

# Relación entre definición y argumentación de la responsabilidad social empresarial: Un aporte al desarrollo teórico en este campo de estudio

Relationship between definition and argumentation of corporate social responsibility: a contribution to the theoretical development in this field of study

**Óscar Licandro\***

\* Doctor en Administración de Empresas (Universidad Católica Argentina). Master of International Management (Universidad de Saint Thomas, EUA). Licenciado en Sociología (Universidad de la República, Uruguay). Coordinador de la Cátedra de Responsabilidad Social de las Organizaciones (Universidad CLAEH). Integra el Sistema Nacional de Investigadores de Uruguay. Editor de *Responsibility and Sustainability*.

✉ olicandro@claeh.edu.uy

<https://orcid.org/0000-0002-7771-2933>

RECIBIDO: 10.3.2023

ACEPTADO: 23.5.2023

## Resumen

El tema de los argumentos que dan legitimidad a la responsabilidad social empresarial ha sido abordado escasamente en la literatura académica. Este problema se ve agravado por el hecho de que existen diferentes formas de definir el concepto, lo cual plantea la cuestión de si los autores están utilizando los mismos argumentos para legitimar diferentes definiciones. Se aborda aquí este problema apoyándose en la revisión bibliográfica. Los argumentos se clasificaron en tres categorías y se los relacionó con cuatro formas de definir la responsabilidad social empresarial. Una vez construida la clasificación, se analizó el contenido de artículos sobre diferentes asuntos relacionados con la responsabilidad social empresarial, cuyos autores proponen una definición del concepto y aportan argumentos para legitimarla. El análisis de estos documentos encontró que se utilizan los mismos argumentos para fundamentar diferentes formas de definir esta responsabilidad. Ello plantea un problema teórico, genera alertas para la investigación empírica y contribuye a explicar la falta de consensos entre los actores encargados de promover y aplicar la responsabilidad social en el mundo corporativo.

**Palabras clave:** responsabilidad social empresarial, estudio bibliográfico, conceptualización.

## Abstract

The subject of the arguments that give legitimacy to Corporate Social Responsibility has been scarcely addressed in the academic literature. This problem is aggravated by the fact that there are different ways of defining the concept, which raises the question of whether the authors are using the same arguments to legitimize different definitions. This problem is addressed here, based on a bibliographical revision. A classification of the arguments was first built into three categories which were later related to four ways of defining Corporate Social Responsibility, based on the analysis of the content of academic articles on different issues related to the subject, whose authors propose a definition of the concept and provide arguments to legitimize it. The analysis of these articles show that the same arguments are used to substantiate different ways of defining this responsibility. This result raises a theoretical problem, generates alerts for empirical research, and helps explain the lack of consensus among the actors responsible for promoting and applying social responsibility in the corporate world.

**Keywords:** corporate social responsibility, bibliographic reviews, conceptualization.

---

## Introducción

Desde que en la década de 1950 ingresara en la agenda académica, el tema de la responsabilidad social de los empresarios y de las empresas ha cobrado relevancia y ha dado lugar a una muy amplia literatura académica e institucional. De hecho, la responsabilidad social empresaria (RSE) «se ha consolidado como un campo de estudio muy activo en la disciplina del *management*» (Villa Castaño et al., 2021, p. 919). No obstante ello, el desarrollo de este campo de estudio se ha visto limitado por dos fenómenos, distintos pero estrechamente entrelazados. El primero es la falta de un consenso sobre el significado que se le otorga a la RSE. En estas siete décadas los académicos no se han logrado poner de acuerdo en una única definición del concepto, lo que ha impedido construir un marco teórico compartido, ha perjudicado la calidad de la investigación empírica y ha desorientado a los líderes empresariales en aspectos críticos, como qué estrategias adoptar y cuáles son los resultados esperables de aplicarlas. Esta falta de consenso conceptual también ha generado confusión en los otros actores del sistema social (gobiernos, organizaciones sociales, sindicatos, organismos internacionales, etc.), lo que se ha traducido en expectativas insatisfechas, escepticismo y hasta posturas contrarias a la RSE. Además, la falta de una definición consensuada del concepto ha sido utilizada para pretender sustituir la RSE por nuevos conceptos, tal como lo denunció Carroll (2015). Por ejemplo, hace una década Porter y Kramer (2011) sentenciaron que la RSE es un concepto obsoleto, que debería ser sustituido por el concepto de valor

compartido. De igual forma, desde el mundo corporativo y desde algunos organismos internacionales, actualmente se propone sustituir la idea de la RSE por la de la sostenibilidad.

El segundo fenómeno es el de la escasa discusión teórica sobre los fundamentos que legitiman la aplicación de la RSE; es decir, sobre los motivos por los cuales las empresas la aplican o deberían aplicarla. Si bien esta discusión fue interesante entre la década de 1950 y la de 1980 (Carroll, 1999; Garriga y Melé, 2004), posteriormente fue prácticamente abandonada, probablemente como consecuencia del empirismo creciente en este campo de estudio, alertado por Carroll (1999; 2015). En este nuevo contexto, el foco pasó a ponerse en la investigación de los beneficios (resultados) de aplicar la RSE, es decir, la argumentación racional-instrumental, abandonándose el debate sobre los argumentos morales, sociales, políticos e ideológicos. Es también posible que esta situación se explique por el hecho de que predomina la idea que «la responsabilidad social corporativa no se ubica en el ámbito de los fines sociales, sino de los medios organizacionales» (Rendón-Cobián, 2019).

