

Experior: Revista de Investigación de ADEN University
ISSN L 2953-3090
Vol. 4 (2) julio/diciembre 2025

Bases epistemológicas de la administración relacionadas con el desarrollo de la responsabilidad social empresarial

Epistemological bases of administration related to the development of corporate social responsibility

Dora Rosaura Batista Peralta
Universidad de Panamá, Panamá
dora.batista-p@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0001-5203-8973>

Recibido: 01/05/2025.

Aceptado: 27/06/2025.

Publicado: 01/07/2025.

Cómo citar: Batista Peralta, D. (2025). Bases epistemológicas de la administración relacionadas con el desarrollo de la responsabilidad social empresarial. *Experior*, 4(2), 196-211. <https://doi.org/10.56880/experior42.7>

Resumen

La responsabilidad social empresarial ha pasado de ser una práctica filantrópica a consolidarse como un eje estratégico en la administración moderna. Esta investigación tiene como objetivo analizar las bases epistemológicas de la responsabilidad social empresarial en el marco administrativo, resaltando su evolución histórica y su transformación desde las perspectivas teóricas y normativas que han influido en su institucionalización. Se utilizó una metodología documental basada en la revisión de las fuentes, centrándose en términos como epistemología, RSE y teorías administrativas, para identificar las corrientes filosóficas que han formado el concepto a lo largo del tiempo. Aunque los antecedentes de la RSE se encuentran en normas éticas antiguas, su formalización moderna comenzó en 1953 con Howard Bowen. Desde entonces, se han producido un desplazamiento epistemológico del positivismo hacia enfoques interpretativos y críticos, con el surgimiento de los modelos como la Pirámide de Carroll, la Teoría de los Stakeholders y el Triple Bottom Line. En la discusión se destaca cómo estos enfoques han redefinido la RSE como parte de la estrategia empresarial, orientada a generar valor compartido y responder a las demandas éticas, regulatorias y sociales, concluyendo que la RSE representa hoy en día una herramienta ineludible para la sostenibilidad y reputación corporativa, abarcando temas como diversidad, ética y gobernanza.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, epistemología, teorías administrativas, administración, stakeholders.

Abstract

Corporate social responsibility has evolved from a philanthropic practice to a consolidated strategic axis in modern administration. This research aims to analyze the epistemological foundations of corporate social responsibility in the administrative framework, highlighting its historical evolution and its transformation from the theoretical and normative perspectives that have influenced its institutionalization. A documentary

methodology based on a review of sources was used, focusing on terms such as epistemology, CSR, and administrative theories, to identify the philosophical currents that have shaped the concept over time. Although the antecedents of CSR are found in ancient ethical standards, its modern formalization began in 1953 with Howard Bowen. Since then, there has been an epistemological shift from positivism toward interpretive and critical approaches, with the emergence of models such as Carroll's Pyramid, Stakeholder Theory, and the Triple Bottom Line. The discussion highlights how these approaches have redefined CSR as part of the business strategy, aimed at generating shared value and responding to ethical, regulatory and social demands, concluding that CSR today represents an essential tool for corporate sustainability and reputation, covering topics such as diversity, ethics and governance.

Keywords: corporate social responsibility, epistemology, administrative theories, management, stakeholders.

Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha evolucionado como un concepto ineludible en el debate de la administración moderna, influenciado por diversas corrientes epistemológicas y teóricas a lo largo de la historia. Desde sus raíces en la antigüedad con códigos de conducta como el Código de Hammurabi, hasta su formalización en el siglo XX con los aportes de autores como Bowen (1953), Carroll (1979) y Freeman (1984), la RSE ha transitado desde una perspectiva filantrópica hacia un enfoque estratégico integrado en la gestión empresarial (Porter & Kramer, 2011). Este desarrollo refleja un cambio paradigmático en la relación entre las empresas y la sociedad, donde la maximización de ganancias ya no es el único objetivo, porque se le han incorporado dimensiones éticas, legales, sociales y ambientales (Carroll, 1979).

La Revolución Industrial marcó un punto de inflexión al incrementar la conciencia sobre los impactos empresariales, mientras que la creación de organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo en 1919 y las Naciones Unidas en 1945 sentaron las bases normativas de la RSE. En las décadas posteriores, teorías como la de los *stakeholders* (Freeman, 1984) y el Triple Bottom Line (Elkington, 1997) ampliaron el alcance de la RSE, vinculándola con la sostenibilidad y el valor compartido (Porter & Kramer, 2006).

Comprender las bases epistemológicas es reconocer su legitimidad científica en el campo de la administración, evidenciando su función integradora entre el deber moral y el compromiso estratégico de las organizaciones. Como señalan Garriga & Melé (2004), el estudio no puede reducirse a una lista de prácticas; se requiere explorar sus fundamentos filosóficos, su evolución como constructo teórico y su articulación con los paradigmas contemporáneos de la gestión organizacional.

