

LA EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA REVISIÓN DESDE EL MANAGEMENT

María Angélica Pérez Hernández¹

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial (RSE) actualmente toma relevancia a nivel corporativo porque las organizaciones cada vez buscan más beneficios para las comunidades y para la empresa como tal. Por otra parte, las organizaciones toman en cuenta la RSE como estrategia la cual, le permite tener un valor diferenciador con las demás y por consiguiente establecer una ventaja competitiva. En este sentido, la gestión de la responsabilidad social por parte de las empresas ha evolucionado: ya no es solo una filantropía sino, que a las compañías les interesa trabajar de la mano con los grupos de interés para crear un valor compartido. En este artículo, se pretende analizar la evolución de la RSE, puesto que es necesario examinarla desde otra concepción. Si las organizaciones desarrollan de manera adecuada sus estrategias de RSE, pueden crear valor.

PALABRAS CLAVES

Stakeholders, responsabilidad social empresarial, empresas, sociedad, valor compartido.

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) now becomes relevant at the corporate level because organizations increasingly seek benefits for communities and for the company as such. Moreover, organizations take into account CSR as a strategy which allows you to have a differentiating value with others and therefore establish a competitive advantage. In this sense, the management of social responsibility by companies has evolved: it is no longer just a philanthropy but that companies interested in working hand in hand with stakeholders to create a shared value. This article aims to analyze the evolution of CSR, since it is necessary to examine it from another view. If organizations develop adequately their CSR strategies, they can create value.

KEY WORDS

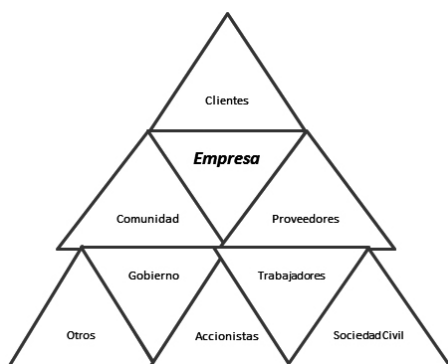
Stakeholders, corporate social responsibility, companies, partnership, shared value.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con (Cárdenas, 2009), “en ese sentido las definiciones más conocidas no dejan de mencionar el compromiso que asume la empresa con la sociedad o con la comunidad, la integración de las expectativas de los Stakeholders o grupos de interés por las estrategias de la empresa y la inclusión de temas sociales y éticos dentro de sus acciones”, es decir, a través de los años muchos autores, empresas u otros se han dado la tarea de definir un concepto sobre la responsabilidad social. Existen muchos de ellos, pero, no hay la mínima duda que este concepto está relacionado con la sociedad y la comunidad, es decir, que estos aspectos han permitido la evolución del concepto, pero

¹ Estudiante de administración de empresas, Universidad libre Sede Cartagena. Integrante del semillero de investigación en responsabilidad social y sostenibilidad ADMINIRSE y monitorea del centro de investigación UNILIBRE- Correo: Luzangela1020@hotmail.com

más que eso ha permitido desarrollar nuevos grupos de intereses con que las organizaciones han trabajado de la mano y se ha creado valor compartido.



Por otra parte, Cardona y Hernández (2011) aseguran que:

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) engloba una serie de acciones estratégicas que parten de la articulación de las actuaciones económicas de las empresas con el compromiso responsable y ético hacia la sociedad. Esto convierte a la RSE en un factor determinante a la hora de garantizar, no solo la competitividad de las organizaciones, sino su propia sostenibilidad.

Esto comprueba que la RSE no comprende solamente acciones por parte de las compañías para beneficiarse ellos mismo o a las comunidades sino, que son acciones estratégicas determinantes que permiten ser a las empresas competitivas para generar sostenibilidad. Este factor es determinante para crear ventajas competitivas con la competencia. También, Cardona & Hernández (2011) afirman que “Sin embargo, cabe advertir que la RSE es un concepto dinámico y en desarrollo, y por tal motivo es importante caracterizarlo con algunas claves para comprender mejor su real dimensión”. Por lo mencionado anteriormente, la RSE es un concepto que tiene que ir evolucionando de acuerdo a las necesidades de los entornos. Es por ello que las organizaciones deben estar en la capacidad de acogerse y comprender su real dimensión.