Este documento fue redactado con un doble objetivo. El primero es construir una clasificación de los argumentos que legitiman la RSE presentes en la literatura, que pueda abarcarlos a todos. Y el segundo es estudiar la forma en que se relacionan los distintos tipos de argumentos con las diferentes formas de definir la RSE. Este segundo objetivo consiste en encontrar una respuesta a la pregunta: ¿se utilizan los mismos argumentos para legitimar diferentes definiciones del concepto? Para alcanzar ambos objetivos se recurrió a la revisión bibliográfica, mediante la búsqueda de artículos en los siguientes catálogos: Ebsco, JStor, SAGE, Science Direct, Springer y Redalyc. En la segunda sección se estudian varias clasificaciones de los argumentos y se propone una clasificación en tres grupos (normativos, integrativos e instrumentales). En la tercera se propone una clasificación de las definiciones de RSE en cuatro grupos, y en la cuarta se analiza la relación entre ambas clasificaciones. Finalmente, en la quinta sección se reflexiona sobre los resultados de ese análisis.

Cabe por último señalar que este trabajo se inscribe en el campo de investigación de la Administración, razón por la cual no se incluye bibliografía crítica sobre la RSE proveniente de otras ciencias sociales. Si bien esta bibliografía se sustenta en definiciones explícitas o implícitas sobre la RSE, su cometido es cuestionar la existencia misma de este concepto desde una perspectiva totalmente ajena al campo de investigación de la Administración. En consecuencia, se considera aquí que esa bibliografía no contribuye al objetivo de este trabajo.

## Sobre los argumentos que fundamentan la aplicación de la RSE

### Clasificaciones de los argumentos presentes en la literatura

Hace ya varias décadas que se planteó el problema de la multiplicidad de motivaciones para incorporar la RSE y se advirtió sobre la falta de investigación en esta problemática: «toda la cuestión de la motivación con respecto a la responsabilidad social es un denso matorral de conjeturas» (Eilbirt y Parket, 1973, p. 7). A continuación se analizan cinco publicaciones que proponen clasificaciones de motivos o fundamentos de la RSE, a efectos de cumplir el primero de los objetivos antes señalados.

Moir (2001) identificó lo que llamó *teorías* para analizar y explicar la responsabilidad social. Incluyó cuatro teorías: de los *stakeholders*, de los contratos sociales, de la legitimidad y del desempeño social corporativo (DSC). En cuanto a la primera, señala que bajo ese paraguas es posible encontrar argumentos normativos (éticos) e instrumentales para justificar la RSE. Bajo la teoría de los contratos sociales, la RSE es la forma bajo la cual «la sociedad implícitamente espera que operen las empresas» (Moir, 2001, p. 10). La teoría de la legitimidad argumenta la RSE como «una razón clave para emprender un comportamiento social corporativo y luego usar esa actividad como una forma de publicidad o influencia» (Moir, 2001, p. 12). Finalmente, la teoría del DSC justifica la incorporación de comportamientos socialmente responsables a los efectos generar algún tipo de beneficio para las empresas o influir en algunos *stakeholders* específicos.

Garriga y Melé (2004) identificaron cuatro grupos de *teorías* sobre la RSE, a las que llamaron: instrumentales, integradoras, éticas y políticas. El argumento instrumental propone que la RSE es «una herramienta estratégica para lograr objetivos económicos y, en última instancia, de creación de riqueza» (p. 53). Bajo este argumento, la RSE es utilizada para lograr resultados útiles para la empresa, que van desde fortalecer la reputación corporativa hasta incrementar el compromiso de los empleados. El argumento integrativo sostiene que las empresas deben tener en cuenta la forma como la sociedad interactúa con ellas y les otorga legitimidad y prestigio. En ese sentido, la RSE es una forma de incorporar a la gestión esas demandas, de modo de asegurar su propia existencia y lograr sus objetivos económicos. «Básicamente, las teorías de este grupo se centran en la detección, exploración y respuesta a las demandas sociales que logren legitimidad social, mayor aceptación social y prestigio» (Garriga y Melé, 2004, p. 58).

El argumento ético fundamenta la aplicación de la RSE en razones normativas de tipo moral: las empresas deben hacer lo correcto, basar su accionar en valores morales, resolver adecuadamente los dilemas morales a los que se enfrentan, orientarse al bien

común o contribuir a la sostenibilidad. Los partidarios de este enfoque «se basan en principios que expresan lo correcto o la necesidad de lograr una buena sociedad» (Garriga y Melé, 2004, p. 60). Finalmente, el argumento político propone que las empresas deben asumir una responsabilidad ante la sociedad porque son actores poderosos, y todo poder conlleva una responsabilidad. Los partidarios de este enfoque miran la relación de la empresa con la sociedad desde de la perspectiva de la ciencia política y no desde la teoría del *management*. Para ellos la RSE es una exigencia de la polis para que las empresas actúen como ciudadanos corporativos responsables. Este argumento no agrega un nuevo tipo de motivación para incorporar la RSE, porque puede asociarse a una motivación de tipo ético (internalizar el deber ser social), integradora (incluir ese deber ser como expectativa de la sociedad) o instrumental (adaptarse a una demanda que, de no ser satisfecha, puede tener consecuencias negativas).