En la actualidad, la RSE se concibe como un elemento integrante en los lineamientos para mantener la competitividad empresarial, la reputación corporativa y la creación de impacto social positivo (Eccles, *et al.*, 2014). Este artículo se propone analizar las bases epistemológicas de la responsabilidad social empresarial en el marco administrativo, resaltando su evolución histórica y su transformación desde una práctica marginal hasta convertirse en un pilar estratégico en la administración contemporánea, porque las propuestas teóricas y los modelos normativos son los que han contribuido a su consolidación y la han llevado a lo que es actualmente.

Revisión de la literatura sobre la evolución histórica y fundamentos de la responsabilidad social empresarial

La RSE se presenta como un concepto ineludible en la administración moderna, con una evolución influenciada por diversas corrientes a lo largo de la historia. Desde sus raíces en la antigüedad, con códigos de conducta como el Código de Hammurabi en Mesopotamia que incluía normas de protección a los trabajadores, hasta discusiones en la Edad Media donde los teólogos sostenían que las empresas tenían una responsabilidad moral con la sociedad. Desde ese entonces hasta la actualidad, su sentido estratégico, ético y sostenible integra expectativas sociales en la gestión empresarial, en un proceso de transformación donde numerosos autores han contribuido con modelos, teorías y marcos de análisis para comprender cómo y por qué las empresas asumen compromisos más allá de la rentabilidad.

Howard Bowen (1953) es reconocido como el pionero de la RSE moderna con su obra *Social Responsibilities of the Businessman*, en la que plantea que las empresas tienen deberes éticos hacia la sociedad que trascienden la generación de utilidades. En una línea paralela, Edward Bernays (1923), desde el campo de las relaciones públicas, señaló la importancia de moldear la opinión pública como parte de la legitimidad empresarial, anticipando debates actuales sobre la reputación corporativa y la legitimidad social. Estos fueron los enfoques fundacionales y el origen de la RSE.

En cuanto a los modelos teóricos, uno de los más influyentes en el campo es la pirámide de Archie Carroll (1979), que estructura las responsabilidades empresariales en cuatro niveles jerárquicos: económica, legal, ética y filantrópica. Esta propuesta facilita la comprensión de las múltiples expectativas que enfrenta la empresa moderna. Por su parte, John Elkington (1997) introdujo el concepto del *Triple Bottom Line*, en el cual el éxito empresarial se mide por los resultados económicos y por su desempeño social y ambiental. Así mismo, Mintzberg *et al.* (1997) advirtieron sobre los límites del modelo económico clásico, sugiriendo una visión de la RSE como mecanismo de control externo y balance entre los intereses privados y los sociales.

Surgieron otras perspectivas estratégicas y colaborativas, ya que a partir de la década de 2000, el debate se orientó hacia el valor estratégico de la RSE. Michael Porter y Mark Kramer (2006; 2011) desarrollaron el enfoque de valor compartido (*shared value*), argumentando que la RSE bien diseñada puede mejorar la competitividad empresarial al mismo tiempo que genera beneficios sociales. Esta postura sugiere que debe integrarse al núcleo del negocio, en lugar de permanecer como un componente periférico o meramente reputacional.

Complementando esta visión, Austin & Seitanidi (2012a; 2012b) enfatizan el potencial transformador de las alianzas entre empresas y organizaciones no gubernamentales, destacando la creación conjunta de valor como vía para resolver los problemas socioambientales más complejos. Por su parte, Eccles *et al.* (2014) refuerzan la idea de que la sostenibilidad no debe verse como una carga, sino como una fuente de innovación y diferenciación empresarial.

Edward Freeman (1984) introdujo la teoría de los *stakeholders*, que reformula el rol de la empresa al considerar que su responsabilidad abarca a todos los grupos interesados (empleados, clientes, comunidades y proveedores) y no solo

a los accionistas. Esta teoría se ha convertido en una de las piedras angulares de la RSE contemporánea, al mostrar la importancia del diálogo, la legitimidad y la gestión de diversos intereses. Amato (2021) también presenta una revisión crítica del desarrollo del campo, resaltando las divergencias conceptuales entre los enfoques normativos y los estratégicos, así como los retos que todavía quedan por afrontar en torno a la sostenibilidad, la transparencia y la medición del impacto social.

La literatura consultada muestra un campo en evolución constante, con una transición que va desde los enfoques normativos hacia los modelos estratégicos que integran la sostenibilidad como ventaja competitiva. No obstante, todavía persiste ese desencuentro entre el discurso ético y la lógica de mercado, así como vacíos en la implementación práctica de estos modelos, y más cuando se trata del contexto latinoamericano. Es aquí donde teoría y práctica abren el espacio para realizar nuevas investigaciones que analicen la RSE desde otros enfoques más críticos, interdisciplinarios y situados.

Métodos

Para el desarrollo del artículo se empleó una metodología documental para recopilar la información correspondiente, analizar el contenido según la lectura de los resúmenes y abstract (artículos en inglés) o en la tabla de contenido de los libros de manera directa, y analizar los datos para luego sintetizar la información más importante sobre los fundamentos epistemológicos de la administración y su vinculación con la RSE. Comprender las bases epistemológicas es reconocer la legitimidad científica de la RSE en este campo, porque evidenciaron la función integradora entre el deber moral y el compromiso estratégico de las organizaciones.

