

"La Historia de la Responsabilidad Social en los Negocios: De los Primeros Pasos a la Integración Estratégica"

"The History of Social Responsibility in Business: From the First Steps to Strategic Integration"

Autores

Manuel Rosalio Barragán Codina manuel.barragancd@uanl.edu.mx

Armando Ortiz Guzmán armando.ortizgzm@uanl.edu.mx

Jorge Castillo Villarreal jorge.castillovl@uanl.edu.mx

Resumen. La evolución de la responsabilidad social en los negocios ha transformado la manera en que las empresas interactúan con la sociedad y el medio ambiente. Desde un enfoque inicial centrado en el cumplimiento de leyes en las décadas de 1950 y 1960, la responsabilidad social ha pasado a ser un componente integral de las estrategias empresariales modernas. A lo largo de las décadas, factores como los movimientos sociales, la conciencia pública y las presiones económicas han impulsado a las empresas a considerar no solo su rentabilidad, sino también su impacto social y ambiental. Hoy en día, la creación de valor compartido, que combina el éxito económico con el bienestar social, es clave en la estrategia corporativa, demostrando que el progreso social y el éxito empresarial son interdependientes.

Palabras Claves. Responsabilidad Social Corporativa, Evolución Empresarial, Sostenibilidad, Ética Empresarial, Impacto Ambiental, Creación de Valor Compartido, Movimientos Sociales

Abstract. The evolution of social responsibility in business has transformed how companies interact with society and the environment. From an initial focus on legal compliance in the 1950s and 1960s, social responsibility has become an integral part of modern business strategies. Over the decades, factors such as social movements, public awareness, and economic pressures have driven companies to consider not only their profitability but also their social and environmental impact. Today, the concept of shared value creation, which combines economic success with social well-being, is central to corporate strategy, demonstrating that social progress and business success are interdependent.

Keywords. Corporate Social Responsibility, Business Evolution, Sustainability, Business Ethics, Environmental Impact, Creating Shared Value, Social Movements.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social en los negocios ha recorrido un largo camino desde sus inicios hasta convertirse en un componente esencial de las estrategias empresariales modernas. Lo que comenzó como un esfuerzo por cumplir con leyes y regulaciones ha evolucionado hasta abarcar una visión más amplia, que incluye la ética empresarial, la sostenibilidad y la creación de valor compartido. Este artículo explora la evolución de la responsabilidad social en los negocios, analizando cómo ha cambiado su enfoque y significado a lo largo de las décadas.

En las décadas de 1950 y 1960, la responsabilidad social se centraba principalmente en el cumplimiento legal, con un énfasis mínimo en las preocupaciones éticas y sociales. Sin embargo, a partir de la década de 1970, comenzó a ganar terreno una visión más amplia, que consideraba el impacto de las empresas en la sociedad y el medio ambiente. Este cambio fue impulsado por movimientos sociales y una creciente conciencia sobre temas como la igualdad de género, la diversidad y la protección ambiental.

La década de 1980, aunque marcada por un énfasis en la maximización de las ganancias, no detuvo el crecimiento de la responsabilidad social. Al contrario, sembró las bases para su resurgimiento en la década de 1990, cuando las empresas comenzaron a reconocer la responsabilidad social como una fuente de ventaja competitiva. Este reconocimiento llevó a la integración estratégica de la responsabilidad social en las operaciones empresariales, un proceso que continuó en el siglo XXI con la adopción de enfoques como la creación de valor compartido.

En este contexto, la relación entre la responsabilidad social y la economía se vuelve cada vez más evidente. Las empresas que adoptan prácticas responsables no solo contribuyen al bienestar social y ambiental, sino que también se benefician económicamente, lo que demuestra que el éxito empresarial y el progreso social son interdependientes.

Este artículo traza la evolución de la responsabilidad social en los negocios, destacando su creciente importancia y cómo ha pasado de ser una obligación legal a una estrategia integral que contribuye al bienestar de la sociedad y al éxito económico de las empresas.