Porter y Kramer (2006) identificaron cuatro argumentos en favor de la RSE, a los que denominaron *justificaciones predominantes*: obligación moral, sustentabilidad, licencia para operar y reputación. La obligación moral resulta para Porter y Kramer (2006) de la idea de que las empresas deben hacer lo correcto y actuar como buenos ciudadanos corporativos. Señalan que el campo de la RSE está fuertemente influenciado por este argumento y son críticos respecto de él. El argumento de la sostenibilidad parte de la base de que «las empresas deben operar en modalidades que garanticen el desempeño económico a largo plazo, evitando las conductas de corto plazo socialmente perjudiciales o ambientalmente dilapidadoras» (Porter y Kramer, 2006, p. 6). Bajo este argumento, la RSE es un comportamiento empresarial que permite a las empresas adoptar ante la sociedad un rol de «tutoría medioambiental y comunitaria» (Porter y Kramer, 2006, p. 5). El argumento de la licencia para operar responde al «hecho de que toda empresa necesita el permiso tácito o explícito de los gobiernos, comunidades y muchos otros *stakeholders* para hacer negocios» (Porter y Kramer, 2006, p. 5). Bajo este enfoque la RSE es una herramienta que sirve para fortalecer el vínculo con esos actores, construir confianza con ellos, lograr su aceptación y comprensión ante eventuales externalidades negativas de la operación que los afecten. Finalmente, el argumento de la reputación justifica la aplicación de acciones de RSE porque «mejorarán la imagen de una empresa, fortalecerán su marca, elevarán la moral e incluso incrementarán el valor de sus acciones» (Porter y Kramer, 2006, p. 5). Según este enfoque, la RSE es una herramienta útil para asociar la marca con valores sociales relevantes (para la mayoría o para segmentos específicos) y posicionarse como empresas comprometidas con la sociedad. Este argumento refiere a asociar la RSE con el uso de la filantropía corporativa y el marketing con causa, así como con actividades que algunas corporaciones canalizan a través de sus fundaciones (patrocinio y mecenazgo).

Estos cuatro argumentos pueden agruparse en dos categorías: morales e instrumentales. Claramente, el argumento moral pertenece a la primera de estas categorías,

como también lo hace el argumento de la sostenibilidad, ya que aplicar la RSE con el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible suele proponerse como un deber de la empresa hacia la sociedad. En cambio, los otros dos argumentos son evidentemente de tipo instrumental: obtener la licencia para operar y fortalecer la reputación corporativa. También el argumento de la sostenibilidad puede clasificarse en esta categoría cuando la sostenibilidad del entorno es interpretada como una condición necesaria para la sostenibilidad de la propia empresa.

Argandoña (2011) identifica la existencia de cinco *argumentos*: 1) *legal case*; 2) *social case*; 3) *moral case*; 4) *business case*; 5) *management case*. El argumento social (*social case*) es claramente un argumento de tipo integrador, ya que establece que «la empresa debe actuar responsablemente porque lo espera, lo pide o lo demanda la sociedad [...] representada por sus grupos de interés (*stakeholders*) relevantes» (Argandoña, 2011, p. 2). El argumento moral (*moral case*) establece que la RSE debe aplicarse porque la empresa es moralmente responsable de las razones morales que justifican sus acciones y de las consecuencias de sus actos pasados. El argumento legal (*legal case*) fundamenta la aplicación de la RSE en el cumplimiento de disposiciones legales o contractuales. Éste y el moral son argumentos de tipo normativo.

Los dos últimos argumentos son claramente de tipo instrumental. El *business case* sostiene que la RSE debe ser aplicada porque genera beneficios para las empresas, tanto financieros como no financieros (mejora la rentabilidad de la empresa, propicia relaciones fluidas con agencias reguladoras y administraciones públicas, mejora la reputación corporativa, incrementa el compromiso de los empleados, etc.). Finalmente, el *management case* argumenta que la RSE es una forma de gestión que beneficia a la empresa: «es una buena manera de dirigir una empresa. O, mejor aún, es la única manera de dirigir bien una empresa» (Argandoña, 2011, p. 10).

Finalmente, cabe citar a Dare (2016), quien clasificó los motivos en: instrumentales (para producir resultados favorables a la empresa), relacionales (para construir, mantener o restaurar la legitimidad ante sus *stakeholders*) y morales (impulsados por el propósito superior de ayudar a la humanidad).

## **Propuesta de clasificación de los argumentos que fundamentan la RSE**

En función del análisis anterior se entiende en este trabajo que los motivos de los directivos empresariales para adoptar la RSE se podrían dividir en tres categorías, parecidos a los propuestos por Dare (2016), a las que aquí se denominará como: 1) normativos (relacionados con el deber ser, lo moral y las normas sociales); 2) integradores (relacionados con la satisfacción de demandas de los *stakeholders* y de la sociedad en

general) y 3) instrumentales (relacionados con el logro de objetivos corporativos). En la tabla 1 se clasifica, según estas categorías, a las teorías de Moir (2001) y las de Garriga y Melé (2004), las justificaciones de Porter y Kramer (2006), los argumentos de Argandoña (2011) y los motivos de Dare (2016).