La búsqueda se realizó de manera libre en internet, de donde surgió información procedente de SciELO, Redalyc, Direct Science y Harvard Business Review, Google Académico, EBSCO y Google Books. Se utilizaron palabras clave: 'epistemología de la administración', 'responsabilidad social empresarial', 'teorías administrativas y RSE' y 'ética en la gestión organizacional'. Se utilizaron artículos, libros e instituciones, y con esta búsqueda se trazó un recorrido histórico del tema. En total, se revisaron aproximadamente 50 documentos, de los cuales 32 fueron seleccionados y referenciados por su pertinencia, actualidad y aporte al análisis. El resto de los documentos fue descartado por duplicidad de contenido o carecer de relevancia para desarrollar coherentemente el objetivo de la investigación.

Se aplicó un análisis crítico y comparativo para identificar las corrientes epistemológicas (positivismo, interpretativismo y enfoque crítico) y su influencia en la concepción de la RSE. En este proceso se incluyó la categorización de las teorías administrativas (clásicas, humanistas, sistémicas y contemporáneas) para identificar el abordaje de cada dimensión social y ética de las organizaciones.

Para clasificar las corrientes de cada década, se usaron estos indicadores: positivismo (uso de métodos cuantitativos, búsqueda de leyes universales, objetividad); interpretativismo (estudio de significados, contextos y subjetividades); enfoque crítico (análisis de poder, desigualdades y emancipación). Todos se encuentran explicados en cada período estudiado.

Como resultado del mapeo, este análisis mostró la transición desde el positivismo clásico hacia enfoques interpretativos y críticos, especialmente a partir de la década de 1970, cuando la RSE comienza a articularse como respuesta las limitaciones de las teorías tradicionales.

Los hallazgos se integraron a través de una síntesis interpretativa, estableciendo las relaciones entre los fundamentos epistemológicos de la administración y los principios de la RSE. Con esta metodología generó el marco teórico que sustenta la discusión sobre cómo la evolución del pensamiento administrativo ha influido en el desarrollo de las prácticas empresariales socialmente responsables.

Resultados

La responsabilidad social empresarial es un concepto que ha evolucionado a lo largo del tiempo, siendo influenciado por diferentes autores y teorías. A continuación, se presentan sus raíces epistemológicas que comprenden su desarrollo hasta la actualidad y un breve análisis de cómo se percibe con respecto al momento de su surgimiento.

La idea se remonta a la antigüedad, cuando se inician a crear los códigos de conducta que regulaban las actividades comerciales. En la Mesopotamia antigua se estableció el Código de Hammurabi el cual incluía normas en cuanto a la protección de los trabajadores. Posteriormente, en la Edad Media, los teólogos de la época aducían que las empresas tenían una responsabilidad moral de actuar en beneficio de la sociedad.

Con la llegada de la Revolución Industrial (siglo XVIII) se incrementa la inquietud por los impactos sociales y ambientales; en el siglo XIX inician los movimientos de los consumidores y colaboradores para reclamar mayor responsabilidad de parte de las empresas, pero su aplicación moderna fue iniciada por Bowen (1953), cuya publicación a menudo se considera el punto de partida de la literatura en el área. Bowen creía que la responsabilidad social empresarial en la gerencia iba más allá del alcance de la maximización de ganancias, porque debía tener en cuenta todos los intereses públicos. Su desarrollo comprende varias etapas:

Décadas 1900-1939 (era clásica Taylorismo-Fayolismo)

Este período se manifiesta en la era clásica del taylorismo-fayolismo y está dominado por el positivismo, porque predomina el enfoque científico de Frederick Taylor (administración científica) y Henri Fayol (principios universales de gestión), donde se buscan leyes generales, medición objetiva y control racional del trabajo (Medina, 2010). Se nota la ausencia del interpretativismo y el enfoque crítico, porque las teorías clásicas ignoran los aspectos subjetivos (cultura y valores), y críticos (desigualdades y poder).

La creación de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en el año de 1919 fue un hito importante en la historia de la responsabilidad social de las empresas, entre sus fines están la búsqueda de mejorar las condiciones laborales de los trabajadores, establecer normas internacionales del trabajo promover el diálogo social, fomentar la justicia social y el trabajo decente, que a la vez son objetivos centrales de la RSE (OIT, 2023).

En el libro *Crystallizing Public Opinion* (1923) de Bernays se han encontrado referencias al tema, aunque no se menciona explícitamente a la responsabilidad social empresarial, se sientan las bases para comprender la importancia de moldear la opinión pública e influir en las actitudes de la sociedad. La RSE durante estas décadas, no era un tema de discusión en la sociedad, porque las empresas se centraban en maximizar sus beneficios y no se preocupaban por el impacto social o ambiental de sus actividades.

Década 1940 (Escuela de Relaciones Humanas; Elton Mayo)

La escuela de las Relaciones Humanas de Elton Mayo introduce el estudio de los factores sociales y emocionales en el trabajo con los experimentos de Hawthorne (Ramos, 2008). Se identifica un interpretativismo incipiente y el positivismo todavía es dominante porque, aunque se reconoce lo humano, persiste la búsqueda de causalidad en la productividad.