DISCUSIÓN

La Evolución de la Responsabilidad Social en los Negocios: sus décadas

La evolución de la responsabilidad social en los negocios ha sido un proceso dinámico y multifacético que refleja cambios profundos en las expectativas sociales, las presiones regulatorias y las estrategias empresariales. Inicialmente, el concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) estaba estrechamente ligado al cumplimiento de leyes y regulaciones, con un enfoque limitado en las preocupaciones éticas o sociales. Las empresas se concentraban en evitar infracciones legales y en mantener una imagen pública positiva, sin considerar plenamente su impacto en la sociedad y el medio ambiente.

Con el paso del tiempo, sin embargo, este enfoque meramente legalista se expandió. A medida que la sociedad comenzó a exigir más de las empresas, la responsabilidad social se transformó en un concepto más amplio que incorpora no solo el cumplimiento de normas, sino también la ética empresarial, la sostenibilidad y la creación de valor compartido. Las empresas comenzaron a darse cuenta de que su éxito a largo plazo dependía de su capacidad para contribuir positivamente al entorno social y ambiental en el que operaban.

Este proceso de evolución no ha sido lineal ni uniforme. Cada década ha aportado nuevos desafíos y oportunidades que han moldeado la forma en que las empresas entienden y practican la responsabilidad social. Por ejemplo, en las décadas de 1950 y 1960, el enfoque estaba principalmente en cumplir con los requisitos legales y minimizar los riesgos. Sin embargo, a medida que avanzamos hacia la década de 1970, surgieron movimientos sociales que exigían una mayor atención a cuestiones

como la igualdad de género, la diversidad en el lugar de trabajo y la protección ambiental, lo que llevó a un enfoque más inclusivo y amplio de la RSC.

La evolución continuó en las décadas siguientes, con un enfoque cada vez mayor en la sostenibilidad y la integración estratégica de la responsabilidad social en las operaciones empresariales. En particular, a partir de la década de 1990, las empresas comenzaron a ver la RSC no solo como una obligación, sino como una fuente de ventaja competitiva. La creación de valor compartido, un concepto que sugiere que las empresas pueden obtener beneficios económicos al abordar problemas sociales y ambientales, se convirtió en una parte integral de muchas estrategias empresariales en el siglo XXI.

En este artículo, exploraremos en detalle cómo la responsabilidad social en los negocios ha evolucionado a lo largo de estas décadas, analizando las etapas clave de su desarrollo y cómo han llevado a las empresas a reconocer la importancia de su impacto social y ambiental. Esta evolución refleja un cambio fundamental en la forma en que las empresas entienden su papel en la sociedad, pasando de ser entidades centradas exclusivamente en el lucro a convertirse en actores que buscan equilibrar el éxito económico con la contribución al bienestar común.

Décadas de 1950-1960: Los Primeros Pasos

Durante las décadas de 1950 y 1960, la responsabilidad social en los negocios se encontraba en una etapa incipiente, caracterizada principalmente por un enfoque limitado en el cumplimiento de las leyes y regulaciones. En este periodo, las empresas se concentraban en evitar cualquier tipo de infracción legal y en mantener una imagen pública que les permitiera operar sin obstáculos, tanto desde un punto de vista gubernamental como social. La ética empresarial, en ese momento, se consideraba un asunto de menor importancia, y las cuestiones sociales, como el impacto de las actividades corporativas en las comunidades locales o en el medio ambiente, rara vez eran tema de discusión en las juntas directivas.

El contexto histórico de la posguerra influyó significativamente en esta perspectiva. Tras los estragos de la Segunda Guerra Mundial, muchas economías se encontraban en proceso de reconstrucción, y el foco principal tanto de los gobiernos como de las empresas era impulsar el crecimiento económico y la recuperación. En este entorno, la maximización de las ganancias y la eficiencia operativa eran las prioridades clave, y cualquier acción que pudiera comprometer estos objetivos, como la implementación de prácticas costosas relacionadas con la ética o la responsabilidad social, era vista con recelo.