En este sentido, Vargas (2006) afirma que “Ser socialmente responsable no significa solo cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con los grupos de interés”. Es decir, la RSE va mas allá de la filantropía, pues busca un equilibrio entre la rentabilidad de las empresas y un bienestar social para posteriormente contribuir en una sociedad sostenible y generar unas condiciones para la buena relación entre la organización y su entorno, impartiendo una cultura del gana-gana en la que no solo favorece a la empresa internamente sino a su entorno y así mismo. Así las cosas, genera una filosofía para los integrantes de las organizaciones basada en buenas conductas, que mejoren la convivencia a nivel social, organizacional y aporte un valor agregado para contribuir al éxito de las empresas. (Cardona Arbeláez, D. y Bustillo M., 2012).

LOS TRES ESTADIOS DE LA RSE

La RSE tiene tres estadios, los cuales son, según Lozano (2009):

- Gestión del riesgo:** “Para las empresas, en esta etapa de gestión de la RSE, asumir la RSE supone un coste añadido no justificado que puede redundar en desventajas competitivas”. Es decir, las empresas que se encuentran en este estadio, son organizaciones que cumplen con lo que la ley le estipula pero pueden ir más allá de la legalidad.
- Integración estratégica de la RSE:** “las empresas asumen que la sociedad y los consumidores demandan cada vez más que las empresas sean socialmente responsables. En este estadio, pues, la RSE deja de ser mera reacción y respuesta para convertirse en anticipación”. Es decir, las organizaciones miran la RSE como una estrategia para crear ventaja competitiva y diferenciarse de las demás organizaciones. Para ello cuidan el medio ambiente, trabajan directamente con su grupo de interés por cercanía, entre otros.
- La empresa ciudadana:** En esta etapa, la RSE se muestra como factor de innovación y aprendizaje: en productos, servicios y

procesos, pero también en valores, actitudes y modelos de gestión. La RSE empieza a formar parte no solo de la visión empresarial, sino también de la misión.

Es decir, que cuando las organizaciones se encuentran en este estado, realizan actividades para la mejora de la sociedad porque saben que es un lugar para vivir, crea principios de sostenibilidad para lograr verdaderamente un valor compartido. Finalmente, en esta etapa la empresa tiene un papel diferente en la sociedad, puesto que integra la RSE en sus procesos trabajando de manera activa.

ELEMENTOS DE LA EVOLUCIÓN DE LA RSE

Según Sabogal (2008), existen unos elementos que se han venido presentando a través de los años, los cuales son:

- a) Siglo XIX: *Asistencia social*. Es decir, en esta etapa este elemento era muy frecuente y consistía en las donaciones privadas que se hacían especialmente por la empresa más grande que existía en esa época, que era la iglesia.
 - b) Comienzos del siglo XX: Sociedad Civil o el crecimiento en la acción del estado tienen una fuerte incidencia en el desarrollo de la “filantropía”, impulsada voluntariamente por las empresas a través de donaciones orientadas a instituciones de beneficencia y obras sociales tanto religiosas como laicas.
- Es decir, empiezan a tomar auge las donaciones impulsadas voluntariamente lo que se conoce como filantropía.
- c) Cincuenta: Se habla de ética empresarial, existen discusiones anteriores en términos de ética y economía, pero son casos aislados. Las preocupaciones por las consecuencias sociales de las actuaciones empresariales llevaron a formular el concepto de la responsabilidad social de la empresa. Se da un cambio de perspectiva: se pasa de la persona a la organización en el tratamiento de los problemas.

Es decir, se relaciona los aspectos éticos con la RSE.

- d) Noventas: Comienza a utilizarse la expresión “Responsabilidad Social Empresarial”, con la acepción actual. Difusión del concepto de RSE y una creciente implementación de sus prácticas por empresas y otro tipo de organizaciones. En 1991 se publica la revista *Business Ethics Quarterly*, editada por la Society for Business Ethics. En 1992 se crea la *Business Ethics Annual Review*, editada por la London Business School. Denuncia de New York Times en 1990 de prácticas laborales abusivas de Nike para algunos proveedores indonesios, esto trajo boicots de los consumidores. Protestas de Greenpeace por el hundimiento de Brent Spar en el mar del norte por parte de Shell Oil en 1995.
- e) Comienzos del siglo XXI: “Se incluye en el análisis la globalización y el modelo de producción capitalista. En 2007 se da la Iniciativa las Escuelas de Negocio para adherir al Pacto Global, con los Principios para una Educación Responsable”.