La creación de la organización de las Naciones Unidas (ONU) en 1945 fue otro hito importante en la historia de la RSE. La ONU fue fundada con el objetivo de promover la paz y la seguridad internacionales, el desarrollo económico y social, y el respeto a los derechos humanos. Estos objetivos están estrechamente relacionados con la RSE, ya que requieren que las empresas actúen de manera responsable y ética (Expo News, 2021).

En 1947 se lleva a cabo la creación de la Organización Internacional de Normalización (ISO) entidad no gubernamental que desarrolla y publica normas internacionales para una amplia gama de productos, servicios y procesos. Panamá ha adoptado algunas de estas normas que tienen relación directa con la RSE: la norma ISO 26000, basada en los principios de responsabilidad, transparencia, rendición de cuentas, equidad, no discriminación, cuidado del medio ambiente, respeto por los derechos humanos, la norma ISO 14001, que establece los requisitos para un sistema de gestión ambiental y La norma ISO 45001, que establece los requisitos para un sistema de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo (Ergosourcing, 2018)

La creación de la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUCH), en 1948 estableció un marco de referencia para la RSE, al definir los derechos y libertades fundamentales que las empresas deben respetar, actuando de manera responsable, ética y contribuyendo al desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 1948).

Década de 1950-1960 (Enfoque de Sistemas y Teoría Burocrática)

Existe un positivismo reforzado a partir del enfoque de sistemas y la teoría burocrática; Weber (burocracia) y la teoría de sistemas (Bertalanffy) enfatizan las estructuras y los procesos objetivos (Ullauri Betancourt *et al.*, 2022). Sin embargo, aparecen las primeras críticas y surgen cuestionamientos desde la sociología, como Robert Merton sobre las disfunciones burocráticas, anticipando el enfoque crítico (Gould & Howson, 2021).

Las primeras menciones sobre la responsabilidad social empresarial surgieron con la publicación del libro *Social Responsibilities of the Businessman* en 1953, en este se sugiere que las empresas tienen una responsabilidad social más allá de simplemente maximizar beneficios. Plantea que las empresas deben

considerar no solo su impacto en la sociedad, sino también en el medio ambiente en el que operan.

Aunque Bowen (1953) no acuñó el término, su obra sentó las bases para el desarrollo posterior de la responsabilidad social empresarial. El trabajo fue fundamental en la creación de la noción de que las empresas tienen una responsabilidad social, junto con otras ideas como la ética empresarial y la preocupación por los efectos negativos que pueden tener en la sociedad y el medio ambiente.

Muchos entes públicos y privados intentaban encontrar un método para hacer frente al cambio social, lo que llevó a una serie de obligaciones que emanan de las normas gubernamentales y de la sensibilidad de las empresas. En este contexto, las empresas, el gobierno y la sociedad comenzaron a tener interacciones más estrechas, lo que implicó cambios en sus roles originales y en la toma de decisiones influida por otros grupos sociales (*stakeholders*).

Respecto al tema, al parecer se ha pasado de la filantropía tradicional a una relación entre empresas y organizaciones no gubernamentales, con la finalidad de generar un valor agregado y un impacto social en la comunidad (Correa Jaramillo, 2007). De hecho, las empresas han tenido que adaptarse a un nuevo concepto de responsabilidad social empresarial que se enfoca en interacciones y alianzas entre diferentes sectores de la sociedad. Así mismo, se señala que las relaciones entre empresas y organizaciones sin ánimo de lucro han evolucionado a través de tres fases: filantrópica, de transacción y la integrativa, resultando esta última como la más beneficiosa para ambas partes.

Década de 1970 (Teoría Contingencial y Crisis del Paradigma Dominante)

El interpretativismo va en ascenso, porque se acepta que no hay una mejor forma de gestionar (contingencia) dependiendo del contexto. Se establece el enfoque crítico emergente por la influencia de la Escuela de Frankfurt y las críticas al capitalismo, como lo hizo Theodore Levitt y el debate sobre ética empresarial (Levitt, 1991).

En la década de 1970, la responsabilidad social empresarial comenzó a ser un tema importante en la sociedad (Schoff, 2024). Archie Carroll, en su artículo *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance* publicado en 1979, propuso un modelo piramidal de responsabilidad social que incluye cuatro dimensiones: economía, derecho, ética y filantrópica. Este modelo se convirtió en una guía para que las empresas consideraran diferentes áreas de responsabilidad, tal como se puede reflejar en la Figura 1:

Según su enfoque, las empresas deben cumplirlas para ser consideradas socialmente responsables: la responsabilidad económica se refiere a la obligación de las empresas de ser rentables y generar valor para sus accionistas; la legal se refiere al cumplimiento de las leyes y regulaciones; la ética se refiere a la obligación de las empresas de actuar de manera ética y responsable en sus operaciones comerciales, y; la responsabilidad filantrópica se refiere a la obligación de las empresas de contribuir a la sociedad a través de donaciones y actividades de caridad.

Figura 1
Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial



Nota: adaptado de Carroll (1979).