Las pocas iniciativas de responsabilidad social que existían en este periodo eran, en su mayoría, reactivas y no proactivas. Las empresas implementaban medidas de responsabilidad social principalmente en respuesta a crisis o problemas que amenazaban su reputación pública. Por ejemplo, si una empresa era acusada de prácticas laborales injustas o de daño ambiental, su respuesta generalmente se limitaba a la reparación del daño y a la mitigación del impacto en su imagen pública. La idea de que las empresas tenían una responsabilidad más amplia hacia la sociedad, más allá de cumplir con las leyes, no era aun ampliamente aceptada ni promovida.

Además, durante estas décadas, la relación entre el sector empresarial y la sociedad civil era fundamentalmente diferente a la que conocemos hoy en día. Las empresas operaban en un entorno menos regulado y con menos escrutinio por parte del público. Los medios de comunicación, aunque importantes, no tenían la capacidad de influir en la opinión pública de manera tan inmediata como lo hacen en la actualidad. Como resultado, las empresas podían operar con una mayor libertad en cuanto a sus prácticas internas, siempre y cuando cumplieran con las regulaciones mínimas establecidas por la ley.

Sin embargo, este enfoque limitado comenzó a cambiar gradualmente hacia finales de la década de 1960. Los movimientos sociales y la creciente conciencia pública sobre temas como los derechos civiles, el medio ambiente y las condiciones laborales empezaron a presionar a las empresas para que asumieran una mayor

responsabilidad en su relación con la sociedad. Aunque estos cambios aún no habían transformado por completo el enfoque de la responsabilidad social en las empresas, sentaron las bases para las décadas siguientes, cuando estas preocupaciones sociales comenzarían a ocupar un lugar más prominente en la agenda corporativa.

Las décadas de 1950 y 1960 marcaron los primeros pasos en la evolución de la responsabilidad social en los negocios, caracterizados por un enfoque principalmente legalista y reactivo, con la ética empresarial y las cuestiones sociales en un segundo plano. Este periodo sentó las bases para el desarrollo posterior de una comprensión más amplia y proactiva de la responsabilidad social corporativa, que comenzaría a tomar forma en las décadas siguientes.

Década de 1970: Ampliando el Enfoque

La década de 1970 representó un cambio significativo en la manera en que las empresas abordaban la responsabilidad social. Hasta este punto, la responsabilidad social en los negocios se había centrado mayoritariamente en cumplir con las regulaciones legales, con poca consideración por las cuestiones éticas o sociales. Sin embargo, los años setenta trajeron consigo un despertar social y un cambio de mentalidad, tanto en el ámbito empresarial como en la sociedad en general. Este periodo se caracterizó por un creciente reconocimiento de que las empresas no podían operar en un vacío social, sino que debían considerar el impacto de sus operaciones en la comunidad, los empleados y el medio ambiente.

Uno de los catalizadores más importantes de este cambio fue el surgimiento de movimientos sociales y activistas que comenzaron a cuestionar las prácticas corporativas establecidas. Estos movimientos pusieron en el centro de la discusión temas como la igualdad de género, la diversidad en el lugar de trabajo, y la protección del medio ambiente. Por ejemplo, el movimiento feminista de la época fue fundamental para impulsar la igualdad de género en las empresas, mientras que el creciente movimiento ambientalista, influenciado por la publicación del libro "Primavera silenciosa" de Rachel Carson en 1962, llamó la atención sobre los

impactos ambientales negativos de la industrialización y el consumo desmedido de recursos naturales.

Las empresas, en respuesta a estas presiones externas, comenzaron a reevaluar sus políticas y prácticas. Aunque no todas las compañías adoptaron de inmediato cambios profundos, muchas empezaron a implementar iniciativas dirigidas a mejorar la diversidad en sus fuerzas laborales, crear políticas de igualdad de oportunidades, y reducir su impacto ambiental. Este cambio fue, en muchos casos, impulsado no solo por la presión social, sino también por un reconocimiento creciente de que estos temas podrían afectar directamente la rentabilidad y la reputación de las empresas. Las compañías que ignoraban estos temas corrían el riesgo de enfrentar boicots, daños a su reputación o incluso pérdida de mercado.