Tabla 1. Organización de los argumentos para aplicar la RSE propuestos en la literatura

Autores	Tipo de argumentos		
	Normativos	Integradores	Instrumentales
Teorías según Moir (2001)	Contratos sociales	<i>Stakeholders</i>	Legitimación Desempeño social
Teorías según Garriga y Melé (2004)	Éticas políticas	Integrativas	Instrumentales
Justificaciones según Porter y Kramer (2006)	Moral Sostenibilidad		Licencia para operar Reputación
Argumentos según Argandoña (2011)	<i>Moral case</i> Legal case	<i>Social case</i>	<i>Business case</i> <i>Management case</i>
Motivos según Dare (2016)	Morales	Relacionales	Instrumentales

Fuente: Adaptado de Moir (2001), Garriga y Melé (2004), Porter y Kramer (2006), Argandoña (2011) y Dare (2016).

## Sobre las definiciones del concepto de RSE

A siete décadas de la primera publicación académica sobre la RSE, no existe todavía una definición comúnmente reconocida o consensuada de este concepto. Numerosos trabajos atestiguan la pluralidad de formas de interpretarla. Eibirt y Parket (1973) advirtieron que no es fácil establecer los contenidos de la RSE ni fijar sus límites. Holmes (1976) sostuvo que no existe acuerdo sobre la naturaleza de las responsabilidades sociales de las empresas, en tanto que Montiel (2008) señaló que la pluralidad de definiciones es un reflejo de la naturaleza ambigua del concepto. Carrillo Montoya et al. (2022) indicaron que la definición del concepto «se encuentra en constante construcción, tanto histórica, como teórica y metodológicamente».

No obstante esta situación, son escasos los trabajos que analizan y/o sistematizan esta diversidad de definiciones. En general, estos trabajos se focalizan en identificar las áreas temáticas o dimensiones del concepto de RSE incluidos en las definiciones

(Dahlsrud, 2008; Hamidu et al., 2015; Kumar y Srivastaba, 2022) o en identificar, describir y organizar las definiciones en base a criterios cronológicos (Carroll, 1999; Thomas y Nowak, 2006; Montiel, 2008; Moir, 2001; Joyner y Payne, 2002), pero son muy pocos los que proponen una clasificación de las definiciones en categorías más o menos homogéneas (Husted y Allen, 2000; Licandro et al., 2019).

Basándose en estas dos publicaciones, se optó aquí por organizar las definiciones de la RSE en cuatro categorías, a las que se denomina: 1) ciudadanía corporativa (reducen la RSE a prácticas paralelas a la operación, que están dirigidas a atender problemas sociales y/o ambientales); 2) orientación a los *stakeholders* (centran la RSE en la incorporación a la gestión de las demandas y expectativas de los *stakeholders*); 3) gestión basada en la ética o *Business Ethics* (reducen la RSE a la incorporación de criterios éticos en la toma de decisiones y en la comunicación con los *stakeholders*) y 4) gestión responsable de las externalidades (entienden la RSE como una orientación de la gestión enfocada en reducir las externalidades negativas de la operación de la empresa sobre los *stakeholders*, la sociedad y el medioambiente, así como en la generación de externalidades positivas sobre ellos).

## **Análisis de la relación entre definición y argumentos de la RSE**

La mayoría de las publicaciones sobre asuntos relacionados con la RSE, particularmente las investigaciones empíricas, omiten aportar una argumentación teórica que justifique su aplicación. A continuación se analizan algunos de los pocos trabajos cuyos autores hacen las dos cosas: definir y fundamentar la RSE (aportan motivos para adoptarla). Estos trabajos son organizados en función de las dos clasificaciones (la de los argumentos y la de las definiciones de la RSE). La tabla 2 representa este análisis en forma sintética.

### **Autores partidarios del argumento instrumental**

**RSE como ciudadanía corporativa.** Para Porter y Kramer (2006, p. 13) la «RSE más estratégica ocurre cuando una empresa añade una dimensión social a su propuesta de valor, convirtiendo el impacto social en una parte integral de la estrategia». Para ellos, la RSE estratégica combina una filantropía corporativa (que, apalancada en las capacidades de la empresa, se focaliza en mejorar áreas del contexto competitivo que son importantes para ella) con la modificación de actividades dentro de la cadena de valor,

a efectos de generar beneficios a la sociedad y, al mismo tiempo, reforzar la estrategia. Según ellos: «Las empresas están llamadas a abordar cientos de problemas sociales, pero sólo algunos son oportunidades de hacer una real diferencia para la sociedad o de conferir una ventaja competitiva» (Porter y Kramer, 2006, p. 15).

**RSE como gestión de externalidades.** Si bien Burke y Logdson (1996) no definen explícitamente a RSE, el análisis de los ejemplos que utilizan sugiere que su idea sobre la RSE (a la que califican como estratégica) se relaciona fuertemente con la definición del concepto como gestión responsable de externalidades. Fundamentan la aplicación de la RSE porque «produce beneficios sustanciales relacionados con el negocio para la empresa, en particular al respaldar las actividades centrales del negocio y, por lo tanto, contribuir a la eficacia de la empresa en el cumplimiento de su misión» (Burke y Logdson, 1996, p. 496). También afirman que este tipo de RSE «tiene una centralidad mucho mayor que los programas tradicionales de filantropía corporativa» (Burke y Logdson, 1996, p. 497).

