

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 35

LOS PROCESOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SUS CONFRONTACIONES

4° TRIMESTRE, OCTUBRE 2021 | SECCIÓN TEMÁTICA | PP. 31-64

RECIBIDO: 1/8/2021 — ACEPTADO: 19/10/2021

ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL A TRAVÉS DE 113 CONCEPTOS

HERRAMIENTA SOCIAL O MARKETING INSTITUCIONAL

ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROCESSES THROUGH 113 CONCEPTS SOCIAL TOOL OR INSTITUTIONAL MARKETING

ARTURO LUQUE GONZÁLEZ / ARTURO.LUQUE@UTM.EDU.EC

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ, PORTOVIEJO, ECUADOR Y OBSERVATORIO
EUROMEDITERRÁNEO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE ESPACIO PÚBLICO Y DEMOCRACIA
UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS, MADRID, ESPAÑA

JESÚS ÁNGEL CORONADO MARTÍN / JCORONADO@UTN.EDU.EC

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, IBARRA, ECUADOR

JUAN FERNANDO ÁLVAREZ RODRÍGUEZ / ALVAREZ_JUAN@JAVERIANA.EDU.CO

UNIVERSIDAD JAVERIANA. BOGOTÁ, COLOMBIA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ (UTM), ECUADOR N°
2021-36-64



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

Los procesos de responsabilidad social empresarial son imperfectos de ahí la necesidad de analizar su construcción, evolución, despliegue. Para ello, se tomó una muestra de ciento trece definiciones y aproximaciones conceptuales con el fin de medir su impacto y conocer las dimensiones a las que pertenece. Para ello se realiza un conteo de frecuencias y categorización utilizando Google Scholar, el cual saturó en ocho dimensiones: económica, social, política, ambiental, cultural, legal, ética, laboral. A continuación, se propuso una asociación de orden superior de estas jerarquías, estableciendo un modelo de tríada que indicaba solo las combinaciones más representativas de dimensiones resultantes de la extracción de las definiciones más significativas. De estas definiciones y de acuerdo con su frecuencia de uso en Google, se infiere que el concepto actual de responsabilidad social corporativa se basa en la categoría económico-ética. Esto resalta la relación entre los procesos de RSE y su preeminente relación con la dimensión económica, lo que socava parte de su propósito.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad social empresarial, Google, ética, voluntariedad, maximización del beneficio.

ABSTRACT

The processes of corporate social responsibility (CSR) are imperfect, hence the need to analyze their construction, evolution and deployment. To this end, a sample of one hundred thirteen definitions and approximations was taken in order to measure their impact and discover the dimensions to which they belong. A frequency count and categorization were carried out using Google Scholar, which saturated in eight dimensions: economic, social, political, environmental, cultural, legal, ethical, labor. Next, a higher order association of these hierarchies was proposed, establishing a triad model that indicated only the most representative combinations of dimensions, resulting from the extraction of the most significant definitions. From these definitions and according to the frequency of use in Google, it may be inferred that the current concept of corporate social responsibility is based on the economic-ethical category. This highlights the relationships within CSR processes and their dominance by the economic dimension, which undermines part of their purpose.

KEYWORDS

Corporate social responsibility, Google, ethics, voluntariness, profit maximization

1. INTRODUCCIÓN

El mundo cambia aunque muchos de los problemas siguen siendo los mismos: pobreza, desigualdad y depredación ambiental. De manera consustancial a la vida y al comercio en sociedad se configuran y despliegan herramientas de carácter voluntario como son los procesos de responsabilidad social empresarial (RSE). Estas acciones son inherentes al crecimiento económico actual al convertirse la imagen positiva de una organización en prioritaria con la finalidad de seguir aumentando sus beneficios. De acuerdo con Block (1977, pp. 54-55) en su análisis de las élites del estado y la economía de las sociedades "aquellos que acumulan capital no son conscientes de lo que es necesario para reproducir el orden social" evidenciando con ello la colisión de intereses y necesidades de los actores que componen el tejido productivo incluyendo todo tipo de sujetos activos en las organizaciones, legisladores y cooperadores necesarios.

Los procesos de voluntariedad empresarial comprometen de manera efectiva el desarrollo de las políticas públicas y por tanto el interés general al desplegarse estas sin ningún tipo de exigibilidad de hecho ese es el leit motiv sobre el que se vehicula su actuar. Las organizaciones diseñan este tipo de procesos con la finalidad de mejorar su imagen y por tanto sus beneficios empresariales a la vez que, gobiernos y organismos supranacionales ven con buenos ojos la usurpación de buena parte de sus funciones como son la garantía y despliegue del Estado del bienestar incluyendo de manera decidida la protección ambiental. Cabe señalar que una organización tiene relación y responsabilidad directa con la sociedad y el ambiente puesto que se aprovecha de ambas dimensiones olvidándose en ocasiones de las secuelas derivadas en su transitar (Engle, *et al.*, 2020). Las organizaciones empresariales inmersas en sus quehaceres productivos rara vez priorizarán el bien común como elemento vehicular, dicho sea de paso tampoco debe ser esta su función, por lo que utilizan buena parte de estas políticas como elementos accesorios para conseguir sus objetivos cincelando a medida una cara amable a partir de acciones puntuales. Emergen lugares donde se evidencia con mayor facilidad la conformación de legislaciones premeditadamente debilitadas en países en vías de desarrollo, zonas de libre comercio o dictaduras (del capital) incluso en países avanzados. Circunstancias que ponen en evidencia las debilidades existentes en los procesos de gobernanza a nivel global (Lo y Kwan, 2017; 2019; Lagasio y Cucari, 2019; Amis *et al.*, 2020; Bebachuk y Tallarita, 2020). Es ahí donde los procesos de RSE se hacen cargo de funciones que deberían ser de obligado establecimiento por parte de los Estados. Se realiza una traslación de funciones premeditada y asumida entre actores tratando de difuminar quién es quién. Se hace ver a la sociedad a través de sus resortes mediáticos y políticos que determinadas organizaciones son las que realmente protegen los derechos (incluso universales). Para ello es prioritario tratar de doblegar a los Estados y organismos supranacionales a la hora de establecer regulaciones si estas dejan de ser compatibles con el aumento en su cuenta de resultados o con sus intereses particulares. Es decir, los procesos de RSE se convierten en un medio a la medida de intereses corporativos y no un fin.

En países con estándares económicos altos los procesos de RSE brotan como elementos meramente decorativos puesto que buena parte de las políticas públicas garantizan el interés general a través de estándares sólidos los cuales son graduados a través de necesidades reales de la sociedad. En países pobres no deja de ser una quimera cumplir estándares ecosociales altos por parte de las empresas transnacionales que operan en sus territorios. Su propuesta se de-

sarrolla a través de sociedades interpuestas, subcontrataciones y deslocalizaciones ilimitadas diluyendo su responsabilidad a través de tiralíneas jurídicos eximiendo con ello cualquier tipo de responsabilidad (Luque y Guamán, 2021). Es decir, se establecen los procesos de dumping social como norma y no como excepción a pesar de contar con procesos de RSE los cuales por si solos nunca podrán contener el tsunami de secuelas producidas y derivadas de la producción a nivel global. Buena parte de la sociedad lo percibe, tiene claro cómo se conforma y cuáles son sus responsables a pesar de la falta de herramientas de reversión y mitigación (Landrigan, *et al.*, 2017; Luque, 2018). La corrupción junto a gobiernos ávidos de inversión se encarga del resto.

De acuerdo con Laval y Dardot (2017, p. 136) «los Estados han favorecido una mundialización desprovista de normas sociales y ambientales, y al hacerlo han dejado que creciera una economía en la sombra hecha de sociedades pantalla, *hedge funds*, cuentas *offshore* y construcciones de ingeniería jurídica sofisticada que permiten hacer totalmente opacos los flujos financieros. La corrupción se ha convertido en algo consustancial a la vida de los Estados [...]» es decir los procesos mal llamados de globalización pivotan en los intereses de unos pocos en favor de la falacia del globalismo (Beck, 1998). Se democratiza el gasto asociando al mismo todo tipo de derechos, a mayor capacidad del mismo mayores derechos son otorgados como la obtención de la nacionalidad (y por tanto la «condición de persona») o la libre circulación del capital. Se invierte la pirámide normativa prevaleciendo el derecho al comercio por encima de los derechos humanos (Zubizarreta y Ramiro, 2016). De acuerdo con Polanyi (1994, pp, 91-92), existe un «hecho elemental de que los seres humanos, como cualquier ser viviente, no pueden subsistir sin un entorno físico que les sustente» de ahí la importancia del desarrollo de la función catalizadora que tiene la sociedad y su organización política a partir de necesidades, resistencias y contradicciones. De hecho, una comunidad puede invocar los derechos de la «pachamama¹» y a la vez ser connivente con procesos extractivistas (petroleros, minería, madera, agua, académicos, etc.) con la finalidad de ver cubiertas sus necesidades por encima de sus ideales.

El objetivo del presente documento consiste en analizar los procesos de RSE a través de su construcción social. Si bien es cierto que no se puede desarrollar una definición unívoca e imparcial de manera general, si es posible estudiar las similitudes y diferencias existentes entre ellas, de ahí que el propósito principal de este trabajo consista en estudiar como la RSE es definida y entendida a través de sus conceptualizaciones y aproximaciones existentes. Con esta finalidad el artículo examina i) la tendencia existente en la conceptualización de los procesos de RSE, ii) el impacto derivado en Google Académico (Anexo 1) y iii) la taxonomía de incoherencias consustancial a los propios constructos de RSE teniendo presente su compatibilidad con procesos antisociales y/o de falta de responsabilidad.

¹ Madre Tierra, deriva del quechua Pacha: mundo, tierra, universo, tiempo, lugar mientras que Mama: madre. No es únicamente el Planeta Tierra, engloba muchos más aspectos, la naturaleza que está en contacto con las personas permanentemente y la manera de relacionarse. La Pachamama protege al ser humano, a la comunidad a la que se pertenece y le permite vivir con sus recursos naturales.

1.1. EL PROBLEMA DETECTADO

Buena parte de los problemas detectados en empresas, gobiernos y organismos supranacionales son derivados de la corrupción, la maximización de la producción y la promoción del consumo independientemente de la limitación y depredación de los recursos naturales existentes. Una de las medidas para contrarrestar tal disyuntiva pasa por establecer un alto sentido de liderazgo, ética y responsabilidad (social) con el fin de evitar asumir posiciones inertes ante la sociedad. Los orígenes en los procesos de RSE no son unívocos aunque existen suficientes indicios que apuntan a un cambio paulatino a partir de la II Revolución Industrial. Es ahí donde buena parte de los trabajadores empezaron a necesitar un mayor y mejor trato y determinadas empresas evidenciaron que establecer condiciones superiores a las que obliga la ley pueden ser beneficiosas. En el año 1944 la Declaración de Filadelfia propuesta por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) concretó cuáles eran las obligaciones del sector privado de la economía en relación a los avances sociales de la época. Más adelante aparece el texto de Bowen (1953) acentuando la necesidad de relacionar el accionar de los directivos con valores sociales evidenciando con ello que las organizaciones no tienen únicamente una función económica. De hecho toda organización que se denomine ética y responsable debe enviar señales sobre sus convicciones éticas con la finalidad de disipar cualquier género de duda al respecto. Es necesario establecer la idea de que el negocio y los beneficios asociados ya no prevalecen sobre la ética empresarial. Incluso la evidencia muestra que no hay duda sobre la asociación positiva entre la eficiencia corporativa y la estrategia de RSE (Xie, 2019). Aunque esa misma evidencia pueda ser asimétrica para buena parte de la sociedad la cual no tiene por qué tener los mismos objetivos que las organizaciones. De ahí la necesidad de explorar los límites de la pedagogía y la legislación vigente para comprender la compatibilidad entre el éxito empresarial y la ética en el desarrollo de las funciones dando por asumido que se puede ser un buen gestor económico y a la vez tomar malas decisiones éticas (Fernández y Bonet, 1989).