Además, la década de 1970 vio el inicio de una tendencia hacia la creación de códigos de conducta y de ética empresarial que orientaban a las organizaciones en la toma de decisiones responsables. Estos códigos, aunque en su mayoría eran voluntarios, sentaron las bases para las regulaciones más estrictas que surgirían en las décadas siguientes. La creación de organismos e instituciones dedicadas a la promoción de la responsabilidad social, tanto a nivel nacional como internacional, también comenzó a tomar forma durante este periodo, reforzando aún más la idea de que las empresas tenían un papel crucial en la construcción de una sociedad más justa y sostenible.

Década de 1980: El Auge del Lucro

La década de 1980 trajo consigo un giro en la evolución de la responsabilidad social empresarial, caracterizado por un retorno a un enfoque más tradicional y centrado en la maximización de las ganancias y la eficiencia operativa. Este cambio estuvo influenciado en gran medida por el auge de la filosofía económica neoliberal, promovida por líderes como Ronald Reagan en Estados Unidos y Margaret Thatcher en el Reino Unido, quienes abogaban por una reducción del papel del gobierno en la economía y una mayor libertad para las empresas.

Este periodo fue testigo de una creciente presión sobre las empresas para que generaran mayores rendimientos financieros para sus accionistas. El concepto de "maximización del valor para los accionistas" se convirtió en la piedra angular de la gestión empresarial, y cualquier iniciativa que no estuviera directamente alineada con este objetivo era vista con sospecha o, en muchos casos, abandonada. En consecuencia, muchas empresas redujeron o eliminaron las inversiones en iniciativas de responsabilidad social que no generaban un retorno financiero inmediato.

Sin embargo, aunque la responsabilidad social corporativa (RSC) quedó en gran medida relegada a un segundo plano durante esta década, la semilla plantada en la década anterior no se extinguió. De hecho, algunos sectores y empresas continuaron explorando formas de integrar las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones, aunque de manera más limitada. Por ejemplo, algunas empresas reconocieron que mantener buenas relaciones con las comunidades locales y minimizar el impacto ambiental podría, a largo plazo, contribuir a la estabilidad operativa y evitar conflictos costosos.

Al mismo tiempo, la creciente globalización de la economía durante esta década empezó a plantear nuevos desafíos y oportunidades para la RSC. Las empresas multinacionales comenzaron a enfrentarse a una creciente presión para adoptar prácticas responsables no solo en sus países de origen, sino también en los mercados emergentes donde operaban. Casos de explotación laboral y degradación ambiental en países en desarrollo comenzaron a captar la atención del público y de los medios de comunicación, lo que llevó a un escrutinio mayor de las prácticas empresariales globales.

Además, hacia finales de la década, empezó a surgir una corriente de pensamiento dentro del ámbito académico y empresarial que cuestionaba la visión estrictamente financiera del éxito corporativo. Este pensamiento crítico sentó las bases para la reemergencia de la responsabilidad social como un componente integral de la estrategia empresarial en la década de 1990. La noción de que las empresas

podrían y debían desempeñar un papel más activo en la promoción del bienestar social y ambiental comenzó a ganar aceptación, preparando el terreno para un renacimiento de la responsabilidad social corporativa en los años posteriores.

Aunque la década de 1980 fue dominada por una vuelta al enfoque en las ganancias y la eficiencia, los conceptos de responsabilidad social sembrados en las décadas anteriores persistieron en las discusiones empresariales, aunque en un estado latente. Estas ideas resurgirían con fuerza en la siguiente década, cuando las empresas comenzarían a reconocer de nuevo la importancia de equilibrar los intereses financieros con las responsabilidades sociales y ambientales.

Década de 1990: El Resurgimiento de la Responsabilidad Social

A medida que avanzaba la década de 1990, las preocupaciones ambientales y sociales se intensificaban en la sociedad. Las empresas comenzaron a darse cuenta de que la responsabilidad social podía ser una fuente de ventaja competitiva. Se crearon más informes de sostenibilidad y se implementaron prácticas de responsabilidad social corporativa (RSC). Las empresas comenzaron a considerar su impacto en las comunidades locales y el planeta.