Por su parte, Fitch (1976, p. 38) define la RSE «como el intento serio de resolver los problemas sociales causados total o parcialmente por la corporación». Para este autor, al adoptar la RSE las empresas deben «identificar y resolver aquellos problemas sociales en los que están íntimamente involucradas, en los que la posibilidad de lucro está disponible como incentivo» (Fitch, 1976, p. 45). Por su parte, García et al. (2013) proponen que la RSE es un enfoque de gestión empresarial, orientado a mejorar la situación competitiva y la sostenibilidad de la empresa, que consiste en alinear los objetivos y planes de las empresas con las expectativas de sus *stakeholders*, mediante la consideración de «sus impactos sociales, ambientales y económicos para beneficiar a los grupos en los que se desarrollan, trascendiendo el mero cumplimiento del marco normativo, incrementando el valor agregado» (García et al., 2013, p. 87).

**RSE como gestión basada en la ética.** Wadhwa y Bhargava (2018, p. 863) definen la RSE como «el compromiso constante de la empresa con un comportamiento ético», y argumentan su aplicación porque «proporciona a la empresa importantes beneficios en gestión de riesgos, ahorro de costes, captación de capital, relaciones con los clientes y gestión de recursos humanos y capacidades de innovación» (Wadhwa y Bhargava, 2018, p. 864). También forman parte de esta categoría los artículos sobre la *Business Ethics* que proponen que la ética es buena para los negocios (Cohen, 1999).

**RSE como orientación a los stakeholders.** Argandoña (2012, p. 2) establece que la RSE es el «conjunto de responsabilidades que la empresa adquiere ante la sociedad, representada por sus *stakeholders*, entendidos éstos en un sentido amplio». Argumenta que la RSE introduce en las empresas el interés por las personas y que esto facilita el compromiso de los directivos con los objetivos de la empresa, «lo que a su vez permite conseguir y mejorar las competencias centrales de la organización y, por lo tanto, pueden contribuir a los resultados también económicos, a largo plazo» (Argandoña, 2011,

p. 13). Frederick (1994) propone dos conceptos de RSE. Define la que llama CSR 2 como «un enfoque gerencial sobre los aspectos prácticos de hacer que las organizaciones sean socialmente más receptivas a las fuerzas tangibles en el ambiente que las rodea» (Frederick, 1994, p. 155). Fundamenta este enfoque en que las empresas necesitan responder a las presiones sociales.

## **Autores partidarios del argumento integrador**

**RSE como ciudadanía corporativa.** Carroll (1979, p. 497) propuso que «para que una definición de responsabilidad social aborde completamente toda la gama de obligaciones que las empresas tienen con la sociedad, debe incorporar las categorías económicas, legales, éticas y discrecionales del desempeño empresarial». Para él, la dimensión específica de la RSE está constituida por las responsabilidades discrecionales, que son aquellas que las empresas asumen para con la sociedad en la que están insertas (ciudadanía corporativa). Para Carroll (1979) estas responsabilidades se asumen en respuesta a expectativas de la sociedad sobre los roles sociales que deberían ser asumidos por las empresas en forma voluntaria, y que no se relacionan con sus obligaciones legales, sus deberes éticos ni sus responsabilidades económicas. Carroll (1979, p. 500) ilustra su idea mediante ejemplos: «hacer contribuciones filantrópicas, llevar a cabo programas internos para drogadictos, capacitar a los desempleados más duros o proporcionar guarderías para madres trabajadoras».

**RSE como gestión de externalidades.** Para Sethi (1975, p. 62) el sistema social identifica los efectos secundarios negativos de las actividades económicas, los encuentra inaceptables y exige a las empresas adecuar su comportamiento a «las normas sociales, valores y expectativas de desempeño predominantes» en la sociedad. Para Sethi (1975) practicar la RSE es no incurrir en prácticas que la sociedad considera inaceptables, fundamentando su aplicación en el hecho de que la sociedad así se lo demanda.

**RSE como gestión basada en la ética.** Para Frederick (1960) las empresas tienen la obligación moral retribuir a los miembros de la sociedad por los recursos humanos y económicos que toman de ella para poder funcionar (infraestructura, recursos humanos calificados, etc.). La RSE es una forma de utilizar esos recursos, «para fines sociales amplios y no simplemente para los intereses estrechamente circunscritos de personas y empresas privadas» (Frederick, 1960, p. 60). Esta visión de la RSE como una obligación moral de las empresas se fundamenta en que se le pide al «sistema económico que satisfaga las expectativas del público» (Frederick, 1960, p. 60), de modo de mejorar el bienestar económico total.

**La RSE como orientación hacia los *stakeholders*.** El argumento integrador de la RSE se basa fuertemente en la *teoría de los stakeholders*, aunque Edward Freeman

(1983), creador de esta teoría, sostiene que ambos conceptos no son lo mismo. Sin embargo, autores como Carroll (1991) han propuesto que el concepto de *stakeholder* es una buena solución para volver tangible el término *social*, que ha sido visto por algunos como vago y carente de especificidad. Sostiene que ese concepto es más concreto, porque «pone “nombres y caras” a los miembros o grupos de la sociedad que son más importantes para los negocios y a quienes deben responder» Carroll (1991, p. 43). En ese sentido, Carroll (1991) enriquece la idea inicial de Carroll (1979) sobre la RSE (entendida como respuesta voluntaria de las empresas a la sociedad), proponiendo que la RSE se amplíe a una respuesta voluntaria a las necesidades del conjunto de *stakeholders* (orientación hacia los *stakeholders*). En consecuencia, se puede afirmar que Carroll (1991) define la RSE en términos de incorporar las demandas de los *stakeholders* y se fundamenta en el argumento integrativo incluido en la *teoría de los stakeholders*.