La dimensión económica se refiere a la responsabilidad de las empresas de generar beneficios para sus accionistas y contribuir al crecimiento económico. La dimensión legal se refiere a la responsabilidad de las empresas de cumplir con las leyes y regulaciones. La dimensión ética se refiere a la responsabilidad de las empresas de actuar de manera ética y responsable en sus operaciones diarias. Finalmente, la dimensión de caridad se refiere a la responsabilidad de las empresas de contribuir al bienestar social y ambiental. Por lo cual, se puede afirmar que el modelo propuesto por Carroll influyó en la evolución posterior de la RSE en el ámbito empresarial.

Este modelo proporcionó una guía para que las empresas consideraran diferentes áreas de responsabilidad, lo que llevó a una mayor atención a la RSE en el ámbito empresarial. Además, el modelo de Carroll sentó las bases para el desarrollo posterior de otros modelos y teorías de RSE.

Década de 1980-1990 (Calidad Total, Postmodernismo y RSE Incipiente)

Convergen la Calidad Total, el Postmodernismo y una RSE incipiente. El positivismo en métodos (con casos como el Six Sigma), pero bajo una crisis epistemológica, hace que surjan visiones postmodernas que rechazan las verdades absolutas. El interpretativismo se incorpora con el estudio de la cultura organizacional (Schein, 1983) y la teoría de los *stakeholders* (Freeman, 1984). Surgen movimientos antiglobalización y ecologistas que influyen en la RSE (como *The Triple Bottom Line* de Elkington, 1997), mostrando también la presencia del enfoque crítico consolidado.

La teoría de los *stakeholders* propuesta por Edward Freeman en 1984 se convirtió en una perspectiva importante sobre la responsabilidad social corporativa. De acuerdo con esta teoría, las empresas deben tener en cuenta los intereses de todas las partes interesadas al tomar decisiones, incluidos los empleados, clientes, proveedores y la sociedad en su conjunto. Esta perspectiva

amplía la visión de la responsabilidad social empresarial y la vincula más estrechamente con el gobierno corporativo.

Freeman (1984) propuso la teoría de los *stakeholders*, que sugiere que las empresas deben contemplar a todas las partes interesadas en sus operaciones, no solo a los accionistas. Esta teoría influyó en la perspectiva de la RSE, ya que se extendió a todas las partes interesadas, incluyendo a empleados, clientes, proveedores y entorno, parte de esta teoría se observa en la Figura 2:

Figura 2
 Teoría de los Stakeholders



Nota: adaptado de Freeman (1984).

Se basa en la idea de que las empresas tienen una responsabilidad social más amplia que incluye no solo la maximización de beneficios para los accionistas, sino también la consideración de los intereses de todas las partes interesadas en la empresa. Las empresas deben considerar los intereses de los empleados, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente al tomar decisiones.

La teoría ha influido en la evolución posterior de la RSE en el ámbito empresarial. Ha llevado a una mayor atención a la responsabilidad social y ambiental de las empresas y ha ampliado la visión para incluir, no solo la maximización de beneficios, sino también la consideración de los intereses de todas las partes interesadas.

Además, demuestra una mayor vinculación entre la RSE y el gobierno corporativo, lo que produjo mayor atención a la ética empresarial y la transparencia en la toma de decisiones, de lo que se puede afirmar que la teoría ha ampliado la visión de la RSE para incluir no solo la maximización de beneficios, sino también la consideración de los intereses de todas las partes. Confiere una mayor vinculación entre la RSE y el gobierno corporativo, la atención a la ética empresarial y la transparencia en la toma de decisiones. En

general, otorga una mayor conciencia y compromiso de las empresas ante el impacto social y ambiental de sus actividades.

Se experimentó una evolución significativa en la década de 1990, pues durante este período, la RSE obtuvo mayor reconocimiento y se consideró como una forma de valor común en la agenda empresarial (Málovics *et al.*, 2008). En 1997, Henry Mintzberg enfatizó su importancia en la función de control externo de la organización y destacó la de respetar voluntariamente los intereses sociales, económicos y privados.

En ese mismo año propuso el concepto de *Triple Bottom Line* (TBL), que se refiere a la medición del éxito de una empresa no solo en términos económicos, sino también en términos sociales y ambientales. Este enfoque influyó en la perspectiva de la RSE, ya que llevó a las empresas a considerar no solo su impacto económico, sino también el social y ambiental.

En esta década dejó de ser considerada como un fenómeno aislado dentro de la empresa y comenzó a ejecutarse transversalmente en las diferentes áreas de la organización. Se reconoció la importancia de tomar en cuenta a los grupos de interés y se estableció una vinculación más estrecha con ellos; además, se observó un aumento en la proliferación varias definiciones y modelos, interrelacionadas entre sí, como se observa en la Figura 3:

Figura 3
Triple Bottom Line



Nota: adaptado de Elkington (1998).

En esta década, la RSE se convirtió en un tema importante en la agenda empresarial y se valoró el impacto en la sociedad y el entorno empresarial.