Década de 2000 en Adelante: Integración Estratégica de la Responsabilidad Social

En el siglo XXI, la RSC se convirtió en una parte integral de muchas estrategias empresariales. La creación de valor compartido (CSV), un concepto propuesto por Michael E. Porter y Mark R. Kramer, ganó relevancia. Argumentaba que las empresas podían obtener beneficios económicos al abordar problemas sociales y ambientales. Esto marcó un cambio importante, donde el éxito económico y el progreso social se reconocieron como interdependientes.

En conclusión, la evolución de la responsabilidad social en los negocios refleja la creciente conciencia de la importancia de equilibrar el beneficio económico con la contribución al bienestar de la sociedad y el medio ambiente. Desde sus modestos

comienzos centrados en el cumplimiento legal hasta su estado actual como una parte integral de la estrategia empresarial, la RSC ha demostrado su capacidad para adaptarse y prosperar en un mundo en constante cambio.

En última instancia, esta evolución es un recordatorio de que las empresas no solo tienen la capacidad, sino también la responsabilidad de contribuir de manera positiva al bienestar de la sociedad y el planeta.

Relación de la responsabilidad social y la economía

La responsabilidad social y la economía están estrechamente relacionadas ya que las empresas y las organizaciones tienen un papel importante en la economía de un país. La responsabilidad social se refiere al compromiso que tienen las empresas y organizaciones con la sociedad y el medio ambiente en el que operan, más allá de su objetivo principal de generar ganancias.

Cuando las empresas adopten prácticas responsables socialmente, pueden tener un impacto positivo en la economía al mejorar la calidad de vida de las personas, fomentar el desarrollo sostenible y generar empleo. Además, una empresa responsable socialmente a menudo disfruta de una buena reputación entre los consumidores y puede aumentar su base de clientes y ventas.

Por otro lado, la economía también puede influir en la responsabilidad social de las empresas. Una economía estable y próspera puede proporcionar a las empresas los recursos y la capacidad de invertir en prácticas responsables socialmente. Además, las políticas gubernamentales pueden y los incentivos fomentar la adopción de prácticas responsables socialmente por parte de las empresas.

Por lo que se concluye que tanto la responsabilidad social y la economía están estrechamente relacionadas y supone un efecto positivo en la prosperidad de un país, de tal manera que, si las empresas adoptan este tipo de prácticas responsables, generaría prosperidad en sí mismas al ser beneficiadas con la estabilidad del país y mejores oportunidades y recursos.

CONCLUSIONES

La evolución de la responsabilidad social en los negocios a lo largo de las décadas muestra una transición significativa desde un enfoque limitado al cumplimiento de leyes hasta la integración estratégica de prácticas socialmente responsables como parte esencial de la estrategia empresarial moderna. Este recorrido refleja la creciente conciencia de que las empresas no operan en un vacío, sino que sus acciones tienen un impacto considerable en la sociedad y el medio ambiente.

Durante las décadas de 1950 y 1960, la responsabilidad social se limitaba principalmente al cumplimiento de regulaciones, con poca atención a las cuestiones éticas y sociales. Este enfoque legalista y reactivo sentó las bases para un cambio más profundo que comenzaría a gestarse en la década de 1970. En esta década, impulsada por movimientos sociales y un despertar en la conciencia pública, las empresas comenzaron a ampliar su enfoque para incluir temas como la igualdad de género, la diversidad en el lugar de trabajo y la protección ambiental. Aunque estos cambios no fueron inmediatos ni universales, marcaron el inicio de una transformación en la forma en que las empresas consideraban su papel en la sociedad.

La década de 1980, aunque caracterizada por un retorno al énfasis en la maximización de ganancias, no extinguió las semillas plantadas en la década anterior. La responsabilidad social corporativa continuó evolucionando, aunque en un estado latente, y se reavivó con fuerza en la década de 1990. Durante este periodo, las empresas comenzaron a ver la responsabilidad social no solo como una obligación, sino como una fuente de ventaja competitiva. Este reconocimiento condujo a la creación de informes de sostenibilidad y a la implementación de prácticas de responsabilidad social corporativa que consideraban el impacto de las empresas en las comunidades locales y en el planeta.