## **Autores partidarios del argumento normativo**

**RSE como ciudadanía corporativa.** Van Marrewijk (2003) propone ampliar el concepto de RSE al de Sostenibilidad Corporativa (SC), y sugiere cinco formas distintas de definir este concepto. Una de ellas establece que la SC «consiste en brindar bienestar a la sociedad, dentro de los límites de las normas de las autoridades competentes», y señala que: «La motivación de la CS es que la CS se percibe como un deber y una obligación, o un comportamiento correcto» (Van Marrewijk, 2003, p. 102). Según Carroll (2015), las responsabilidades discrecionales de las empresas (básicamente las contribuciones filantrópicas y las actividades dirigidas a la relación con la comunidad) «son deseadas por la sociedad y con el tiempo el público las espera de los negocios» (Carroll, 2015, p. 90). Por lo tanto, tienen un carácter normativo, no en el sentido ético ni en el legal, sino en el sentido de una obligación social a cumplir. Galaskiewicz y Colman (2006), quienes asocian la RSE con las donaciones caritativas, argumentan que lo que impulsa a las empresas a hacerlo es ayudar a la humanidad (argumento normativo).

**RSE como gestión de externalidades.** Davis y Blomstrom (1966, p. 12) propusieron que «los hombres de negocios aplican la responsabilidad social cuando consideran las necesidades y el interés de los demás que pueden verse afectados por las acciones comerciales», es decir, las externalidades negativas. Y lo argumentaron en términos morales, como «la obligación [...] de considerar los efectos de sus decisiones y acciones en todo el sistema social» (Davis y Blomstrom, 1966, p. 12). En la misma línea de pensamiento, Davis (1967, p. 46) afirmó: «La sustancia de la responsabilidad social surge de la preocupación por las consecuencias éticas de los propios actos, ya que pueden afectar los intereses de los demás» (Davis, 1967, p. 46).

*RSE como gestión basada en la ética.* Esta forma de definir la RSE tiene relación estrecha con el argumento normativo en su dimensión moral. Zamagni (2012) señala que el concepto de RSE presupone fundamentalmente que la empresa actúe basada en una ética de la responsabilidad (en un sentido parecido al que Max Weber le dio a este concepto). La RSE es fundamentalmente una forma de resolver, de la forma más justa posible, los dilemas éticos a los que cotidianamente se ven enfrentados los directivos empresariales. Para Zamagni (2012), estos actores deben basar su comportamiento en lo que él denomina ética de la virtud, que es aquella que les permite «resolver y superar la contraposición entre el interés por uno mismo y el interés por los demás; entre egoísmo y altruismo» (Zamagni, 2012, p. 198). Para Bruni y Zamagni (2003, p. 11), el fin de la empresa es social y, en consecuencia, tiene un compromiso con toda la sociedad, razón por la cual a «la empresa se le pide que sea social en la normalidad de su actividad económica» (argumento normativo).

*RSE como orientación hacia los stakeholders.* «Argandoña (1998) propone interpretar la RSE en el sentido de la atención a los *stakeholders* directos, la comunidad local y, en forma más amplia, «el mundo entero» (Argandoña, 1998, p. 1093). Sostiene que la legitimidad de la RSE se sostiene en el argumento ético de la búsqueda del bien común, y fundamenta esta idea en el enfoque normativo de la teoría de los *stakeholders*.

Tabla 2. Clasificación de algunas publicaciones en función del tipo de definición de la RSE y de la categoría del argumento legitimador, propuestos por sus autores

Categorías de motivos para aplicar la RSE	Tipo de definición de la RSE			
	Ciudadanía corporativa	Gestión basada en la ética	Orientación a los <i>stakeholders</i>	Gestión de externalidades
Normativas	Galaskiewicz y Colman (2006) Van Marrewijk (2003) Carroll (2015)	Zamagni (2012)	Argandoña (1998)	Davis y Blomstrom (1966) Davis (1967)
Integradoras	Carroll (1979)	Frederick (1960)	Carroll (1991)	Sethi (1975)
Instrumentales	Porter y Kramer (2006) (RSE estratégica)	Wadhwa y Bhargava (2018) Cohen (1999)	Argandoña (2011, 2012) Frederick (1994)	Burke y Logdson (1996) Fitch (1976) García et al. (2013)

Fuente: Elaboración propia.

## Conclusiones

Este artículo estudia la relación teórica entre definición y argumentación de la RSE, mediante el análisis del contenido de diversas publicaciones que se pronuncian sobre ambas. La base del trabajo son publicaciones de índole teórica o de revisión bibliográfica porque, en general, los artículos de tipo empírico, que estudian asuntos relacionados con la RSE, omiten la discusión teórica sobre las definiciones y sobre los argumentos que la legitiman. La revisión de trabajos que estudian el tema de los argumentos permitió concluir que todos ellos se pueden organizar en tres grupos: normativos, integrativos e instrumentales. Al cruzar esa clasificación con cuatro formas de definir la RSE, se encontró que distintas definiciones del concepto se legitiman con cualquiera de esos tipos de argumentos, al tiempo que el mismo argumento puede ser utilizado para fundamentar cada una de las cuatro formas de definir la RSE.