De acuerdo con lo anterior, es claro que los elementos mencionados han sido claves para la evolución de la RSE, y, gracias a los acontecimientos ocurridos en la historia, la RSE tiene una concepción diferente, es decir, no es un simple concepto que las empresas realizan, abarca dimensiones grandes. De acuerdo con Perdomo (2011) “Sin desconocer la riqueza que aporta la interdisciplinariedad a la RSE, se apuesta por un acercamiento conceptual desde el management y se propone a la RSE como un campo de estudio”.

En contexto, según Acuña (2012):

Las organizaciones se ven cada vez más comprometidas a tener y exhibir un comportamiento responsable, no solo en su actividad económica y empresarial, sino también al modo de asumir sus responsabilidades con todos los stakeholders con los cuales se encuentran vinculadas.

De este modo, las empresas en su mayoría están comprometidas con sus clientes y los impactos que puedan generar, mediante las decisiones tomadas, a la sociedad y el medio ambiente, para que exista un desarrollo sostenible. Con este fin, existen ciertas herramientas para la identificación y posterior análisis de los grupos de interés que les permite a las organizaciones adquirir un posicionamiento socialmente responsable. Finalmente, Trujillo (2010) sostiene que “La gestión de los grupos de interés desde una perspectiva ajena a la RSE no tiene sentido, ya que no va a generar impacto ninguno ni en los grupos a los que se dirija ni en la actividad de la organización”. Quiere decir que actuar socialmente responsable implica tener tendencias claras por parte de los grupos de interés. La RSE no existe sino se le da relevancia a sus stakeholders, puesto que el concepto de los grupos de interés se materializa en la metodología que las empresas realizan para la integración de los grupos, lo cual permite la intervenciones sobre la actividad y los resultados en la organización.

CONCLUSIONES

Por muchos años, se ha venido hablando de la RSE. Es por ello que, a través del tiempo, muchas personas han investigado sobre este concepto. Por otra parte, algo que ha marcado la evolución de la RSE es el hecho de la nueva dimensión que ha tenido de pasar del hecho filantrópico a estrategia organizacional.

Por otro lado, hablar de RSE no es solo hablar de lo privado sino también de lo público, y uno de sus principales funciones es que lleva a las organizaciones a ser competentes y crean un mecanismo para posicionar a las empresas en los mercados, puesto que, no es lo mismo una empresa que sea socialmente responsable, que trabaje con sus grupos de intereses generando beneficios para finalmente crear un valor compartido, que una organización que no realicen este tipo de actividades.

En contexto, la RSE no es un término estático, es un concepto que va a seguir evolucionando, y al transcurrir el tiempo se irán creando nuevos conocimientos con respecto a esta temática.

Lo más importante es que todos los avances se hagan a favor de las partes interesadas, que normalmente son las más afectadas por las actividades que realiza la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acuña. (2012). La gestión de los stakeholders: Análisis de los diferentes modelos. Encuentro Regional Zona Sur Adenag.
2. Cárdenas. (2009). Responsabilidad social empresarial. Un aporte al proceso del desarrollo. *Journal of Technology*, , 23-33.
3. Cardona Arbelaez, D y Bustillo M., (2012). Políticas de Gobierno Corporativo en el Hotel Las Américas Global Resorts de la Ciudad de Cartagena. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*.
4. Cardona Arbeláez, D. & Hernández Cobos, J. (2011). La responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena. *Saber, ciencia y Libertad*.
5. Lozano, C. &. (2009). *De la gestión del riesgo a la empresa ciudadana: los estadios de evolución de la RSE*. Documentos del Instituto de Innovación Social de ESADE.
6. Perdomo. (2011). La investigación en rse: una revisión desde el management. *Cuad. admon.ser.organa*..
7. Sabogal. (2008). *Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial*. Universidad Militar Nueva Granada.
8. Trujillo, G. &. (2010). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. *Foretica*.
9. Vargas. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).