En ocasiones se incorporan tradiciones religiosas a través de planteamientos morales al mundo de la empresa admitiendo un gran cambio de paradigma –quizás este sea otro de los problemas actuales al no haberse podido conformar algo similar de manera laica–, asumiendo la relación que debe existir entre las organizaciones empresariales con la sociedad para evitar escándalos además de promover su desarrollo efectivo. Es necesario no hacer llegar valores estéticos a la ética ya que nada tendrán que ver con una planificación y un uso responsable de la ética empresarial. La ética incluida per se en los procesos de RSE no puede ser utilizada de manera instrumental junto al consustancial vademécum de normativas y recomendaciones sobre la mesa del directivo de turno. De acuerdo con Cortina, (1994, p. 89) la ética empresarial se entiende como "el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidas por una sociedad pluralista al ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario, pero siempre empapado de postconvencionalismo²".

La empresa es una organización activa y en continua evolución, aunque no siempre se desarrolla de manera homogénea, lineal y ética ya que puede generar ingresos año tras año a la

² El nivel postconvencional es (siguiendo a Kohlberg, Apel o Habermas entre otros) aquel en el que no se considera justo lo que se adecua a las leyes de una sociedad determinada sino a principios universales, derechos humanos y a valores superiores pudiendo ser compatible con otros fundamentos como el imperativo categórico de Kant.

vez que puede empeorar las condiciones de sus trabajadores y entorno ambiental. Todo ello apoyado por analistas que tienden a subestimar los efectos de reprobables e irresponsables comportamientos (Berkman, *et al.*, 2021), o simplemente provenir tales conductas reprobables por parte de las propias empresas. A finales de los años 1990 la industria petrolera francesa continuó expandiendo su negocio mientras establecía estrategias retóricas que creaban incertidumbre, minimizaban la urgencia y desviaban la atención del problema real ocasionado por los procesos de extractivismo derivados de las energías fósiles. Tal disyuntiva permitió a la empresa hidrocarburífera Total presentarse como socialmente responsable encargándose en la actualidad de pilotar la «transición energética» a pesar de ser claramente la contrafigura de lo que promulga. Aspectos que ayudan a comprender las respuestas históricas ecosociales así como la dramática situación existente en el curso del calentamiento global actual, la empresa Total lo conocía desde el año 1971 (Bonneuil, 2021). De ahí la necesidad de no concebir la esfera empresarial en un terreno acotado únicamente a la economía, sino que debe tener conocimiento y relación lo que acontece en su entorno. La sociedad actual debe ser analizada y comprendida a partir de su desarrollo y carencias existentes. De hecho, emite señales de manera continua sobre los valores y necesidades deseadas hacia todo tipo de organizaciones y sujetos activos de la vida institucional inclusive sin ser estos en muchos casos los causantes de la pérdida de moral y compromiso social. Interviene por tanto el concepto de ejemplaridad pública³ dejando patente la proyección de toda organización a nivel social. De acuerdo con McKague y Cragg, (2003) las empresas se comprometen a autorregular y definir modelos éticos o como señala Scherer y Smid (2000) llenar vacíos legales y morales. De acuerdo con Brown (1992) el propósito de la ética no es que la gente sea más ética, sino que sea capaz de tomar mejores decisiones. Aspecto que nos lleva a asumir que ser ético y responsable es también rentable.

Se entiende por RSE como el compromiso voluntario que adquiere una organización ante la sociedad. A partir de ahí cabe analizar si la voluntariedad puede sustituir a la obligatoriedad o si esa voluntariedad puede existir y considerarse social allí donde no existe ningún tipo de exigibilidad y se fomenta además la no existencia de la misma. La voluntariedad derivada de las acciones de RSE no supone un derecho per se, sino una pseudo evolución retroalimentada de intereses con un denominador común: falta de derecho y protección de intereses corporativos en este caso a través de la proyección de su imagen pública en base a valores que toda sociedad entiende como deseables como los procesos de equidad, género, minimización de la contaminación, labor social, etc. La RSE pivota en procesos de mundialización asentado con ello las necesidades de buena parte de la sociedad terciarizada a través de cadenas mundiales de suministro donde la precariedad y la impunidad son elementos consustanciales en cualquier momento y lugar (Guamán y Luque, 2019). Circunstancia protegida por todo tipo de organizaciones supranacionales y gobiernos ávidos de inversión los cuales alimentan de manera incesante un nuevo deseo, una nueva compra. Para ello se implantan estrategias vehiculadas a través de procesos de RSE como medida de autocontrol y presencia amable ante la sociedad.

³ La sentencia del Tribunal Supremo español, de 29 de febrero, número 154/2016, aprecia responsabilidad penal de las personas jurídicas, lo cual marca un serio precedente para las empresas a través de la «ejemplaridad pública» <https://www.poderjudicial.es/cgjpj/es/Poder-Judicial/Noticias-Judiciales/El-Tribunal-Supremo-aprecia-por-primera-vez-la-responsabilidad-penal-de-las-personas-juridicas>

2. DISEÑO Y MÉTODO

El trabajo presentado no es una ordenación completa sobre los procesos de RSE al estar estos en continuo movimiento y desarrollo, pero sí ilustra la variedad de enfoques metodológicos aplicados a través de sus constructos y aproximaciones relacionadas. Es evidente que influyen aspectos negativos en ellos derivándose a su vez procesos de irresponsabilidad o enmascaramiento de la realidad de hecho muchas de las definiciones de RSE son inadecuadas a la hora de contemplar todas las implicaciones, procesos adaptativos y realidades sociales que afirman comprender (Carroll, 1999; Crane, 2008; Schwartz, 2017). Con esta finalidad cabe la necesidad de establecer aproximaciones teóricas razonadas las cuales a su vez concentran problemas epistemológicos destacando la dificultad de brindar soluciones generalizadas a las muchas preguntas y dilemas que naturalmente surgen de este tema y de sus áreas circundantes (Fourez, 1994).

El método consta de tres pasos, 1) búsqueda de 113 constructos sobre RSE a través de la literatura académica existente (de noviembre del año 2020 a marzo del 2021), 2) Identificación de ocho dimensiones mediante un análisis de contenido aplicando un proceso de codificación-aproximación con la finalidad de obtener una descripción general así como la profundidad de las mismas, 3) recuento de frecuencias en Google Académico de todas las definiciones que se refieren a una dimensión específica para calcular el uso relativo de cada dimensión. Cabe señalar que no todas las aproximaciones conceptuales son igualmente significativas es decir la frecuencia más usada tiene un mayor impacto habiéndose utilizado tal precepto a lo largo de la historia (Howes y Solomon, 1951; Murphy, 1992; Kageura y Umino, 1996; Luque y Herrero-García, 2019a). El uso relativo de cada definición se puede obtener comparando los recuentos de frecuencia de un motor de búsqueda de Internet. Es evidente a nivel empírico, internet proporciona recuentos de frecuencia válidos en comparación con otras bases de datos lingüísticas teniendo presente que la selección de Google Académico, lugar especializado en la búsqueda de contenido y bibliografía científico-académica ordenando los resultados por relevancia, se debió al ser uno de los motores de búsqueda académica más representativo y en abierto a nivel global.

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

3.1. DELIMITACIÓN DE LAS DIMENSIONES EN LOS PROCESOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La selección y clasificación de las dimensiones seleccionadas se construye teniendo presente la profundidad, despliegue e interconexión existente en el presente objeto de estudio. De igual modo, se establece como resultado de la agrupación de conceptos relacionados a través de ocho dimensiones como son: económica, jurídica, política, social, cultural, ética, laboral y ambiental (Tabla 1) (Visser, 2006; Torugsa *et al.*, 2013; Luque y Herrero-García, 2019a).

La dimensión económica concentra de manera implícita un marcado componente social (Luque y Álvarez, 2021). A través de ella se articulan procesos de (re)inversión y despliegue de intereses (auto)corporativos en detrimento de elementos comunitarios a pesar de las doctrinas keynesianas existentes (Hackworth y Smith, 2002). El transitar la vida en sociedad se acelera deman-

dando el establecimiento de medidas de crecimiento sostenible asumiendo de manera tácita la economía del bien común (Naredo, 2015; Wajcman, 2015). Con ello se pone en evidencia de manera la necesidad de reescribir buena parte de los paradigmas económicos existentes en base al decrecimiento y a la redistribución real de la riqueza alejándose de concentraciones y cánones (pre)establecidos (Piketty, 2015, Mason, 2015).

La dimensión jurídica se desarrolla en base a la implantación y despliegue de normativas que garanticen el interés general y la coexistencia pacífica con el entorno. Cabe la necesidad de analizar procesos de liberalización, desregulación, hibridación normativa, lobbies, reformas económicas y fiscales al servicio del interés general, tratados de libre comercio, tribunales de arbitraje privados, fondos de inversión, secuelas ambientales, así como sus orígenes, etc., debiendo pivotar estas herramientas a partir de relaciones simétricas con capacidad efectiva de supervisión y reversión.

La dimensión política se conforma a través de la respuesta de la sociedad civil. Esta puede ser no gubernamental además de establecerse de manera inequívoca como herramienta catalizadora ante los problemas existentes y las crisis de Estado, aspecto en continua disputa debido a las asimetrías políticas existentes. De hecho, existe una arquitectura jurídico política en la que «Gran Bretaña (y los Estados Unidos) impulsan un sistema global en el que los más ricos le quitan la riqueza al resto» (Ramsay, 2021). Una de las herramientas incluidas en los procesos de organización política es la (auto)organización alternativa y la desobediencia civil como instrumentos democráticos de primer orden evidenciando que las transformaciones no vienen siempre desde arriba, sino que emergen a partir de procesos transversales incluso apolíticos. Estos procesos deben concentrar capacidad suficiente de transformación e incidencia apuntalando la idea de avance democrático a partir de desarrollos no lineales, es decir, una guerra es un retroceso, pero a la vez puede ser un avance si lo reclamado es ético o concentra causas nobles además de conformarse como única herramienta de cambio en ese contexto.