Este resultado alerta sobre la fragilidad teórica que posee el campo de estudio de la RSE, que se estudia dentro de la disciplina del *management*. Si bien ya se sabía que no hay consensos en relación a la definición del concepto, ni a los fundamentos para legitimar su aplicación, se pone aquí de manifiesto una nueva dificultad: la falta de consistencia entre definiciones y fundamentaciones. En todo campo de estudio el desarrollo teórico depende de consensos básicos en materia de definiciones, pero a falta de estos consensos las disciplinas pueden avanzar cuando existe coherencia entre definiciones y argumentaciones. Al interior de la sociología, la ciencia política y la psicología, por ejemplo, coexisten distintas escuelas de pensamiento. En general, esas escuelas articulan de forma coherente las definiciones conceptuales y la forma como se relacionan entre sí los conceptos en los que se basan. Los resultados del análisis bibliográfico aquí realizado evidencian que, en el campo de la RSE, las que podríamos considerar escuelas de pensamiento (la de la Ciudadanía Corporativa, la de la Business Ethics, la de la *teoría de los stakeholders* y la de la gestión de externalidades) no poseen esa coherencia. Es probable que esta situación explique el pobre desarrollo teórico alcanzado en este campo de estudio.

En general, definición y fundamentación están interrelacionadas. Por lo tanto, cualquier fundamentación no aplica a cualquier definición. Tomemos el caso de la definición de la RSE como *Business Ethics*. Claramente, los directivos que así interpretan la RSE están movidos principalmente por consideraciones morales. Si bien en algún momento tuvo prensa la consigna de que la ética es rentable (motivación instrumental), ya no se la menciona en los ámbitos corporativos. Tampoco esos directivos están motivados por algún tipo de actitud prosocial, que explicaría la presencia del argumento integrativo. El campo teórico de la RSE difícilmente avanzará mientras no se cuente con una adecuada relación teórica entre la definición del concepto y los fundamentos que lo legitimen.

El resultado de este trabajo permite suponer que la investigación empírica sobre la RSE probablemente también se vea afectada por esta falta de consistencia. De por sí, la existencia de diferentes definiciones afecta negativamente la investigación, ya que, en ocasiones, se utilizan indicadores similares para representar definiciones teóricas distintas. Pero el problema podría ser más grave aún si los autores asumen cualquier tipo de argumento legitimador, con independencia de la definición en la que basan su investigación. Pongamos el ejemplo de un asunto sobre el que se está investigando en la actualidad: ¿son socialmente más responsables las empresas lideradas por mujeres? Algunos autores proponen una respuesta afirmativa y la fundamentan en la idea de que las mujeres tienen una tendencia mayor que los hombres a asumir un comportamiento de tipo pro-social. Quienes así piensan ponen foco en las motivaciones de tipo integrativo (sensibilidad social hacia las necesidades de otros). Este razonamiento es coherente si el autor interpreta la RSE como sinónimo de ciudadanía corporativa (ayudar a la sociedad) o como orientación a los *stakeholders* (tener en cuenta a los demás involucrados), pero deja de serlo si la definición en que se basa es una de las otras dos. Si el autor interpreta la RSE como gestión basada en la ética, la motivación principal de los directivos probablemente irá por el lado de cumplir con un «deber ser» de tipo moral. Y si la interpreta como gestión de externalidades, es probable que predomine una combinación de motivos normativos e instrumentales (se busca expresamente minimizar los impactos negativos), pero no integrativos.

En función de lo anterior, se entiende aquí que este trabajo es una contribución al desarrollo teórico en el campo de la RSE. Su resultado, también, sugiere a los académicos reflexionar sobre los supuestos en que basan sus investigaciones (cómo definen la RSE y los fundamentos que según ellos justifican su aplicación). Esto les permitirá afinar las preguntas de investigación, elegir mejor los indicadores para medir la RSE e interpretar con mayor precisión los resultados que obtengan. De igual forma, se desprende de este trabajo la oportunidad de investigar con mayor profundidad el asunto de los motivos o fundamentos que llevan a los directivos a aplicar la RSE. En particular, se podría comenzar con estudios que permitan diseñar una batería adecuada de indicadores para medirlos.

## Referencias bibliográficas

- Argandoña, A. (1998). The stakeholder theory and the common good. *Journal of Business Ethics*, 17, 1093-1102. <https://doi.org/10.1023/A:1006075517423>
- Argandoña, A. (2011). *El argumento del management (management case) a favor de la Responsabilidad Social de la Empresa*. Universidad de Navarra. <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0930.pdf>