Finalmente, en el siglo XXI, la responsabilidad social se ha convertido en un componente integral de muchas estrategias empresariales. El concepto de creación de valor compartido, que propone que las empresas pueden obtener beneficios

económicos al abordar problemas sociales y ambientales, ha ganado relevancia, demostrando que el éxito económico y el progreso social son interdependientes.

En conclusión, la evolución de la responsabilidad social en los negocios destaca la importancia de equilibrar el beneficio económico con la contribución al bienestar de la sociedad y el medio ambiente. Las empresas han pasado de ser entidades centradas exclusivamente en el lucro a convertirse en actores clave en la promoción de un desarrollo sostenible y equitativo. Este recorrido no solo subraya la capacidad de adaptación del sector empresarial, sino también su responsabilidad inherente de contribuir de manera positiva al bienestar de la sociedad y del planeta. En última instancia, la responsabilidad social y la economía están estrechamente relacionadas, y su sinergia es esencial para la prosperidad a largo plazo de las empresas y de la sociedad en su conjunto.

REFERENCIAS

Antelo, Y., & Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), pp. 58-69. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5013943.pdf>

Calderón, G., Álvarez, C., & Naranjo, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 27(118), pp. 163-188. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/212/21218556008.pdf>

Carroll, A. B.: Autor de la "Pirámide de Responsabilidad Social Corporativa", que establece cuatro niveles de responsabilidad: económica, legal, ética y filantrópica.

Cejas, M., & Camejo, A. (2009). La dimensión estratégica de la gestión de los recursos humanos en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Observatorio Laboral Revista Venezuela*, 2(4), pp. 67-87. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219016846004.pdf>

Chiavenato, I. (2009: 177). *Gestión del Talento Humano*. México: Mac Graw Hill.

Dacasa, L. Eduardo. (2020) *Ética Empresarial, Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo*, Editorial Trillas, México, (pp. 62-70).

Donia, M., & Tetrault, C.-A. (2016). Determinants and consequences of employee attributions of corporate social responsibility as substantive or symbolic. *European Management Journal*, 34, pp. 232-242.

Elkington, John: Acreditado por acuñar el término "Triple Bottom Line" (Triple resultado), que considera la responsabilidad social, ambiental y financiera de las empresas.

Freeman, R. Edward: Conocido por desarrollar el concepto de "Stakeholder Theory" (Teoría de los Grupos de Interés), que sostiene que las empresas deben considerar las necesidades y preocupaciones de todas las partes interesadas.

Llanos, E. Mónica (2016). La cultura organizacional: Eje de acción en la gestión Humana. Universidad ECOTEC. Samborondón, Ecuador, (pp. 6-22).

Michael E. Porter y Mark R. Kramer: En su artículo "Creating Shared Value" (Creación de Valor Compartido), estos autores argumentan que las empresas pueden obtener beneficios económicos al abordar problemas sociales y ambientales.

Milton Friedman. (s/f). la responsabilidad social de las empresas.

Robins, P. S. (2009). Cultura Organizacional. En Comportamiento Organizacional (pág. 780). México: Prentice Hall.

Silva, P., & Cooray, R. (2014). Building human capital in organizations through corporate social responsibility- A holistic coaching approach. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 159, pp. 753-758. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814065732>

Singer, Peter. (1995). La Ética en los Negocios: Compendio de Ética. Alianza Editorial Madrid, España. Capítulo. 31 pp. 483-498).

Solomon, M. R. (2013). Comportamiento del Consumidor. México: Pearson.

Valor, Mamen. (2001). "Responsabilidad Social de la Empresa, marketing de relaciones y política de Recursos Humanos: el gasto social de la empresa". Ponencia presentada en la Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección, organizada por la Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones, en Bilbao, España, del 7 al 8 de junio de 2001, 20 pp.