La dimensión social tiene un claro componente transformador pivotando sus acciones en el despliegue de procesos de inclusión de personas expulsadas del sistema inclusive pudiendo tener empleo y familia. Se deben evaluar y tener presentes elementos intangibles como la felicidad y la identidad presentes y en base a esto desarrollar instrumentos que promuevan sociedades más justas, más éticas y más solidarias. En palabras del sociólogo Laville (2009, pág. 126) «la protección de la sociedad frente al mercado no puede surgir de la simple solidaridad abstracta del derecho social y de la redistribución, aunque sea indispensable: se precisa la promoción de nuevas solidaridades activas».

La dimensión cultural además de tener una función catalizadora tiene múltiples significados interrelacionados. Se aglutinan expresiones distinguiendo de manera implícita al ser humano del resto analizando sistemas diferenciadores en todas las naciones y periodos. Se establece la relación entre cultura y desarrollo no económico asociando el derecho de los seres humanos a participar de su propia creación como la promoción de la cultura, el arte y la producción científica.

La dimensión ética pone de manifiesto la crisis civilizatoria existente. A modo de ejemplo Gran Bretaña y sus territorios de ultramar son responsables de facilitar alrededor de un tercio del total de los impuestos evadidos a nivel global. Todo ello sin contemplar los recursos económicos

producto de la comisión de cualquier tipo de ilícito (Gonçalves, 2019). La retórica política, la codicia y la desinformación conformada a través de tiralíneas jurídicos y mediáticos auspiciados por determinadas empresas y organizaciones hegemónicas al servicio de sus intereses corporativos, incluida la Organización de Naciones Unidas, evidencia la doble moral existente (tra)vestida de buena voluntad y modernidad a través de procesos de RSE. Preguntada Laia (Blanch, 2013) sobre si ¿sirve de algo la Responsabilidad Social Corporativa de la que presumen muchas empresas⁴:

«No, es un fracaso total. La usan para limpiar su imagen y decirle al consumidor que hacen todo lo posible. Enseñan sus códigos, pero son códigos voluntarios, nadie sabe si efectivamente están pagando salarios dignos. Yo he entrado en fábricas de Bangladesh en las que había diez códigos diferentes de marcas diferentes, ¿cómo se va a aplicar eso? No tiene sentido. Precisamente por el fracaso de la RSC, que ha servido para tapar la explotación laboral, han sucedido accidentes como el del Rana Plaza.» (Blanch, 2013)

A pesar de contar con procesos de RSE la agonía existente derivada de determinados estragos como las crisis climáticas (extractivismos, especulación, depredación natural y/o académica) o sanitarias (Covid-19) han demostrado la necesidad de priorizar la vida por encima de la coyuntura económica. Esta dimensión colectiva será tratada por todas las partes implicadas a la hora de desarrollar un marco ético creíble y posible desarrollando un camino interdisciplinario que sea capaz de recoger las inquietudes y abordar los problemas de manera proporcional.

La dimensión laboral concentra la gran paradoja de asociar el «crecimiento» económico al decrecimiento y la calidad del empleo, salarios, ayudas sociales mejorando el estado del bienestar en general a pesar de no ser estrictamente correlacional tal disyuntiva. Buena parte de la modernidad laboral concentra de manera intrínseca procesos de precariedad estableciendo la falta de valores laborales como norma y no como excepción. Se licuan buena parte de los resortes de equidad sociales en favor del capital transnacional a través de transacciones comerciales junto a un continuo avance en la evasión de las reglas de laboralidad. La uberización del trabajo, los procesos de externalización ilimitados, la falta de supervisión transnacional y el desempleo creciente convierten a la vida laboral en una puja constante donde el mejor postor, en este caso pivotando a través de empresas transnacionales, organismos supranacionales y administraciones nacionales y/o locales ávidas de inversión, priorizan sus desarrollos económicos conformando la mano de obra y la calidad de la misma como algo accesorio y configurable a la medida de sus intereses.

La dimensión ambiental se complejiza al ser evidente la transversalidad e implicaciones que concentra. Los conceptos economía y ecología siguen en disputa es decir desarrollo, deterioro y secuelas se establecen de manera combinada sin un orden lógico. Para el desarrollo pleno del ambiente se debe tender hacia un desarrollo armónico en base a una ecointegración entre

⁴ Para Iñaki Bárcena «Es una actitud hipócrita acudir a una empresa transnacional para que haga una donación con la que comprar un terreno de selva tropical para salvar la biodiversidad, mientras a 100 kms. de distancia esa misma empresa destruye la selva sembrando soja para su posterior exportación a Europa, eso sí, con un certificado «ecológico» emitido por la misma organización que recibió el cheque para comprar un trozo de selva», a través del texto Deuda ecológica: Una herramienta para avanzar hacia ese otro mundo posible, revista Viento Sur N°92, junio 2007, p.106.

todas las diferentes formas de vida y sus implicaciones preexistentes pivotando a partir de una supervisión rigurosa la cual no se proyecte únicamente sobre las consecuencias sino también sobre las causas. Influyen aspectos naturales como la situación del suelo, la flora y la fauna; procesos de contaminación tanto en aire, agua y suelo, así como la generación de residuos teniendo presente los impactos derivados hacia la salud de las personas, el entorno y la calidad de vida.

De acuerdo con la Tabla 1, Dimensiones, se muestra la codificación y búsqueda relacionada sobre procesos de responsabilidad social empresarial.

Tabla 1. Dimensiones

Dimensión	Codificación de la definición	Ejemplo de cadena de búsqueda
Económica	Aspectos económicos o financieros que afectan y promueven procesos de responsabilidad social empresarial	'nuevos modelos económicos' 'especulación' 'crecimiento continuo' 'equidad económica' 'economía social'
Social	Relación y efectos en procesos de responsabilidad social empresarial y su incidencia en la sociedad	'protección social' 'inclusión social' 'protección de una vida sana y digna (buen vivir) por encima de elementos únicamente económicos' 'modelos sociales agotados (reconfiguración social)'
Política	Regulaciones normativas por acción u omisión sobre responsabilidad social empresarial en base al compromiso político	'fomento de igualdad de derechos para poder vivir en un territorio / barrio de manera no invasiva' 'organización política' 'contrapoder político ante hegemonía existente' 'organismos supranacionales'
Ambiental	Relación ambiental derivada de los procesos de responsabilidad social empresarial tanto por acción como por omisión	'contaminación' 'reciclaje' 'falta de desarrollo sostenible' 'cambio climático' 'secuelas ambientales'
Cultural	Sistema de valores, creencias y formas de constituir mentalmente una sociedad a partir de su identidad	'conservación de tradiciones populares' 'respeto de la identidad' 'patrimonio cultural'
Jurídica	Relaciones establecidas que producen certidumbre normativa	'dotación de normativas que eviten asimetrías' 'certidumbre jurídica' 'reconfiguración jurídica en favor de un prisma más social' 'cláusulas en los tratados de libre comercio'
Ética	Principios bajo los cuales se deben regir los procesos de responsabilidad social empresarial en base a valores éticos y morales	'valores' 'conjunto de normas y costumbres que dirigen o valoran el comportamiento humano en una comunidad' 'obrar de manera correcta' 'promoción de ética social'
Laboral	Conjunto de políticas e intervenciones sectoriales y transectoriales que buscan el bienestar y la protección de la salud de los trabajadores a través de la promoción de modos y condiciones en el ámbito laboral	'igualdad de género - equidad' 'protección laboral' 'precariedad laboral - uberización' 'conformación de sindicatos' 'cadenas de valor - procesos de externalización'

Fuente: elaboración propia

3.2. RECOPIACIÓN DE DEFINICIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El procedimiento experimental se inicia con la búsqueda predeterminada de conceptualizaciones de «responsabilidad social empresarial» desarrolladas por parte del mundo académico, expertos, así como organizaciones y sujetos activos de la vida institucional. Para ello, se introduce en el buscador de Google Académico cadenas de palabras clave como las ejemplificadas en la Tabla 1. La delimitación previa de las cadenas de búsqueda, concomitante a la revisión bibliográfica, satura en 8 categorías de RSE. Este proceso se realiza entre los días 12 de febrero y 11 de junio del 2021 permitiendo recopilar 113 unidades de análisis UA (Anexo I) como una muestra que representa un tamaño adecuado para llevar a cabo el estudio⁵ cualitativo (Luque y Herrero-García, 2019a).

Después del conteo en Google del número de veces que es citada o referenciada cada una de las 113 definiciones, se dimensionan de acuerdo a la codificación establecida y se obtienen las correspondientes frecuencias absolutas f_i como se muestra en la Tabla 2. Esta etapa implica varias condiciones de contorno para las UA, a conocer, 1) computar con al menos una referencia científica, 2) no estar replicada en bases de datos diferentes, 3) puede aparecer en una o más categorías, hasta un máximo de 8.

4. RESULTADOS

4.1. ESTUDIO DE LAS DIMENSIONES

Una vez desarrollado el enfoque cualitativo de esta investigación, la siguiente etapa consiste en explorar el alcance de cada categoría, así como su contribución a los procesos de responsabilidad social empresarial. Se dimensionan 113 UA dentro de una o varias categorías, en este caso hasta un máximo de 8 y se contabiliza el número de veces que ese concepto de responsabilidad social empresarial ha sido empleado en un periodo de tiempo determinado de aproximadamente 3 meses (f_i). Adicionalmente, la existencia de 8 dimensiones desdobra las frecuencias absolutas en las correspondientes f_{kj} , o lo que es lo mismo, las f_i de una unidad de análisis k asociada a una categoría j ($j = 1, \dots, 7$). Así, es posible obtener el peso relativo de cada j dimensión según las ecuaciones 1 y 2, respectivamente:

Dónde,

$$CD_j = \sum_{k=1}^y f_{kj} \quad [\text{Ecuación 1}]$$

CD_j es el alcance de cada j dimensión

⁵ El número de veces que aparece publicada una determinada cita está condicionada por el periodo en el cual se mide esa frecuencia de aparición. Asumimos que las frecuencias absolutas así obtenidas solo pueden crecer o mantenerse por un tiempo mientras otras aumentan, dando como resultado una disminución de la frecuencia relativa, en cualquier caso. La validez del análisis está sujeto a la época en la cual se decida explorar cuanto de representado –o no– está un determinado constructo. Lejos de ser un impedimento, pensamos que en este punto radica el atractivo de la dinámica de los procesos de RSE

f_{kj} es la frecuencia de aparición en Google de cada k unidad de análisis asociada una j dimensión

Dónde,
$$\% PD_j = \frac{CD_j}{\sum_{i=1}^x f_i} 100 \quad [\text{Ecuación 2}]$$

PD_j es el peso relativo de cada j dimensión, en porcentaje (%)

f_i es la frecuencia absoluta de aparición en Google de cada k referencia bibliográfica o UA en un periodo de tiempo determinado

Los valores obtenidos de las ecuaciones 1 y 2, se recogen en la Tabla 2. La calificación de la dimensión económica CD_1 corresponde a la suma de todos los f_{kj} extendida hasta un total de y conceptos categorizados dentro de ella. Su contribución al estudio se calcula como la relación entre el valor anterior y el sumatorio de todas las frecuencias absolutas ($\% PD_j$). De aquí subyace que la dimensión económica es la que más contribuye a los procesos de responsabilidad social empresarial, con un factor de 0,83 mientras que las categorías cultural y laboral son las menos representativas con factores de 0,02 y 0,03 respectivamente.