- Argandoña, A. (2012). *Otra definición de responsabilidad social*. Universidad de Navarra. <https://es.slideshare.net/1723920631/catedra-abril-tcm4-79450>
- Bruni, L., y Zamagni, S. (2003). Persona y comunión: Herramientas para una refundación relacional del discurso económico. En L. Bruni y S. Zamagni (eds.), *Persona y comunión*. Ciudad Nueva.
- Burke, L., y Logdson, J. (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)
- Carrillo Montoya, T. del N. J., Urrea Zazueta, M. L., Tereso Ramírez, L., y Verdugo Araujo, L. M. (2022). Áreas de responsabilidad social empresarial en empresas sinaloenses: Un análisis desde la innovación social. *Revista de Ciencias Sociales*, 28, 352-363. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38851>
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295. <https://doi.org/10.1177/2F000765039903800303>
- Carroll, A. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44, 87-96. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
- Cohen, S. (1999). Good ethics is good business: Revisited. *Business and Professional Ethics Journal*, 18(2), 57-68. <https://www.jstor.org/stable/27801090>
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>
- Dare, J. (2016). Will the truth set us free? An exploration of CSR motive and commitment. *Business and Society Review*, 121(1), 85-122. <https://doi.org/10.1111/basr.12082>
- Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle: What does the businessman owe to society? *Business Horizons*, 10(4), 45-50. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(67\)90007-9](https://doi.org/10.1016/0007-6813(67)90007-9)
- Davis, K., y Blomstrom, R. (1966). *Business and its environment*. McGraw-Hill.
- Eilbert, H., y Parket, R. (1973). The practices of business: The current status of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 16(4), 5-14. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(73\)90043-8](https://doi.org/10.1016/0007-6813(73)90043-8)
- Fitch, G. (1976). Achieving corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 1(1), 38-46. <https://doi.org/10.2307/257357>

- Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61. <https://doi.org/10.2307%2F41165405>
- Frederick, W. C. (1994). From CSR1 to CSR2: The maturing of business and society thought. *Business & Society*, 33(2), 150-164. <https://doi.org/10.1177%2F000765039403300202>
- Freeman, R. E. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*, 25(3), 88-106. <https://doi.org/10.2307%2F41165018>
- Galaskiewicz, J., y Colman, M. S. (2006). Collaboration between corporations and non-profit organizations. En W. W. Powell y R. Steinberg (Eds.), *The nonprofit sector: A research handbook* (2.ª ed., pp. 180-204). Yale University Press. <https://galaskiewicz.faculty.arizona.edu/sites/galaskiewicz.faculty.arizona.edu/files/Galaskiewicz%20%26%20Sinclair%2C%202006.pdf>
- García, M., Azuero, A. R., y Peláez, J. (2013). Prácticas de responsabilidad social empresarial desde las áreas funcionales de gestión humana: Análisis de resultados en cuatro empresas del suroccidente colombiano. *Innovar*, 23(49), 83-100. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40517>
- Garriga, E., y Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Hamidu, A. H., Haron, H., y Amran, A. (2015). Corporate social responsibility: A review on definitions, core characteristics and theoretical perspectives. *Mediterranean Journal of Social Science*, 6(4), 83-95. [https://mprapaper.ub.uni-muenchen.de/75040/1/MPRA\\_paper\\_75040.pdf](https://mprapaper.ub.uni-muenchen.de/75040/1/MPRA_paper_75040.pdf)
- Holmes, S. L. (1976). Executive perceptions of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 19(3), 34-40. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(76\)90049-5](https://doi.org/10.1016/0007-6813(76)90049-5)
- Husted, B. W., y Allen, D. B. (2000). Is it ethical to use ethics as strategy? *Journal of Business Ethics*, 27, 21-31. <https://doi.org/10.1023/A:1006422704548>
- Joyner, B. E., y Payne, D. (2002). Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297-311. <https://doi.org/10.1023/A:1021237420663>
- Kumar, V., y Srisvatava, A. (2022). Trends in the thematic landscape of corporate social responsibility research: A structural topic modeling approach. *Journal of Business Research*, 150, 26-37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.075>
- Licandro, O., Alvarado-Peña, L., Sansores, E., y Navarrete, J. (2019). Responsabilidad social empresarial: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 281-299. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23843>

- Montiel, I. (2008). Corporate social responsibility and corporate sustainability: Separate pasts, common futures. *Organization & Environment*, 21(3), 245-269. <https://doi.org/10.1177%2F1086026608321329>
- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance*, 1(2), 16-22. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005486>
- Porter, M., y Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review América Latina*, 84(12), 42-56.
- Porter, M., y Kramer, M. (2011). Valor compartido: Cómo reinventar el capitalismo y crear una oleada de innovación y crecimiento. *Harvard Business Review. Edición América Latina*, 89(1), 31-49.
- Rendón-Cobián, M. (2019). La responsabilidad social tácita: El caso de una hacienda y una cooperativa en el sureste de México. *Innovar*, 29(72), 103-116. <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n72.77937>
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of corporate social performance: An analytical framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64. <https://doi.org/10.2307%2F41162149>
- Thomas, G., y Nowak, M. (2006). *Corporate social responsibility: A definition*. Curtin University of Technology. <https://www.studymode.com/essays/Corporate-Social-Responsible-Definition-425882.html>
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44, 95-105.
- Villa Castaño, L. E., Perdomo-Ortiz, J., y Pedraza, C. E. (2021). Responsabilidad social empresarial en empresas de la industria colombiana: Una aproximación comprensiva. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95), 918-942. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.29>
- Wadhwa, R., y Bhargava, K. (2018). A study on linkage between corporate social responsibility and return on Net Worth (RONW) of 5 public companies. *International Journal of Trend and Development*, 2(4), 863-872. <https://studylib.net/doc/25383035/a-study-on-linkage-between-corporate-social-responsibilit>
- Zamagni, S. (2012). *Por una economía del bien común*. Ciudad Nueva.