Década de 2000-2020 (RSE como paradigma y enfoques pluralistas)

Con predominio del interpretativismo y el enfoque crítico, la RSE se estudia desde perspectivas éticas (normativas), culturales y de sostenibilidad; también se observa la presencia del positivismo en métricas ESG y GRI (dos marcos que

son parte de la RSE para facilitar la medición, comparación y mejora continua de las prácticas empresariales responsables.), pero con limitaciones. Se critica el greenwashing y la instrumentalización de la RSE.

Huang (2019) describe la ESG (*Environmental, Social, and Governance*) como el marco de evaluación que mide el desempeño sostenible y ético de una empresa en tres dimensiones: ambiental (gestión de recursos y cambio climático), social (impacto en empleados, comunidades y derechos humanos) y gobierno corporativo (transparencia, ética y toma de decisiones). El GRI (*Global Reporting Initiative*) es un estándar internacional para la elaboración de informes de sostenibilidad que proporciona lineamientos para que las organizaciones comuniquen de manera estructurada su impacto económico, social y ambiental (GRI, 2002).

A inicios de la década de 2000, la Unión Europea se propone convertirse en una economía competitiva y sostenible, con un crecimiento económico que beneficie a todos los ciudadanos. Para cumplir este objetivo, se inició un proceso de diálogo con todas las partes interesadas, cuyos resultados se plasmaron en el Libro Verde (Comisión de Comunidades Europeas, 2001) donde se define la RSE como “un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (p. 4).

Porter & Kramer (2006) argumentaron que la RSE puede mejorar el desempeño competitivo de las empresas al crear valor compartido. Su enfoque se centra en la idea de que se pueden generar beneficios económicos al abordar problemas sociales y ambientales. Según su perspectiva, no solo es una obligación ética, sino también una oportunidad estratégica, porque las empresas pueden mejorar su reputación y atraer a los consumidores y empleados comprometidos con la responsabilidad social.

Por sí misma, la RSE comenzó a ganar reconocimiento y se volvió más relevante para las empresas, como lo refiere Amato (2021) en su estudio ‘Investigación en responsabilidad social empresarial y sustentabilidad corporativa: evolución, tensiones actuales y perspectivas futuras’. Se enfocaba principalmente en aspectos como la ética empresarial, la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social en las comunidades en las que operaban las empresas.

En resumen, la RSE se volvió más relevante para las empresas durante la década de 2000, y los autores destacados como Carroll, Porter y Kramer contribuyeron significativamente; sus ideas y enfoques han sido ampliamente citados y discutidos en la literatura académica y empresarial relacionada con la RSE, ya que se convirtió en la demostración empresarial de compromiso con la sociedad y el medio ambiente, y no solo con accionistas y clientes.

Este ha sido un tema importante en la administración durante la década de 2010 y lo que va de la del 2020, evolucionando como un campo de estudio en un sentido positivo progresivo dentro de la disciplina del *management* (Bigné *et al.*, 2010). En este período Porter & Kramer (2011) afirmaron que la responsabilidad social empresarial va más allá de la filantropía y puede ser una fuente de ventaja competitiva para las empresas, generando valor compartido mediante la integración de consideraciones sociales y ambientales en su estrategia empresarial.

En esta década se experimentó una evolución con un enfoque más estratégico. Las empresas comenzaron a percibirla como una oportunidad para crear valor compartido, beneficiando tanto a la empresa como a la sociedad. Continúa evolucionando y se volvió más integrada en las prácticas comerciales. Las empresas adoptaron un enfoque más inclusivo y diverso, considerando no solo su impacto social y ambiental, sino también su responsabilidad en temas como la gobernanza corporativa y la transparencia.

En su artículo *Collaborative Value Creation: A Review of Partnering Between Nonprofits and Businesses*, Austin & Seitanidi (2012a; 2012b), argumentan que la colaboración entre empresas y organizaciones sin fines de lucro puede generar valor compartido y beneficios para ambas partes. También sugieren que la colaboración puede ser una forma efectiva de abordar los desafíos socioambientales.

En el mismo orden de ideas Eccles *et al.* (2014) han contribuido con ideas relevantes en esta época, en su libro *The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance*, argumentan que la sostenibilidad debe ser vista como una oportunidad para la innovación y la creación de valor. También sugieren que las empresas deben integrar la sostenibilidad en sus procesos y estrategias comerciales para dejar huella a largo plazo.

Además, la globalización y el creciente interés por los temas medioambientales han influido con el despliegue de la RSE en el desarrollo sostenible. La globalización ha sido un factor importante en el desarrollo; a medida que las empresas se expanden internacionalmente, han surgido preocupaciones sobre sus impactos socioambientales en varias partes del mundo.

La presión de la sociedad civil y de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) ha aumentado la responsabilidad corporativa cuando opera a nivel mundial. Además, se ha incrementado la competencia entre empresas y aumentado la transparencia de sus prácticas. Se han dado cuenta de que la responsabilidad social puede ser un diferenciador en un mercado competitivo, lo que lleva a una mayor adopción de prácticas responsables para mejorar la reputación y atraer clientes y talento.