Tabla 2. Alcance dimensión

j	Dimensiones	CD_j	$\% PD_j$
1	Económica	98.283	83
2	Social	39.764	34
3	Política	26.547	22
4	Ambiental	10.882	9
5	Cultural	2.371	2
6	Jurídica	35.212	30
7	Ética	82.861	70
8	Laboral	3.406	3

Fuente: elaboración propia

Se observa que existe una proporción directa entre la calificación obtenida para cada dimensión y el peso relativo a ella. Es conveniente especificar que cada CD_j viene determinado por el uso de una cita k por un usuario y es presumible que su empleo dependa de la variable independiente tiempo (fijadas las 8 categorías). Llama la atención el contraste entre la dimensión económica que se encuentra en el 83 % de las definiciones y la cultural, que representa un 2%. Esto es debido a que se trabaja con dos grandes conjuntos de variables - CD_j y dimensiones- y para facilitar el estudio se mantiene constante las dimensiones establecidas. Sin embargo, las calificaciones asignadas a cada una de ellas pueden variar, incluso proviniendo del mismo autor⁶. Para minimizar los impactos de la investigación cualitativa en el tratamiento de los datos, la categorización consiste en un proceso iterativo de 3 etapas que incluye al concepto, pero no al autor(es). Dado el gran volumen de definiciones con las que aquí se trabaja, este procedimiento puede asegurar la precisión en los $\square CD_j$ de una forma más confiable que aquella que asigna,

⁶ La dispersión en el proceso de asignación de categorías se resuelve por una técnica iterativa hasta que el grado de desacuerdo esté por debajo del 15% (3 pasos).

en una sola etapa, un alto valor a cada $\square CD_1$ (aumentando conjuntamente los pesos relativos) como ya hicieran otros autores en el pasado para los procesos de (ir)RSE (Luque y Herrero-García, 2019a). Por otro lado, los 113 conceptos han sido categorizados con un mínimo de una y un máximo de ocho dimensiones (Tabla 3).

4.2. MODELO DE TRIADAS Y COMBINACIÓN DE DIMENSIONES

Explorando el Anexo I, es posible observar que los conceptos de responsabilidad social empresarial estudiados suman en una categoría o en varias con una f_{kj} asociada; el volumen de información así generado se recopila en la Tabla 3.

Tabla 3. Número de UA de orden superior

No. de dimensiones codificadas	No. de UA de orden superior	Peso en el recuento de Google (%)	Distribución
8	0	0,00	
7	2	0,04	
6	2	0,13	
5	4	0,55	
4	12	9,34	
3	41	38,61	
2	39	43,08	
1	13	8,25	
Total = 113		Total = 100 %	

Fuente: elaboración propia

Aquí se puede inferir que el número de dimensiones incluidas en una determinada definición, el número de definiciones pertenecientes a ésta y la fracción en peso del recuento efectuado en Google. En la Tabla 3 se especifica que, solo con los conceptos que incluyen dos y tres dimensiones, se han citado aproximadamente el 80% de los conceptos de responsabilidad social empresarial estudiados en este artículo.

En la Tabla 4, se muestran los distintos tipos de duplas encontradas (a través de una combinación de dimensiones que deriva en 113 UA) en la pesquisa para cada conjunto de definiciones, así como su fracción en peso respecto del 43,08% de recuento de Google. Los resultados muestran que la asociación por duplas de 39 unidades de análisis es la que soporta el mayor peso en el recuento de Google. Se define así un modelo de duplas que consiste en desglosar, respecto de la muestra inicial, las 39 UA catalogadas para el estudio correspondiente de su aporte individual (% de fracción en peso) como dupla a la dinámica de responsabilidad social empresarial (Tabla 4).

Tabla 4. Modelo de duplas

Duplas		No. de UA incluidas	Fracción del peso (%)
1	Económica-Social	10	27,1
3	Económica-Ambiental	3	17,0
5	Económica-Jurídica	4	3,3
6	Económica-Ética	13	46,3
9	Social-Ambiental	1	0,1
12	Social-Ética	4	2,0
26	Jurídica-Ética	2	4,1
28	Ética-Laboral	2	0,1
		Total = 39	Total = 100 %

Fuente: elaboración propia

Los datos obtenidos de la Tabla 4 permiten sugerir que los procesos de responsabilidad social empresarial se encuentran vectorizados por una doble categoría económica y ética (dupla 6), circunstancia compatible con la declaración de 200 directores ejecutivos señalando que la maximización del beneficio no puede ser el único elemento a ponderar (Business Roundtable, 2019). Mientras son débilmente definidas o catalogadas las dimensiones: laboral (ejemplo dupla 28, con un 0,1%) y ambiental (ejemplo dupla 9, con un 0,1%), no apareciendo la categoría política ni cultural. Si aplicamos la combinatoria, la agrupación de 8 elementos de 2 en 2 aporta 28 duplas posibles, como las que se muestran en la Tabla 5. De estas, solo se han manifestado 8 en el estudio excluyendo las 20 restantes. Esta información ha sido recopilada tomando la contribución individual de cada dimensión o $\% PD_i$ en tanto por uno y realizando la suma algebraica de la dupla para obtener su importancia relativa, en orden decreciente.

Tabla 5. Importancia relativa

Dupla	Económica	Social	Política	Ambiental	Cultural	Jurídica	Ética	Laboral	Importancia relativa (°/1)
APARECE	6	0,83					0,70		1,53
	1	0,83	0,34						1,17
	5	0,83				0,30			1,13
	12		0,34				0,70		1,04
	26					0,30	0,70		1,00
	3	0,83		0,09					0,92
	28						0,70	0,03	0,73
	9		0,34	0,09					0,43
	2	0,83							1,05
NO APARECE	17		0,22				0,70		0,92
	7	0,83						0,03	0,86
	4	0,83			0,02				0,85
	21			0,09			0,70		0,79
	24				0,02		0,70		0,72
	11		0,34			0,30			0,64
	8		0,34	0,22					0,56
	16			0,22		0,30			0,52
	20			0,09		0,30			0,39
	13		0,34					0,03	0,37
	10		0,34		0,02				0,36
	27					0,30		0,03	0,33
	23				0,02	0,30			0,32
	14			0,22	0,09				0,31
	18			0,22				0,03	0,25
	15			0,22		0,02			0,24
	22			0,09				0,03	0,12
	19			0,09		0,02			0,11
	25					0,02		0,03	0,05

Fuente: elaboración propia

Los datos de la primera sección «aparece» en la Tabla, 5 son esencialmente los mismos que los ya obtenidos en la Tabla 4 y no aportan información adicional, salvo por el orden implícito; no obstante, permiten definir el intervalo [2, 17, 7, 4, 21, 24, 11, 8, 16] de importancia relativa en el cual las duplas no manifestadas en la categorización tenían la misma probabilidad de haberlo hecho. Así, se computan 20 combinaciones «no aparecidas» que caen dentro del rango de pesos al tiempo que posibilitan excluir del estudio las otras 9 (marcadas en gris).

El objetivo es tratar de demostrar si en los actuales procesos de responsabilidad social empresarial que manejan los expertos, existe(n) una o más dimensiones adicionales a la dupla 6 establecida. Para ello, se suma toda la contribución económica, social, política y así sucesivamente (Tabla 6). Con ello se observan las dimensiones más representativas, en ambas secciones, puesto que dentro de «no aparece» representan un valor espejo o reflejo de su mayor contribución a los procesos de responsabilidad social empresarial; adicionalmente, en este rango de valores surgen las categorías política y cultural como aquellas dimensiones perdidas en los actuales procesos de responsabilidad social empresarial. La Tabla 6 también muestra que las categorías laboral y ambiental vectorizan los procesos de responsabilidad social empresarial de forma residual.

Tabla 6. Valores espejo

	Económica	Social	Política	Ambiental	Cultural	Jurídica	Ética	Laboral
Aparece	3,32	1,02	0,00	0,18	0,00	0,60	2,80	0,03
No aparece	2,49	1,36	1,54	0,45	0,14	1,50	2,10	0,18

Fuente: elaboración propia

Este hecho nos dirige a dos posiciones complementarias: por un lado, a la inducción del concepto actual de responsabilidad social empresarial como aquel que resulta de las tres aproximaciones más utilizadas dentro de la doble dimensión económica – ética y a complementar este con la definición de mayor peso (Tabla 7).

Tabla 7. Mayor peso

Brown & Dacin (1997)	El estado de una empresa y las actividades relacionadas a su percepción social o, al menos, de las obligaciones de los grupos de interés.	5.878	Económica Ética
Porter & Kramer (2002)	Las empresas deberían hacer un buen trabajo a través de una conexión filantrópica.	5.444	Económica Ética
Hopkins, (1998)	La responsabilidad social corporativa tiene que ver con tratar a los grupos de interés de la firma éticamente o de manera social responsable. Las partes interesadas existen tanto dentro como fuera de la empresa. En consecuencia, comportarse de manera socialmente responsable aumentará el desarrollo humano de las partes interesadas tanto dentro como fuera de la corporación.	5.144	Económica Ética

Fuente: elaboración propia

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Del estudio se desprende que las dimensiones que contribuyen más a la dinámica actual en los procesos de responsabilidad social empresarial son la económica y la ética. Según la distribución de la Tabla 3, dos de las ocho categorías originales son suficientes para fijar los procesos de RSE. A pesar de eso existe un gran número de definiciones y constructos relacionados de RSE estando relacionados de manera recurrente, aunque discontinua con el resto de dimensiones debido a la transversalidad, intereses e implicaciones de las mismas.

Las definiciones analizadas tienen elementos en común, así como un origen y alcance diverso de ahí su profundidad, compromiso, crítica e interés. El estudio realizado permite evidenciar la fractura existente entre los procesos de RSE los cuales pivotan de manera inherente en procesos de maximización del beneficio (Greiner y Sun, 2021) junto a las pretendidas formas éticas para conseguirlo por un lado y la fractura existente con dimensiones que a priori y de manera implícita toda definición de RSE debería contener como son la social (Karwowski y Raulinajtys-Grzybek, 2021), la medioambiental (Zainuddin *et al*, 2020) y sus irradiaciones. Con ello se ponen en tela de juicio los procesos de RSE en base a la arbitrariedad endógena existente pretendiendo sustituir las legislaciones derivadas de Estados y todo tipo de organismos a partir de voluntariedades sin exigibilidades es decir sin ningún tipo de cortapisa jurídica o política que se lo impida. Los procesos de RSE obligan de facto a no tener ningún compromiso de exigibilidad impidiendo con ello una automatización, supervisión y repetición en el tiempo de sus políticas

voluntarias. Con ello se pone de manifiesto la complicitad de los Estados promoviendo de facto procesos de modernidad y buena voluntad a través de (i)responsabilidad.

Las definiciones analizadas describen un fenómeno, pero no desarrollan como gestionar los desafíos existentes, de hecho, las secuelas derivadas de la producción a partir de la autorización, elaboración, promoción y consumo de bienes deben hacerse cargo de la realidad existente en lugar de proyectarse como meras voluntariedades todas ellas incompatibles con una reversión efectiva y con una vida plena en favor del interés común.

