaciones (Cardozo, 2003; Giraldo, 2008) es que al finalizar la exposición sobre la metodología, marco conceptual y empírico, datos recogidos y las conclusiones a las que llegan de acuerdo con estos cuatro elementos, los autores presentan, a modo de propuesta, algunas sugerencias sobre las falencias que

han encontrado en sus estudios, en cuanto a las prácticas socialmente responsables de las empresas. En estas propuestas se hace visible la aparición de un elemento importante para la implementación de estas prácticas, “se hace necesario la intervención de organizaciones civiles como el CEMEFI, para trabajar en la generación y fortalecimiento de una cultura que cobije la necesidad ética o la convicción de asumir la responsabilidad social empresarial” (Mercado y García, 2007, p. 133); esto con el fin de cambiar el sentido del compromiso de las empresas frente a los beneficios de las prácticas de la RSE, enfocándose hacia una práctica responsable y no como un beneficio meramente lucrativo.

Esta intervención por parte de organizaciones civiles también ha sido expuesta por Gutiérrez *et al.* (2006), quienes exponen cómo a raíz de los problemas colombianos han surgido organizaciones del tercer sector, siendo sus propietarios o financiadores las empresas privadas. Así, estas fundaciones enfrentan los problemas sociales del país a través de prácticas de intervención social de diverso impacto. No es nueva la relación entre sociedad y empresa pues, como se había mencionado, a lo largo del siglo XX, las empresas han desarrollado en el país diversas acciones de caridad, en su mayoría, lideradas por la iglesia. Sin embargo, es importante anotar que desde el tiempo de la colonia en Colombia, ya se conocían *organizaciones de socie-*

3 Cuando los empresarios se refieren a la retribución a la sociedad, probablemente está relacionada con un antecedente de la responsabilidad social que éste y otros estudios nacionales (Giraldo, 2008; Gutiérrez *et al.*, 2006) mencionan como las acciones filantrópicas que han ejecutado las empresas desde comienzos del siglo XX y la creación de Fundaciones Empresariales en el país durante la década del sesenta.

dad civil, en principio relacionadas, precisamente, con la iglesia (Villar y Castro, 1998).

Estas organizaciones de sociedad civil han sufrido transformaciones a lo largo de la historia, desde las acciones que han implementado, las formas de organización, hasta las demandas que han hecho, no sólo en Latinoamérica sino en el mundo (Perdiguero, 2003). En este sentido, es importante retomar los planteamientos de Perdiguero, quien describe cómo en el pasado estas organizaciones se limitaban a hacer demandas, pero ahora se orientan a implementar acciones de ayuda, a conseguir respaldo y, de alguna forma, a impactar en las políticas de los gobiernos o de organizaciones internacionales como la ONU. También, es importante tener en cuenta a Cavarozzi (1995) cuando describe cómo las acciones de las organizaciones de sociedad civil en Latinoamérica han cambiado de acuerdo con las transformaciones políticas y económicas de cada país.

En este sentido, en Colombia por ejemplo, la sociedad civil se ha transformado en los últimos treinta años en tres aspectos específicos: actores, demandas y distribución espacial de las luchas (Archila, 2006). Uno de los cambios que se observa es el surgimiento de prácticas filantrópicas o de intervención social, por medio de organizaciones no gubernamentales que eran propiedad o financiadas por empresarios. En los últimos años esta nueva práctica ha cambiado y las acciones son realizadas directamente por las empresas con los diferentes stakeholders, dándole el nombre de RSE.

También, se ha encontrado otro tipo de documentos donde se plantea el

tema de RSE no sólo desde la perspectiva empresarial o de la importancia de las organizaciones de sociedad civil, entre estos documentos se puede nombrar el de Magno y Silva (2007), quienes ponen en discusión el papel del Estado y las acciones socialmente responsables que adelantan las empresas, sus implicaciones y limitantes. La conclusión del estudio, el cual tuvo como referente la empresa Albras S.A., indica la necesidad de que el Estado lidere el desarrollo de la RSE debido a que las empresas, partiendo por supuesto desde un interés netamente económico, adoptan un discurso instrumental que entiende a la sociedad como un mercado; lo cual se contrasta con el planteamiento de Barroso (2008), expuesto anteriormente, quien llegó a la conclusión que las empresas socialmente responsables logran beneficios económicos, premisa planteada por Drucker (1984) en los años ochenta. En este sentido, el planteamiento de Magno y Silva está dirigido a la importancia de un ente 'neutral', a favor de la resolución de problemáticas sociales, ahí es donde juega un papel importante el Estado. Otro estudio que está por esta misma línea es el del uruguayo López (2006), del Instituto de Comunicación y Desarrollo (ICD).

Al retomar el tema de las sugerencias en los documentos sobre RSE, el documento *Aportes y Desafíos de la Responsabilidad Social del Empresariado en Colombia* (Gutiérrez et al., 2006), trata de señalar no sólo un estado de la cuestión sino diseñar estrategias para pensar el futuro de la RSE en Colombia. De ahí que su trabajo gire en torno a qué y cómo se ejecuta la RSE en Colombia y en cómo debería realizarse y qué principios

deberían orientarla. A diferencia de otros trabajos revisados, éste no presenta ni resultados de investigación ni reflexiones soportadas en datos empíricos.