Discusión

De los resultados se infiere una transformación sostenida en la comprensión y aplicación de la RSE. La transición conceptual desde la práctica basada en la filantropía hacia la visión estratégica integrada en el negocio es un cambio que responde a una evolución ética, a la necesidad de las empresas de adaptarse a sus entornos, a la regulación y las expectativas sociales que cada vez son más elevadas. Tal transformación, ya anticipada por Bowen (1953), ha sido expandida por modelos como el de Porter & Kramer (2006; 2011), que la reconfiguran como una fuente de valor compartido, convirtiéndola en una fuente de competitividad sostenible, más que en una carga reputacional o en una estrategia compensatoria.

El peso de las teorías desarrolladas por Carroll (1979), Freeman (1984), Elkington (1997), y Porter & Kramer (2006; 2011) ha sido determinante para conceptualizarla e institucionalizarla. La pirámide de Carroll ofreció la estructura jerárquica de responsabilidades, mientras que la teoría de los *stakeholders* de

Freeman introdujo un enfoque relacional en el que la empresa responde a una pluralidad de intereses. El *Triple Bottom Line* de Elkington amplió los criterios de éxito organizacional, y la propuesta de valor compartido de Porter & Kramer puso en evidencia el potencial económico de las RSE, siendo propuestas que han trascendido el plano académico para convertirse en guías operativas que utilizan muchas organizaciones.

Actualmente, la cantidad y diversidad de temas (que van desde la sostenibilidad ambiental hasta la diversidad e inclusión, la transparencia, la ética organizacional y la gobernanza) representa una ampliación que ha sido impulsada por la globalización, el cambio climático, el activismo digital y el escrutinio público. Eccles *et al.* (2014) han argumentado que esta situación no es una amenaza, sino una oportunidad para que las empresas innoven y se posicionen como fuentes de transformación, lo que demuestra que el discurso actual es mucho más interseccional y sistémico que en sus etapas iniciales.

Los resultados muestran que la integración de la RSE en las estrategias corporativas genera beneficios tangibles para la empresa y la sociedad, demostrando el argumento de Porter & Kramer (2006; 2011) de que su aplicación no es incompatible con la rentabilidad, sino que puede potenciarla. Las empresas que alinean su propósito social con su modelo de negocios reducen los riesgos reputacionales y a la vez van fortaleciendo el vínculo con los consumidores, inversores y comunidades, demostrando su reconfiguración como un activo intangible estratégico que es capaz de generar diferenciación y fidelidad en los mercados.

Otra observación importante es su tránsito como práctica periférica hacia la institucionalización como política transversal en las organizaciones, porque es una integración que necesita de la voluntad directiva, lo que impulsa a las estructuras internas, los indicadores de desempeño y otros mecanismos de evaluación, actuando para crear una cultura corporativa coherente. Mintzberg (2015) advertía que sin un compromiso auténtico, la RSE se podía llegar a convertir en una estrategia cosmética, y por ello es que los modelos contemporáneos promueven la gobernanza corporativa inclusiva y ética que facilite esa integración.

Finalmente, la discusión sobre la centralidad de los *stakeholders* muestra una nueva lógica empresarial en la que las decisiones deben considerar las consecuencias sociales y ambientales. La inclusión activa de empleados, consumidores, comunidades, ONG y gobiernos como representantes del proceso empresarial responde a esa ética que se ha venido señalando desde el inicio, pero también a la fortaleza de la sostenibilidad del negocio a largo plazo. La teoría de Freeman (1984) terminó desplazando el foco exclusivo en los accionistas, dando lugar a otras formas de gestión participativa, creación de valor y rendición de cuentas.

Todos estos hallazgos no hacen sino confirmar que la RSE ha dejado de ser un concepto accesorio para convertirse en una dimensión básica de la gestión moderna, pero también muestra que todavía quedan situaciones importantes en la implementación de sus principios. La instrumentalización que le ha llevado confines exclusivamente reputacionales o la falta de métricas más específicas siguen siendo un problema que debe ser resuelto, algo que queda para posibles investigaciones que deben basarse en la evaluación del impacto tangible de las

políticas creadas alrededor de esta figura, en este contexto latinoamericano, donde la presión institucional y las condiciones estructurales presentan matices muy particulares.

Conclusiones

La concepción de la responsabilidad social empresarial ha atravesado cambios importantes, alterando la forma en que tradicionalmente se entiende la relación entre la empresa y la sociedad:

Desde la organización benéfica hasta la estrategia comercial. Al principio, está relacionada principalmente con la organización benéfica (como la donación de caridad). Sin embargo, durante esta época se considera parte integral de la estrategia empresarial, capaz de crear valor a largo plazo para la empresa y la sociedad.

Reducir el riesgo y fortalecer la reputación. Las empresas han reconocido que las prácticas responsables y sostenibles pueden ayudar a reducir los riesgos comerciales y mejorar la reputación. Las que se consideran social y ambientalmente responsables son más atractivas para los consumidores, inversores y empleados, lo que puede crear una ventaja competitiva.

Enfoque en diversos temas. Ha crecido para cubrir una amplia gama de temas como la sostenibilidad ambiental, la diversidad y la inclusión, la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa. Estos temas se han convertido en el centro de los debates sobre la responsabilidad social corporativa, lo que refleja la creciente conciencia de los problemas sociales y ambientales.