6. REFERENCIAS

- Abreu, J., & Badii, M. (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *International Journal of Good Conscience*, 2(1), 54-70.
- Accountability (Ed) (2003). *Norma de aseguramiento AA 1000*. www.accountability.org/index.htm
- Aguilera Castro, A. & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, (32), 1-26.
- Amis, J., Barney, J., Mahoney, J. T., & Wang, H. (2020). From the editors—Why we need a theory of stakeholder governance—And why this is a hard problem. *Academy of Management Review*, 45(3), 499-503.
- Antelo González, Y. Y., & Robaina, D. A. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería industrial*, 36(1), 58-69.
- Argandoña, A. (2009). ¿Puede la Responsabilidad Social Corporativa ayudar a entender la crisis financiera? *Documento de investigación 790*. IESE. <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0790.pdf>
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). (2004). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. AECA.
- Avendaño, C., & William, R. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas". *Revista Lasallista de Investigación*, 10(1), 152-163.
- Barroso Tanoira, F. (2007). Responsabilidad social empresarial: concepto y sugerencias para su aplicación en empresas. *Ingeniería*, 11(3), 65-72.
- Bebchuk, L. A., & Tallarita, R. (2020). *The illusory promise of stakeholder governance*. Cornell L. Rev., 106, 91.
- Beck, U. (1998). ¿Qué es la globalización? *Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Paidós Estado y Sociedad.
- Berkan, A., Becchetti, L., & Manfredonia, S. (2021). Media coverage, corporate social irresponsibility conduct, and financial analysts' performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(5), 1456– 1470. <https://doi.org/10.1002/csr.2176>
- Blanch, L. (2013, 7 septiembre). Las empresas utilizan la Responsabilidad Social Corporativa para limpiar su imagen. Es un fracaso total. *Eldiario.es*. <https://bit.ly/36DkzuU>
- Block, F. (1977). *The Ruling Class Does Not Rule: Notes on the Marxist Theory of the State*. Temple University Press: Revising Sta (socialist revolution).
- Boatright, J. R. (2000). *Ethics and the Conduct of Business*. Prentice Hall.
- Bonneuil, C., Choquet, P. L., & Franta, B. (2021). *Early warnings and emerging accountability: Total's responses to global warming, 1971–2021*. *Global Environmental Change*, 102386. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2021.102386>

- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Brothers.
- Brown, M. (1992). *La Ética en la empresa: Estrategias para las decisiones*. Paidós.
- Brown, T., & Dacin, P. (1997). The company and the product: corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68–84.
- BSR Issue Briefs (Ed.)(2002). *Business for Social Responsibility*. <https://bit.ly/36rT5br>
- Business Impact (2000). *Winning with integrity: a guide to social responsibility*. Business in the Community.
- Business Roundtable. (2019). *Statement on the Purpose of a Corporation*. <https://opportunity.businessroundtable.org/ourcommitment/>
- Burke, L. & Logsdon, J. M. (1996). How Corporate Social Responsibility Pays Off. *Long Range Planning*, 29(4), 495–502. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(96\)00041-6](https://doi.org/10.1016/0024-6301(96)00041-6)
- Cajiga Calderón, J. F. (2000). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Cemefi, 1-35. <https://bit.ly/3qWMVJU>
- Camacho Solís, J. I. (2015). Las normas de responsabilidad Social, su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista Latinoamericana de derecho social*, 20, 3-29. <https://doi.org/10.1016/j.rlds.2015.06.001>
- Cancino del Castillo, C., & Morales Parragué, M. (2008). *Responsabilidad empresarial*. Universidad de Chile. Facultad de Economía y Negocios. Departamento Control de Gestión y Sistemas de Información.
- Cantú Rivera, H. F. (2013). Empresas y derechos humanos: ¿hacia una regulación jurídica efectiva, o el mantenimiento del status quo? *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, 13, 313-354.
- Capriotti, P., & Schulze, F. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial*. Executive Business School. <https://bit.ly/2VhPbzA>
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1983). Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding? *Vital Speech of the Day*, 49, 604-608.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Castka, P., Bamber, C. J., Bamber, D., & Sharp, J. M. (2004). Integrating corporate social responsibility (CSR) into ISO management systems - in search of a feasible CSR management system framework. *The TQM Magazine*, 16(3), 216-224.
- Chomali, F., & Majluf, N. (2007). *Ética y Responsabilidad Social en la empresa*. Aguilar Chilena de Ediciones S.A.

- Chung, K. H., Yu, J.E., Choi, M.G., & Shin, J.I. (2015). The effects of CSR on customer satisfaction and loyalty in China: the moderating role of corporate image. *Journal of Económicas, Business and Management*, 3(5), 542-547. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.243>
- Commission of the European Communities (Eds) (2001). *Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. <https://bit.ly/3hRnd5l>
- Correa, M.E., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Naciones Unidas. <https://bit.ly/2Uwgxlg>
- Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10(20), 87-102.
- Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*. Editorial Trota.
- Cortina, A. (2005). Ética de la empresa: no sólo responsabilidad social. En Fundación ÉTNOR (Ed), *Ética de la empresa: Hacia un nuevo orden global* (pp. 7-18). XIV Seminario Permanente de Ética Económica y Empresarial (2004-2005). <https://bit.ly/3AOcFwL>
- Council of Europe, Lisbon (Ed) (2000). *Putting into practice a new method of open coordination*. <https://bit.ly/3qVWLMc>
- Crane, A. (2008). *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. Oxford Handbooks.
- Crawfor, D., & Scaletta, T. (2005). *The balanced scorecard and corporate social responsibility: aligning values for profit*. CMA Management. <https://bit.ly/3hpWXAa>
- Daft, R. (2000). *Teoría y diseño organizacional*. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V. <https://bit.ly/3khdPL4>
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore corporate social responsibilities. *California Management Review*, 2(1), 70-76.
- Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10(4), 45-51.
- Dawkins, J. & Lewis, S. (2003). CSR in Stakeholder Expectations: And Their Implication for Company Strategy. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 185-193.
- Diermeier, D. (2006). Leading in a World of Competing Values. In Th. Maak & N. M. Pless (eds.), *Responsible Leadership* (pp. 155-169). Routledge.
- Donaldson, T., & Dunfee, T. (1994). Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory. *Academy of Management Review*, 19(1), 252-282.
- Drucker, P. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. *Management Review*, 26(2), 533-63.
- Ebner, D., & Baumgartner, R. J. (2006). *The relationship between sustainable development and corporate social responsibility* [Conferencia]. Corporate responsibility research conference. Queens University, Belfast Dublin.
- Eels, R. & Walton, C. (1974). *Conceptual Foundations of Business*, 3rd Edición Irwin, Burr Ridge, IL.

- Eilbert, H., & Parket, I. (1973). The current status of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 16(4), 5-14.
- Engle, R. F., Giglio, S., Kelly, B., Lee, H., & Stroebe, J. (2020). Hedging climate change news. *The Review of Financial Studies*, 33(3), 1184-1216. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhz072>
- Epstein, E. M. (1987). The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99-115.
- European Commission Green Paper (Ed.) (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas [Promoting a European framework for corporate social responsibility]*. Comisión Europea. <https://bit.ly/36ueZL8>
- European Commission (Ed.) (2011). *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas [A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility]*. Comisión Europea. <https://bit.ly/3yN3dHT>
- Fernández, P., & Bonet, A. (1989). Fusiones, adquisiciones y control de las empresas. *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, (523-524), 39-60.
- Fourez, G. (1994). *La construcción del conocimiento científico: sociología y ética de la ciencia*. Narcea.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Freeman, R., & Gilbert, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71.
- Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61.
- Friedman, M. (1970, Septiembre 13). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times*. <https://nyti.ms/3iOop6B>
- Fuller, S. (2013). Never let a good crisis go to waste': moral entrepreneurship, or the fine art of recycling evil into good. *Business ethics: a european review*, 22(1), 1-20. <https://doi.org/10.1111/beer.12012>
- Gaete Quezada, R. A. (2006). La Universidad y la responsabilidad social. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 5(10), 129-145
- García, A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Revista Futuros*, 5(17), 1-9.
- Giner, A. (2008). Las empresas transnacionales y los derechos humanos. *Lan Harremanak*, 19, 67-87. <https://bit.ly/3AUkBMU>
- Global Reporting Initiative (GRI) (2009). *La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje?* Global Reporting Initiative.
- Godfrey, P. C. & Hatch, N. W. (2007). Researching Corporate Social Responsibility: An Agenda for the 21st Century. *Journal of Business Ethics*, 70, 87-98. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9080-y>

- Goel, M., & Ramanathan, P. (2014). Business ethics and Corporate Social Responsibility-Is there a dividing line. *Procedia Económicas and Finance*, 11(1), 49-59. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00175-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00175-0)
- Gonaldi, M. (2011). Algunos Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y responsabilidad Universitaria. *Cuadernos Tecnológicos FRLR*, 1, 9-14.
- Gonçalves, P. (2019, mayo 30). *UK territories blamed for bulk of global tax dodging. International Investment*. <https://bit.ly/3vEl43E>
- Greiner, M. & Sun, J. (2021). How corporate social responsibility can incentivize top managers: A commitment to sustainability as an agency intervention. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(4), 1360-1375. <https://doi.org/10.1002/csr.2148>
- Grzybowski, L. (2012). ¿Perjudica la mundialización al medio ambiente?. *El Atlas de las Mundializaciones*, 118. Fundación Mondiplo.
- Guamán, A., & Luque, A. (2019). Cadenas de suministro, Derechos Humanos, Empresas Transnacionales e industria textil: de los AMI a un Instrumento Internacional Jurídicamente Vinculante. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 37(2), 393-418. <https://doi.org/10.5209/crla.66044>.
- Hackworth, J., & Smith, N. (2002). The changing state of gentrification. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 92(4), 464-477. <https://doi.org/10.1111/1467-9663.00172>
- Hamidu, A., Haron, M., & Amran, A. (2015). Corporate social responsibility: A review on definitions, core characteristics and theoretical perspectives. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 83-95. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4p83>
- Heald, M. (1957,). Management's responsibility to society: The growth of an idea. *Business History Review*, 31(4), 375-384.
- Hernández Zubizarreta, J. (2008). La responsabilidad social corporativa y las empresas transnacionales: de la ética de la empresa a las relaciones de poder. *Lan Harremanak*, 19(2), 17-49.
- Hopkins, M. (1998). *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age*. MacMillan.
- Howes, D. H., & Solomon, R. L. (1951). Visual duration threshold as a function of word-probability. *Journal of experimental psychology*, 41(6), 401.
- Igalens, J. & Gond, J. P. (2005). Measuring Corporate Social Performance in France: A Critical and Empirical Analysis of ARESE data. *Journal of Business Ethics*, 56, 131-148. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-3529-7>
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (Ed.) (2002). *Algunas definiciones de Responsabilidad Social Empresaria* <https://bit.ly/3i1Zm35>
- ISO 26.000: 2010 (es) (2010). *Guía de responsabilidad social. International Organization for Standardization*. <https://bit.ly/2VuijDT>
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-262.