Las investigaciones desarrolladas por la Universidad Icesi sobre el tema, se han enmarcado en las acciones adelantadas por importantes gremios del país, como la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), la Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar (Asocaña) y la Fundación Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura.⁴ Estos estudios han permitido establecer, desde diferentes aspectos, una mirada panorámica sobre el desarrollo de la RSE en la región, abordando asuntos, de acuerdo con los intereses de cada investigación. En el caso de la investigación desarrollada con la ANDI, acotada al departamento del Valle del Cauca, afronta tres asuntos claves: los procesos institucionales que guían las acciones de responsabilidad social en las empresas, las áreas específicas a las que se destinan las acciones y las formas en que se realizan las inversiones en las acciones. Los objetivos de esta investigación eran muy similares a los del estudio adelantado con la Fundación Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura. Por otro lado, algo parecido realizaron en la investigación con Asocaña, donde hicieron referencia al proceso institucional que guía las acciones de responsabilidad social en las empresas agremiadas, los grupos de interés a los que están dirigidas, las áreas de trabajo y el monto de

las inversiones en RSE; además de considerar el tema del impacto de las acciones de RSE que emprenden los ingenios en el Valle del Cauca.

3. CONCLUSIÓN

En las investigaciones desarrolladas alrededor del tema de RSE es importante tener en cuenta dos aspectos o componentes, por un lado el concepto, sus transformaciones, sus relaciones con el contexto organizacional y, sus implicaciones en la problemática social. Igual de importante son las prácticas o las acciones de RSE; como lo proponía Jones (1980), sería muy difícil estudiar teóricamente las formas de implementar acciones socialmente responsables, por fuera de ellas. Por lo tanto, para lograr tener claridad sobre el concepto, independiente de la cantidad de definiciones que se encuentren, es necesario conocer lo que se ha planteado sobre el mismo teniendo en cuenta el estudio de las acciones como tal, la relación entre lo empírico y lo teórico.

En este sentido, el presente artículo buscó presentar diferentes posiciones frente a la noción de RSE, escogiendo algunos documentos a partir de los cuales construir una genealogía del concepto. Como resultado, se arrojan datos empíricos que permiten generar una discusión entre las prácticas de las empresas socialmente responsables con las nociones que proponen diferentes autores, para de esta forma concluir sobre cuál sería el concepto más apropiado y de aplicabilidad a la academia y a la empresa.

4 Investigaciones no publicadas en las que ha participado el autor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Archila, M. (2006). Los movimientos sociales en la encrucijada de comienzos del siglo XXI. En B.F. Leal (Ed.), *En la encrucijada. Colombia en el siglo XXI* (pp. 261-290). Bogotá: Norma.
2. Barroso, F.G. (2008). La responsabilidad social empresarial: un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 226, 73-91.
3. Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York, NY: Harper & Row.
4. Cardozo, M. (2003). Las empresas y su responsabilidad en el campo social. *Economía, Sociedad y Territorio*, 5(13), 167-187.
5. Carroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
6. Cavarozzi, M. (1995). Más allá de las Transiciones a la Democracia en América Latina. En J.L. Reyna (Ed.), *América Latina a fines de siglo* (pp. 85-111). México: Fondo de Cultura Económica.
7. Cortina, A. (2003). *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*. Madrid: Trotta.
8. Drucker, P.F. (1984). The New Meaning or Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
9. Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
10. Friedman, M. (September 30, 1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. Disponible en: <http://www.ethic-sinbusiness.net/case-studies/the-social-responsibility-of-business-is-to-increase-its-profits/>
11. Giraldo, G. (2008). Responsabilidad Social Empresarial en Antioquia. *Universidad Eafit*, 44(149), 38-59.
12. Gutiérrez, R., Avella, L.F. y Villar, R. (2006). *Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia*. Bogotá: Fundación Corona.
13. Heald, M. (1970). *The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900-1960*. Cleveland, OH: Case Western Reserve University Press.
14. Johnson, H.L. (1971). *Business in Contemporary Society: Framework and Issues*. Belmont, CA: Wadsworth.
15. Jones, T. M. (1980). Corporate Social Responsibility Revised, Redefined. *California Management Review*, 22(3), 59-67.
16. López, C.M. (2006). *El rol del Estado en la responsabilidad social de las empresas: Un debate necesario*. Montevideo, Uruguay: Caligráficos S.A.
17. Lozano, J. y Soler, I. (2000). La empresa en la sociedad: responsabilidades éticas. En A.M. Güell, y M. Vila (Eds.), *América Latina y España: un mundo compartido* (pp. 29-43). Barcelona: Bronce.
18. Magno, A. y Silva, B. (2007). Ciudadanía Empresarial: o Ardil da Destituição do Dissenso. *Ciências Sociais Unisinos*, 43(3), 267-276.
19. 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. Disponible en: http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/1082/1/Responsabilidad_social_empresas_valle_Toluca.pdf
20. Perdiguero, T. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Anagrama.
21. Rostein, F. (2004). La responsabilidad social empresarial en Argentina: Tendencia y oportunidades. *Revista Latinoamericana de Administración*, 32, 5-28.
22. Steiner, G.A. (1971). *Business and Society*. New York, NY: Random House.
23. Villar, R. y Castro, B. (1998). *Historia de las entidades sin ánimo de lucro en Colombia* (Borrador). Bogotá, Colombia: Auspiciado por el Departamento Nacional de Planeación. ☒