En comparación con el momento en el que apareció la responsabilidad social empresarial, se puede decir que su comprensión por parte de los individuos y organismos empresariales ha sufrido cambios significativos. En el pasado, se consideraba principalmente como una forma de filantropía empresarial, pero ahora se considera una parte integral de la estrategia y una forma de crear valor a largo plazo para las empresas y la sociedad en general. Además, se considera actualmente como una forma de reducir los riesgos comerciales y mejorar la reputación de la empresa. Las que utilizan prácticas responsables y sostenibles son percibidas como más atractivas para los consumidores, inversores y empleados (*stakeholders*).

Ha cambiado radicalmente desde sus inicios y se ha convertido en un tema importante en la agenda empresarial. Las empresas están cada vez más involucradas en la responsabilidad social corporativa y se espera que desempeñen un papel más activo en las cuestiones sociales y medioambientales. Ahora se considera una parte integral de la estrategia comercial y una forma de crear valor a largo plazo para las empresas y la sociedad.

Referencias

Amato, C. N. (2021). Investigación en Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad Corporativa: evolución, tensiones actuales y perspectivas futuras. *Cuadernos de Administración*, 34, 1-19. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao34.irsec>

- Austin, J. E., & Seitanidi, M. M. (2012a). Collaborative value creation: A review of partnering between nonprofits and businesses: Part I. Value creation spectrum and collaboration stages. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 41(5), 726-758. <https://doi.org/10.1177/0899764012450777>
- Austin, J. E., & Seitanidi, M. M. (2012b). Collaborative value creation: A review of partnering between nonprofits and businesses. Part 2: Partnership processes and outcomes. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(6), 929-968. <https://doi.org/10.1177/0899764012454685>
- Bernays, E. L. [1923] (2015). *Crystallizing public opinion*. Open Road Media.
- Bigné, E., Alvarado, A., Currás, R. y Rivera, J. (2010). Latest evolution of academic research in corporate social responsibility: an empirical analysis. *Social Responsibility Journal*, 6(3), 332-344. <https://doi.org/10.1108/17471111011064726>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Brothers.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Comisión de Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: fomentar un marco europeo par ala responsabilidad social de las empresas*. Comisión de Comunidades Europeas.
- Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10(20), 87-102. <https://n9.cl/oad41>
- Eccles, R. G., Ioannou, I. & Serafeim, G. (2014). *The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance*. <https://goo.su/iUz1>
- Elkington, J. (1997). The triple bottom line. *Environmental management: Readings and cases*, 2, 49-66. <https://goo.su/hCUVX>
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental quality management*, 8(1), 37-51. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- Ergosourcing. (2018). *Norma Internacional ISO 45001*. <https://goo.su/qkx0>
- Expo News. (2021). *Historia de la Responsabilidad Social*. <https://goo.su/zhAkLca>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics*, 53(1), 51-71. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Gould, M., & Howson, A. (2021). Merton's Dysfunctions of Bureaucracies. EBSCO. <https://n9.cl/0oec6>
- GRI. (2002). *Global Reporting Initiative (GRI)*. [https://p.urbanpro.com/tv-prod/documents/null-GRI%20\(1\).pdf](https://p.urbanpro.com/tv-prod/documents/null-GRI%20(1).pdf)
- Huang, D. Z. (2019). Environmental, social and governance (ESG) activity and firm performance: A review and consolidation. *Accounting & finance*, 61(1), 335-360. <https://doi.org/10.1111/acfi.12569>

- Levitt, T. (1991). *Reflexiones en torno a la gestión de empresas*. Ediciones Díaz de Santos.
- Málovics, G., Csigéné, N. N., & Kraus, S. (2008). The role of corporate social responsibility in strong sustainability. *The Journal of Socio-Economics*, 37(3), 907-918. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2006.12.061>
- Medina, C. (2010). Los estudios organizacionales entre la unidad y la fragmentación. *Cinta de moebio*, (38), 91-109. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2010000200005>
- Mintzberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos*. Pearson Educación.
- Mintzberg, H. (2015). *La sociedad frente a las grandes corporaciones: La necesidad del equilibrio social*. Libros de Cabecera.
- Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. <https://n9.cl/p9jkh>
- OIT. (2023). *La OIT y la responsabilidad social de la empresa (RSE)*. OIT. <https://n9.cl/m1vpc>
- Porter, M. & Kramer, M. R. (2011). *Creating shared value* (Vol. 17). FSG.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review*, 84(12), 42-56. <https://goo.su/sLpZu13>
- Ramos, E. G. (2008). *La gestión de las relaciones y la responsabilidad social empresarial*. Eumed. net.
- Schein, E. H. (1983). *Organizational culture: A dynamic model*. MIT. <https://n9.cl/afhbg>
- Schoff, C. (2024). *The Evolution of Corporate Social Responsibility*. <https://www.ecolytics.io/blog/evolution-of-csr>
- Ullauri Betancourt, S. A., Villarreal Satama, F. L., Saint Romain, C. S., Solá Gavela, D. E. & Sánchez Verduga, S. G. (2022). La responsabilidad social en el clientelismo: ¿ un paradigma de dominación? *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(2), 281-295. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i2.333>