Jenkins, H. M. (2004). Corporate Social Responsibility and the Mining Industry: Conflicts and Constructs. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 11(1), 23-34.

Jimenez Palmero, A. (2008). La internacionalización de la empresa a través del enfoque de recursos y capacidades. *Gestión joven: revista de la agrupación joven iberoamericana de contabilidad y administración de empresas*, (2), 29-35.

Johnson, H. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Thomson Wadsworth.

Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 22(2), 59-67.

Kageura, K., & Umino, B. (1996). Methods of automatic term recognition: A review. Terminology. *International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication*, 3(2), 259-289.

Kaku, R. (1997). The path of kyosei. *Harvard Business Review*, 75(4), 55-61.

Karwowski, M. & Raulinajtys-Grzybek, M. (2021). The application of corporate social responsibility (CSR) actions for mitigation of environmental, social, corporate governance (ESG) and reputational risk in integrated reports. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(4), 1270-1284. <https://doi.org/10.1002/csr.2137>

Khoury, G., Rostami, J., & Turnbull, P. L. (1999). *Corporate Social Responsibility: Turning Words into Action*. Conference Board of Canada.

Kotler, P., & Lee, N. (2004). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons.

Lagasio, V., & Cucari, N. (2019). Corporate governance and environmental social governance disclosure: A meta-analytical review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 701–711. <https://doi.org/10.1002/csr.1716>

Landrigan, P., Fuller, R., Adeyi, O., Arnold, R., Basu, N., Bibi, A., . . . Coll-Seck, A. (2018). The Lancet Commission on pollution and health. *The Lancet commissions*, 391(10119), 462-512. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(17\)32345-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(17)32345-0)

Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595–632.

Latapí Agudelo, M. A. L., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23. <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>

Laval, C., & Dardot, P. (2017). *La pesadilla que no se acaba nunca: El neoliberalismo contra la democracia*. 360° Claves contemporáneas.

Laville, J. (2009). *Crisis capitalista y economía solidaria*. Icaria.

Litz, R. (1996). A resource-based-view of the socially responsible firm: Stakeholder interdependence, Ética Awareness, and Issue Responsiveness. *Journal of Business Ethics*, 15(12), 13-55

Lo, K. Y., & Kwan, C. L. (2017). The effect of environmental, social, governance and sustainability initiatives on stock value—Examining market response to initiatives undertaken by listed companies. *Corporate social responsibility and environmental management*, 24(6), 606-619. <https://doi.org/10.1002/csr.1431>

Luque, A. (2018). Exploración de la corrupción textil transnacional: ¿Excepcionalidad o norma sistémica? *Empresa y Humanismo*, 21(2), 123-184. <https://doi.org/10.15581/015.XXI.2.123-184>

Luque, A. & Herrero García, N. (2019a). How corporate social (ir)responsibility in the textile sector is defined, and its impact on Ética sustainability: An analysis of 133 concepts. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 26(6), 1-22. <https://doi.org/10.1002/csr.1747>.

Luque, A. & Herrero-García, N. (2019b). Corporate social responsibility in the textile sector: A conceptual analysis of dimensions. *Opción*, 35(90), 187-212.

Luque, A. & Guamán, A. (2021). Transnational textile outsourcing: exceptional or standard? *Int. J. Business and Globalisation*, 27(2), 143–170. Doi: 10.1504/IJBG.2021.10034942

Luque, A., & Álvarez, J. (2021). How the social and solidarity economy is defined: an analysis of 100 concepts. En P. Baisotti, & H. López (Eds), *The Social and Solidarity Economy in Latin America. The development of the common good* (1-47). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

McKague, K., & Cragg, W. (2003). *Compendium of ethics codes and instruments of corporate responsibility*. York University.

Maclagan, P. (1999). Corporate social responsibility as a participative process, *Business Ethics: A European Review*, 8(1), 43-49.

Maignan, I., & Farrell, O. (2004). Corporate social responsibility and marketing: an integrative framework. *Journal of the academy of marketing science*, 32, 3-19. <https://doi.org/10.1177/0092070303258971>

Marín Calahorra, F. (2008). *Responsabilidad social corporativa y comunicación*. Fragua

Martínez Herrera, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Ecoe Ediciones.

Martinez, M., & Soza, C. (2009). *La responsabilidad social de las empresas: orígenes, aproximaciones conceptuales y estrategias*. Ed. Universitaria en RSE – PNUD. <https://bit.ly/2UJVj3A>

Mason, P. (2015). The end of capitalism has begun. *The Guardian*, 17(7). <https://bit.ly/39gn88T>

Matten, D., & Moon, J. (2008). “Implicit” and “Explicit” CSR: a conceptual framework or a comparative understanding of CSR. *The academy of management review*, 33(2), 404–424.

McGuire, J. (1963). *Business and Society*. Mc Graw-Hill.

McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm. *The academy of management review*, 26(1), 117-127.

- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer affairs*, 35(1), 45-72.
- Moon, J. (2002). The social responsibility of business and new governance. *Government and Opposition*, 37(3), 385-408.
- Mosley, D., Pietri, P., & Megginson, L. (1996). *Management: leadership in action*. Harper Collins.
- Murphy T. 1992. The discourse of pop songs. *TESOL Quarterly*, 26(4), 770-774.
- Murray, K., & Montanari, J. (1986). Strategic management of the socially responsible firm: integrating management and marketing theory. *The academy of management review*, 11(4), 8-15.
- Naredo, J. M. (2015). *La economía en evolución: historia y perspectivas de las categorías básicas del pensamiento económico*. Siglo XXI de España Editores.
- Organización Internacional del Trabajo (Ed.) (2010). *La OIT y la responsabilidad social de la empresa*. <https://bit.ly/3wFo26E>
- Orjuela Córdoba, S. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias & análisis*, (1), 137-156. <https://doi.org/10.24265/cian.2011.n1.09>
- Piketty, T. (2015). About capital in the twenty-first century. *American Economic Review*, 105(5), 48-53. <https://doi.org/10.1257/aer.p20151060>
- Polanyi, K. (1994). *El sustento del hombre*. Ed. Mondadori.
- Porter, M., & Kramer, M. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*. 80(12), 56-69.
- Presuttari, L. (2016). *Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial*. [Tesis de maestría, Universidad Siglo 21]. <https://bit.ly/3eAYBgH>
- Rahman, S. (2011). Evaluation of definitions: ten dimensions of corporate social responsibility. *World review of business research*, 1(1), 166-176.
- Ramsay, A. (2021, octubre 20). *Los papeles de Pandora muestran la verdadera cara de la Gran Bretaña global. A través de su red de paraísos fiscales, el Reino Unido es el eje de un sistema que beneficia a lxs ricxs y poderosxs*. Internacional Progresista. <https://bit.ly/3b3kSBw>
- Rodriguez Sánchez, M. (2005). La responsabilidad social empresarial y los consumidores. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (53) 97-109.
- Scherer, A. G., & Smid, M. (2000). The downward spiral and the US model business principles-why MNEs should take responsibility for the improvement of world-wide social and environmental conditions. *MIR: Management International Review*, 40(4), 351-371.
- Schwartz, M. (2017). *Corporate social responsibility*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315259222>
- Singer, A. E. (2013). Corporate Política activity, Social responsibility, and competitive strategy: an integrative model. *Business Ethics*, 22(3), 308-324. <https://doi.org/10.1111/beer.12023>

Smith, N. C. (2001). Changes in corporate practices in response to public interest advocacy and actions: the role of consumer boycotts and socially responsible consumption in promoting corporate social responsibility. In P. N. B. a. G. T. Gundlach (Ed.), *Handbook of Marketing and Society* (pp. 125-159). Thousand Oaks.

Somerville, I., & Wood, E. (1998). *Business ethics in the public relations Handbook*. McGraw-Hill.

Steiner, G. A. (1971). *Business and Society*. Random House.

Torugsa, N., O'Donohue, W., & Hecker, R. (2013). Proactive CSR: An empirical analysis of the role of its economic, social and environmental dimensions on the association between capabilities and performance. *Journal of Business Ethics*, 115(2), 383-402. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1405-4>

Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of business ethics*, 85(4), 411-427.

UN Global Compact (Ed.) (2000). *Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio [Principles of the global compact and development objectives for the Millenium]*. <https://bit.ly/3wGXJgm>

Van der Wiele, T., Kok, P., McKenna, R. & Brown, A. (2001). A Corporate Social Responsibility Audit within a Quality Management Framework. *Journal of Business Ethics*, (31), 285-297. <https://doi.org/10.1023/A:1010767001610>

Varey, R., & Hamblett, R. (1997). Business excellence review at Royal Mail (NW/NW): a case of strategic communication management. *Managing Service Quality: An International Journal*, 7(6), 281 – 289. <http://dx.doi.org/10.1108/09604529710186615>

Velasquez, M. G. (2013). *Business ethics: Concepts and cases*. Pearson.

Visser, W. (2006). Revisiting Carroll's CSR pyramid: an African perspective. In M. Huniche & E. P. Rahbek (Eds.), *Corporate citizenship in developing countries—new partnership perspectives* (pp. 29–56). Copenhagen Business School Press

Vogel, D. (1989). The study of social issues in management: a critical appraisal. *California management review*, 28(2), 142-152.

Wajcman, J. (2015). *Pressed for time: The acceleration of life in digital capitalism*. University of Chicago Press.

Walton, C. (1967). *Corporate social responsibilities*. Wadsworth

Welford, R. (2005). Corporate social responsibility in europe, north america and asia: 2004 survey results. *The journal of corporate citizenship*, 17(17), 33-52.

Wilcox, D. (2005). *Responsabilidad social empresarial (RSE), la nueva exigencia global*. *Estudios 2005*, documento de trabajo 13, Universidad Viña del Mar.

Wolf, K. D. (2005). Private actors and the legitimacy of governance beyond the state: Conceptual outlines and empirical explorations. Ed. A. Benz & I. Papadopoulos, *Governance and democratic legitimacy*.

Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718. <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616>

Woodward-Clyde, N. (1999). *Key opportunities and risks to New Zealand's export trade from green market signals*. Auckland, N.Z. and Woodward-Clyde Ed.

World Bank (Ed.) (2003). *Public Policy for Corporate Social Responsibility*. <https://bit.ly/3AWVj0J>

World Business Council For Sustainable (WBCSD) (Ed.) (2004). *Focus on Sustainability*. <https://bit.ly/3r7DffC>

Xie, J., Nozawa, W., Yagi, M., Fujii, H., & Managi, S. (2019). Do environmental, social, and governance activities improve corporate financial performance?. *Business Strategy and the Environment*, 28(2), 286-300. <https://doi.org/10.1002/bse.2224>

Zainuddin Rela, I., Hair Awang, A., Ramli, Z., Sum, S. M., & Meisanti M. (2020). Effects of environmental corporate social responsibility on environmental well-being perception and the mediation role of community resilience. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(5), 2176-2187. <https://doi.org/10.1002/csr.1956>

Zubizarreta, J. H., & Ramiro, P. (2016). *Contra la lex mercatoria*. Ed. Icaria

ANEXO 1

La Tabla que se presenta a continuación muestra las definiciones que soportan los procesos de Responsabilidad Social Empresarial, los conceptos relacionados con cada autor y la dimensión a la que pertenece cada uno.

Tabla A1. Categorización de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial.

Autor	Concepto	Frecuencia	Dimensiones
Abreu & Badii (2007)	Es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida.	106	Económica Social Ambiental Ética
Accountability (2003)	Capacidad de respuesta para atender las preocupaciones de las partes interesadas y cumplimiento para lograr los estándares con los cuales se compromete voluntariamente junto a las normas y regulaciones que debe cumplir por razones legales.	1.312	Jurídica Ética
Aguilera & Puerto (2012)	Es la transferencia de valor agregado a la sociedad; valor que se espera que en el mediano o largo plazo se convierta en fuente de ventaja competitiva, evidentemente, si así lo advierte oportunamente la organización.	474	Económica Social
Antelo & Robaina (2015)	Es un compromiso continuo de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general.	70	Económica Social Política Ética
Argandoña (2009)	Companies "must" view their responsibilities as moral obligations (a duty of conscience), whether they be enforced by law or social norm, or not.	311	Social Ética
Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2004, p. 9)	Compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su compromiso social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa.	40	Social Ambiental Ética Labor
Avendaño & William (2013, p. 157)	CSR begins as a moral obligation, but transforms into a strategic resource, an instrument at the service of Economía efficacy and profit.	131	Económica Ética
Barroso (2007)	Es mejorar, como parte de la filosofía de las empresas, la calidad de vida de sus trabajadores.	20	Ética Laboral
Boatright (2000)	Es el comportamiento empresarial hacia un nivel donde sea congruente con las prevalecientes normas, valores y expectativas.	67	Económica Ética
Bowen (1953, p. 6)	Son las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad.	8.581	Económica Social Política Ética
Brown & Dacin (1997)	A company's 'status and activities with respect to its perceived societal or, at least, stakeholder obligations.	5.878	Económica Ética
BSR (2002)	CSR is defined as operating a business in a manner that meets or exceeds [my emphasis] the Ética, legal, commercial and public expectations that society has of business.	21	Económica Jurídica Ética
Business Impact (2000)	Treat employees fairly and equitably, operate Étically and with integrity and to respect basic human rights.	28	Ética Labor
Burke & Logsdon (1996, p. 496)	Define CSR as strategic when it yields substantial business-related benefits to the firm.	1.849	Económica
Cajiga, 2000	Es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.	11	Económica Social Política Ambiental Cultural Ética

Camacho (2015)	Es un estilo de llevar la gestión empresarial, que en parte reconoce e incorpora la relación de permanente interdependencia que existe entre la empresa y sus interlocutores, cuyos intereses comunes se asumen para un mutuo beneficio.	1	Económica Ética
Cancino del Castillo & Morales (2008)	Es un modelo de gestión en su conjunto.	215	Económica Ética
Cantú (2013, pp. 331-335)	Businesses will be favored by an environment in which compliance with human rights becomes the rule and not the exception	3	Económica Ambiental Ética
Capriotti & Schulze (2010)	Es una noción comprensiva que tiene en cuenta asuntos económicos, sociales y medio ambientales y al mismo tiempo, protege los intereses de todos los stakeholders con el requerimiento de una mayor transparencia.	66	Económica Social Ambiental Ética
Carroll (1979)	The social responsibility of business encompasses the Economía, legal, Ética, and discretionary expectations that society has of organizations at a given point in time.	15.769	Económica Jurídica Ética
Carroll (1983)	CSR involves the conduct of a business so that it is Economically profitable, law abiding, Ética and socially supportive. To be socially responsible . . . then means that profitability and obedience to the law are foremost conditions to discussing the firm's ethics and the extent to which it supports the society in which it exists with contributions of money, time and talent. Thus, CSR is composed of four parts: Economía, legal, Ética, and voluntary or philanthropic.	439	Económica Social Legal Ética
Carrol (1991)	Aquella puramente voluntaria y guiada por el deseo de la compañía en hacer contribuciones sociales que no están incluidas en los mandatos económicos, ni en las leyes o en la ética. En este nivel se incluyen contribuciones filantrópicas de las cuales no se esperan retribuciones para la compañía y que no son esperadas por la comunidad.	12.895	Jurídica Política Ética
Castka, Bamber, Bamber & Sharp (2004)	Define CSR as a concept to behave profitably through social and environmental commitment by meeting stakeholders' needs.	226	Económica Social Ética
Chomali & Majluf (2007)	Es la función que posee la empresa dentro de la sociedad como parte integral y objeto del bienestar humano.	61	Económica Social Ética
Chung, Yu, Choi, & Shin (2015).	Positive relationship that pursues stakeholders to be committed to the corporate through the customers satisfaction, stockholders and investors attractiveness.	197	Económica
Commission of the European Communities (2001, p. 4)	Concept, whereby companies integrate social and environmental concerns into their business operations and interactions with their stakeholders on a voluntary basis.	2	Social Ambiental Ética
Correa, Flynn, & Amit (2004)	Es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida.	410	Económica Social Política Cultural Ética
Correa (2007)	Es la responsabilidad que las empresas tienen o asumen frente a la sociedad en general.	133	Social Ética
Cortina (2005)	Companies must keep to the current legislation and to their own corporate ethics in order to develop a sense of liability through Jurídica obligations and an Ética responsibility informed by the acquisition of moral values.	80	Económica Jurídica Ética
Council of Europe, Lisbon (2000)	Best practices on lifelong learning, work organization, equal opportunities, social inclusion and sustainable development.	96	Social Ambiental Laboral
Crawfor & Scaletta (2005)	Es una práctica empresarial que acrecienta el valor de las acciones de una compañía a largo plazo, por medio del aprovechamiento de oportunidades y de un adecuado manejo de los riesgos derivados del desarrollo económico, ambiental y social.	95	Económica Social Ambiental
Daft (2000)	There is one and only one social responsibility of business – to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition without deception or fraud.	2.898	Económica Ética
Davis (1960)	It refers to businessmen's decisions and actions taken for reasons at least partially beyond the firm's direct Economía or technical interest.	2.898	Económica

Davis (1967, p. 7)	Social responsibility is expressed in law, custom, and institutional agreements that define conditions for responsible use of power.	766	Jurídica Ética
Dawkins and Lewis, 2003	Includes employee treatment, community commitment, ethics and environment.	654	Política Cultural Ética Laboral
Diermeier (2006)	CSR is “used” for reputational gains.	20	Económica
Donaldson & Dunfee (1994)	Es la aplicación de reglas en base a un parámetro ideal o a paradigmas preestablecidos que pueden no guardar relación con la manera en que realmente funcionan las organizaciones o las relaciones entre personas (lo que debe ser).	2.306	Ética
Drucker (1984, p. 10)	To turn a social problem into Económica opportunity and Económica benefit, into productive capacity, into human competence, into well-paid jobs, and into wealth.	1.410	Económica Ética Laboral
Ebner & Baumgartner, (2006)	The prime objective is to consider the firm’s environment and its stakeholders which means being responsible to them for the company’s outputs and impacts and meeting not only shareholder’s interests.	268	Económica Ambiental Ética
Eels and Walton (1974)	Concerns with the needs and goals of society.	461	Social Ética
Eilbert & Paret (1973)	Perhaps the best way to understand social responsibility is to think of it as “good neighborliness”. The concept involves two phases. On one hand, it means not doing things that spoil the neighborhood. On the other, it may be expressed as the voluntary assumption of the obligation to help solve neighborhood problems. Those who find neighborliness an awkward or coy concept may substitute the idea that social responsibility means the commitment of a business or Business, in general, to an active role in the solution of broad social problems, such as racial discrimination, pollution, transportation, or urban decay.	2	Social Ambiental Ética
Epstein (1987)	Aquella que genera más efectos beneficiosos que adversos sobre stakeholders.	917	Económica
European Commission Green Paper (2001)	Voluntarily taking on commitments which go beyond common regulatory and conventional requirements, which they would have to respect in any case.	55	Ética
European Commission (2011)	Companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.	66	Social Ambiental
Freeman (1984)	The companies’ responsibility is to “any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives”.	310	Económica Ética
Freeman & Gilbert (2004)	Integra la visión de los grupos de interés dándole énfasis a la sustentabilidad de las actividades empresariales, es decir, la ve como un medio de supervivencia de largo plazo sin descuidar los resultados del corto plazo.	174	Económica Ética
Frederick (1960, p. 60)	Social responsibilities mean that businessmen should oversee the operation of an Económica system that fulfils the expectations of the public. And this means in turn that the economy’s means of production should be employed in such a way that production and distribution should enhance total socio-Económica welfare.	1.138	Económica Social Ética
Friedman (1970)	La única responsabilidad de la empresa hacia la sociedad es la maximización de beneficios a los accionistas dentro del marco Jurídico y ético del país.	34	Económica
Fuller (2013)	CSR is then considered to be a fee charged on the returns derived from the wrongs committed by entrepreneurship to pay for some of the rights. Thus “the revenues collected by taxes associated with sin and exploitation are often earmarked for restoring health and the environment, if not offering outright incentives for the manufacture of more salutary products”.	173	Económica Ambiental
Gaete (2006, p. 139)	El desarrollo de las actividades propias de una organización en virtud del rol asignado por la sociedad, con una conciencia plena del impacto que generan sus propias acciones en el entorno, desde diferentes perspectivas tales como la económica, legal, social y Ambiental, aplicando en su gestión de manera voluntaria un conjunto de valores y principios que se orientan a la protección y cuidado de los intereses de la sociedad en su conjunto, estableciendo	35	Social Jurídica Ambiental Ética

	relaciones transparentes y sustentables con los distintos actores con los que se relaciona tanto interna como externamente.		
Garcia (2007)	Es el compromiso de la empresa en la contribución al desarrollo sostenible; lo cual implica la adopción de una nueva ética en su actuación en relación a la naturaleza y la sociedad, un motivo de solidaridad, el sentido de responsabilidad por salvar las condiciones que sustentan la vida en el planeta, el tributo la calidad de vida de los grupos de interés (o stakeholders), sus familias y la comunidad.	139	Económica Social Ambiental Ética Laboral
Giner (2008)	Most companies continue to hinder the codification of human rights and the corresponding obligations incumbent upon all sectors of society. The private sector itself, aware of its poor image and of its responsibilities in this area, encourages the establishment of voluntary regimes of conduct, to which end it commits to complying with international regulation and fundamental rights as part of its policy of (CSR)	35	Económica Jurídica
Global Reporting Initiative (GRI) (2009)	Es la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global.	17	Económica Social Ambiental
Godfrey and Hatch, (2007)	CSR is used as an umbrella term to describe much of what is done in terms of ethics-related activities in firms around the globe to such an extent that some consider it a "tortured concept".	643	Ética
Goel & Ramanathan (2014)	CSR is a subset of business ethics.	74	Económica Ética
Gonaldi (2011)	Es una estrategia de gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización en su entorno humano, social y natural.	4	Económica Social Ambiental Ética
Grzybowski (2012, p. 118)	More environmentally friendly mode of production.	6	Económica Ambiental Ética
Hamidu, Haron, & Amran (2015)	A representative of all set of corporate initiatives which are discretionary and extend beyond what the law has prescribed.	113	Económica Jurídica
Heald (1957)	CSR is recognition on the part of management of an obligation to the society it serves not only for maximum. Económica performance but for humane and constructive social policies as well.	227	Económica Social
Hernández (2008, p. 46)	CSR and codes of conduct presuppose, from the systems of regulatory control of transnational corporations, a 'complete makeover'.	228	Económica Jurídica Ética
Hopkins (1998)	Corporate social responsibility is concerned with treating the stakeholders of the firm Eticaly or in a socially responsible manner. Stakeholders exist both within a firm and outside. Consequently, behaving socially responsibly will increase the human development of stakeholders both within and outside the corporation.	5.144	Económica Ética
Igalens & Gond (2005)	CSR has a set of responsibilities which is more than the company's purely Jurídicaand Económica duty as the environment in which they operate is also "social, Política and ecological in nature.	73	Económica Social Jurídica Política Ambiental
Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (2002)	Es una perspectiva de gradualidad, puesto que se presenta como un camino de excelencia a seguir	410	Ética
International Organization for Standardization (ISO 26000) (2010)	Organizations around the world, and their stakeholders, are becoming increasingly aware of the need for and benefits of socially responsible behaviour. The objective of social responsibility is to contribute to sustainable development.	59	Económica Social Ambiental Ética
Jamali & Mirshak (2007)	CSR operates on the principle that corporates are obliged to meet their responsibilities to a larger array of stakeholders than its shareholders.	1.484	Económica Jurídica
Jenkins (2004)	A concept which makes it possible for companies to "frame their attitudes and strategies towards, and relationships	1.372	Económica Social Ética

	with, stakeholders, be they investors, employees or communities, within a popular acceptable concept.		
Jiménez (2008)	Es una forma de autocontrol que envuelve elementos de limitaciones normativas, incentivos altruistas y el imperativo moral en la búsqueda del nirvana social de las empresas.	61	Social Jurídica Ética
Johnson (1971)	A socially responsible firm is one whose managerial staff balances a multiplicity of interests. Instead of striving only for larger profits for its stockholders, a responsible enterprise also takes into account employees, suppliers, dealers, local communities, and the nation.	783	Económica Social Política Laboral
Jones (1980)	Is the notion that corporations have an obligation to constituent groups in society other than stockholders and beyond that prescribed by law and union contract. Two facets of this definition are critical. First, the obligation must be voluntarily adopted; behavior influenced by the coercive forces of law or union contract is not voluntary. Second, the obligation is a broad, extending beyond the traditional duty to shareholders to other societal groups such as customers, employees, suppliers, and neighboring communities.	44	Económica Social Jurídica Política Cultural Ética Laboral
Kaku (1997)	Es un compromiso completo de la empresa en los lugares donde su actividad es llevada a cabo, y en la medida que la empresa tenga mayor cantidad de recursos y lugares operando, mayor es su responsabilidad con el desarrollo y bienestar de la sociedad, y con el medioambiente y los recursos naturales disponibles.	266	Económica Social Ambiental Ética
Khoury, Rostami, & Turnbull (1999)	Corporate social responsibility is the overall relationship of the corporation with all of its stakeholders. These include customers, employees, communities, owners/investors, government, suppliers and competitors. Elements of social responsibility include investment in community outreach, employee relations, creation and maintenance of employment, environmental stewardship, and financial performance.	140	Económica Social Política Ambiental Ética Laboral
Kotler & Lee (2004)	CSR is the commitment of organization to improve community by business practices and contribution of resources.	1.167	Económica Social Cultural
Lantos, 2001	CSR entailsthe obligation stemming from the implicit 'social contract' between business and society for firms to be responsive to society's long-run needs and wants, optimizing the positive effects and minimizing the negative effects of its actions on society.	2.259	Económica Social Ética
Latapí, Jóhannsdóttir, & Davídsdóttir (2019)	Concept that reflects the social expectations of each decade and be able to explore if it will remain relevant in the near future.	129	Social Ética
Litz (1996)	Es un proceso de percepción, deliberación y capacidad de adaptación para definir recursos y capacidades sociales que pueden generar ventajas competitivas para las empresas. Es decir, la idea fundamental de esta vertiente es que existen capacidades dinámicas, con las cuales se pueden crear nuevos recursos, modificarlos, combinarlos o integrarlos, para evolucionar y crear nuevas estrategias generadoras de valor.	407	Económica Social Ética
Luque & Herrero-García (2019b)	Processes of CSR, such as they are currently established, are not in themselves a sufficiently effective instrument of change for societies affected by certain abuses carried out by businesses.	1	Económica Social Ética
Luque & Herrero-García (2019a)	Is a dynamic phenomenon associated with a continually shifting context. This aspect must necessarily be acknowledged by any business, which places a value on ethics, as well as by local, national, or supranational administrations.	24	Económica Política Ética
MacLagan (1999)	Corporate social responsibility may be viewed as a process in which managers take responsibility for identifying and accommodating the interests of those affected by the organization's actions.	163	Ética
Maignan & Farrell (2004)	The satisfaction of the stakeholders demands.	214	Económica
Marín (2008, p. 84)	Orientar sus objetivos al cumplimiento de resultados económicos positivos, acometer proyectos sociales que repercutan favorablemente en la sociedad en la que se desarrollan sus actividades y contribuir a la protección del medio ambiente.	166	Económica Social Ambiental

Martínez (2005)	Es el compromiso audible de la empresa con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental.	74	Económica Ambiental Ética
Martinez & Soza (2009)	Es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.	33	Económica Social Ambiental Cultural Ética
Matten & Moon (2008)	CSR empirically consists of clearly articulated and communicated policies and practices of corporations that reflect business responsibility for some of the wider societal good.	436	Económica Social Ética
McGuire (1963)	Social Responsibility assumes that legal duties of the companies should be extended by certain responsibilities to society.	995	Económica Jurídica Ética
McWilliams & Siegel (2001)	CSR is a response to the competitive environment and the demands on managers from various stakeholder groups.	8.503	Económica Ambiental
Mohr, Webb, & Harris (2001)	CSR is a commitment of companies to reducing all harmful effects and maximizing wealth and its long-run beneficial impact on society or community.	2.810	Económica Social Política
Moon (2002)	CSR is an effort and responsibility of company to avoid the hurdles or reduces harmful effects and maximizing long run positive impact and image on society.	2.683	Económica Social
Mosley, Pietri, & Megginson (1996)	Corporate social responsibility refers to managements' obligation to set policies, make decisions and follow courses of action beyond the requirements of the law that are desirable in terms of the values and objectives of society.	90	Económica Social Jurídica
Murray & Montanari (1986)	Es la atracción y retención de consumidores y apoyo social, los cuales agregarán valor a la organización en la medida de que aumenten sus valores intangibles, tales como marca o reputación.	359	Económica Social Ética
Organización Internacional del Trabajo (2010)	Es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas en la sociedad y que reafirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.	0	Económica Social Ética
Orjuela (2011)	Es aquella a través de la cual se genera el máximo rendimiento al accionista, siempre y cuando ello se haga en el marco de la ley y sin afectar a los otros.	85	Económica Jurídica
Porter & Kramer (2002)	Companies should do good works through a philanthropic connection.	5.444	Económica Ética
Presuttari (2016)	Es un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.	10	Económica Social Ambiental
Rahman (2011)	CSR is recognition on the part of management of an obligation to the society it serves not only for maximum Economic performance but for humane and constructive social policies as well.	599	Económica Social Ética
Rodriguez (2005)	Impulso un desarrollo socialmente justo, responsable y sostenible.	108	Económica Ambiental Ética
Singer (2013)	Corporate social responsibility is limited in its definition of the mandate and responsibilities of the business towards its identified stake holders. The rights of a legal entity enjoyed by the firm, carries with it duties and obligations to the environment of which it is a subset. These duties must be part of the norms and code of conduct and be made part of institutional design.	27	Económica Ambiental
Smith (2001)	CSR part of a company's strategic perspective in order to be able to fulfill its long term obligations towards society.	77	Económica Social Jurídica
Somerville & Wood (1998)	Essentially it is about how business takes account of its Economic, social, and environmental impacts in the way it operates – maximizing the benefits and minimizing the downsides.	53	Económica Social Ambiental
Steiner (1971)	Enlightened self-interest.	111	Ética
Turker (2009)	Framework to structure the responsible use of corporate power and social involvement	995	Económica Social

UN Global Compact (2000)	It is business management that is directed at benefitting society that goes beyond its Jurídicaobligations.	610	Económica Jurídica Ética
Van der Wiele et al. (2001)	The obligation of the firm to use its resources in ways to benefit society, through committed participation as a member of society, taking into account the society at large and improving welfare of society at large independent of direct gains of the company.	1.740	Económica Social Ética
Varey & Hamblett (1997)	The term 'social responsibility' implies that business is motivated by more than just self-interest and is, in fact, an activity that aims to promote the interest of society at large. This can be differentiated from, for example, corporate sponsorship where 'the company's managers will expect a tangible return for their money.	4	Económica Social
Velasquez (2013)	A form of applied ethics. It includes not only the analysis of moral norms and moral values, but also attempts to apply conclusions of this analysis to that assortment of institutions, technologies, transactions, activities, and pursuits that we call business.	2.348	Económica Ética
Vogel (1989)	Es un comportamiento de las empresas, se deben buscar parámetros de conducta, estímulos o incentivos para analizar qué fomenta a una empresa cumplir o no con las acciones más aceptadas por una sociedad.	129	Económica Social
Walton (1967)	Recognizes the intimacy of the relationships between the corporation and society and realizes that such relationships must be kept in mind by top managers as the corporation and the related groups pursue their respective goals.	724	Económica Social
Welford, (2005)	CSR is a business concept and he presents twenty elements such as internal and external aspects, accountability and citizenship which should be fulfilled by CSR-companies.	705	Económica Social
Wilcox (2005)	Es una herramienta para el desarrollo de políticas y acciones corporativas, en donde algunas de ellas deben estar destinadas directamente a mejorar la parte operacional de su negocio.	1.026	Económica Ética
Wolf (2005)	Corporations' new role of social agent.	188	Económica Social
Wood (1991, p. 695)	The basic idea of corporate social responsibility is that business and society are interwoven rather than distinct entities; therefore, society has certain expectations for appropriate business behavior and outcomes.	7.751	Económica Social
Woodward-Clyde (1999)	A "contract" between society and business wherein a community grants a company a license to operate and in return the matter meets certain obligations and behaves in an acceptable manner.	0	Económica Social Jurídica
World Bank (2003)	Is the commitment of business to contribute to sustainable Económica development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.	189	Económica Social Ambiental
World Business Council for Sustainable (WBCSD) (2004)	The commitment of business to contribute to sustainable Económica development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life.	52	Económica Social Política Ambiental Cultural Ética Laboral

Fuente: elaboración propia