



APROXIMACIONES TEÓRICAS A LA RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD. TRAYECTOS INICIALES *

Theoretical approaches to the relationship between csr and competitiveness: inicial paths

*Erika Johanna Serna Jaramillo***

*Andrés Alberto Arias Pineda****

* El texto es un avance del proyecto de investigación Relaciones entre competitividad y RSE en el Eje Cafetero inscrito en la Dirección de Investigación e Innovación de la UCP.

** Co investigadora, Administradora de Empresas de la Universidad Católica de Pereira, actualmente se encuentra cursando la Maestría en Finanzas con EAFIT.

*** Investigador principal, Administrador de Empresas y Magister Científico de la Universidad Nacional de Colombia. Docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Universidad Católica de Pereira. Líder del grupo de investigación Desarrollo Empresarial. Contacto: andres.arias@ucp.edu.co

RESUMEN:

Los mercados actuales se caracterizan por altos niveles de competitividad entre los participantes, forzando a que las empresas innoven la manera de satisfacer las necesidades y/o deseos. Esto conlleva nuevas formas de relación entre las empresas y todos aquellos afectados en el proceso de fabricación del bien o de prestación del servicio. Este avance pretende mostrar el estado de la cuestión acerca de las investigaciones que establecen algún tipo de relación entre la RSE y la competitividad. La conclusión inicial es que existe una tendencia a considerar que existe una relación positiva; no obstante esto varía de acuerdo con el grupo de interés indagado, el país y/o sector de actividad económica que se estudie.

PALABRAS CLAVES:

Responsabilidad social empresarial – competitividad – grupos de interés -

ABSTRACT:

Today's markets are characterized by high levels of competitiveness among participants, forcing business to innovate ways to meet the needs and / or desires. This leads to new relationships between companies and all those affected in the process of production of the good or service provision. This advance aims to show the state of the question about research, establishing some relationship between CSR and competitiveness. The initial conclusion is that there is a tendency to consider that there is a positive relationship, however this varies according to the interest group which is inquire and / or country and / or sector of economic activity being studied.

KEY WORDS:

Corporate Social Responsibility - competitiveness - stakeholders

APROXIMACIONES TEÓRICAS A LA RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD. TRAYECTOS INICIALES

Para citar este artículo: Serna Jaramillo, Erika J., Arias Pineda, Andrés A. (2014). "Aproximaciones teóricas a la relación entre RSE y competitividad: trayectos iniciales". En: Revista Académica e Institucional Páginas de la UCP, N° 96: p. 39-52

Primera versión recibida el 29 de octubre de 2014. Versión final aprobada el 19 de febrero de 2015

Los informes de avance dan cuenta de resultados parciales del proceso investigativo, en este caso del proyecto que pretende comprender las relaciones que se establecen entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la competitividad en el territorio denominado Eje Cafetero. La RSE ha pasado de ser una moda administrativa a ser un factor de competitividad para las empresas que buscan vender en los mercados más exigentes, y a su vez de mayor capacidad adquisitiva. Se parte de dos ideas básicas: la primera, la RSE se involucra en la cadena de valor de la organización empresarial, lo cual supone que desde las mipymes hasta las multinacionales deben tener un comportamiento socialmente responsable; la segunda: un comportamiento socialmente responsable requiere una cultura organizacional que lo facilite.

El texto presenta, en un primer trayecto investigativo, los resultados de la revisión documental focalizada en bases de datos científicas en aras de contar con un panorama acerca de las investigaciones y avances en este campo. Dicho ejercicio deriva en unas conclusiones temporales, de orden metodológico y teórico, que esclarecen las rutas iniciales de la investigación. Así pues, se inicia contextualizando y justificando el proyecto de investigación con el fin de hacer comprensibles los resultados que se presentan posteriormente, de tal manera que se plantea la situación

problema, los objetivos de la investigación y la estrategia metodológica de manera resumida. A renglón seguido se presentan los avances investigativos, divididos en los dos aspectos señalados con antelación. Vale la pena aclarar que el texto no se interesa en definir categorías conceptuales como RSE y competitividad, sino en indagar acerca de las investigaciones que relacionan estas categorías.

Contextualización del problema de investigación

Las organizaciones empresariales nacen para satisfacer necesidades y/o deseos humanos, de un lado, y para generar beneficios para sus dueños y propietarios, del otro. Los procesos sociales, económicos, culturales y políticos que se despliegan desde la Revolución Industrial, se intensifican en la Posguerra y se potencian con la globalización, transformando los satisfactores de las necesidades y deseos humanos; por tanto, la manera de operar de las organizaciones sociales tipo *taxis*¹, y la forma de involucrarse con todos los afectados (internos y/o externos) por sus procesos y decisiones. La RSE surge como una alternativa teórica y práctica que pretende mitigar el impacto de las actividades industriales y reconfigurar la manera de entender la relación entre empresa y sociedad, y entre empresa y trabajadores.

¹ Las organizaciones tipo taxis son aquellas que se crean con una intencionalidad claramente definida, para fines específicos.

Diversos académicos y autoridades empresariales alrededor del mundo, principalmente en Estados Unidos y Europa, han notado como la RSE² se ha transformado de una irrelevante y dudosa idea, a uno de los más importantes y aceptados conceptos en el mundo de los negocios desde las últimas décadas del siglo pasado. Al finalizar los setentas, la RSE aún era entendida como una utopía dentro del mundo de las relaciones entre inversionistas y la comunidad en general. A mediados de los años noventas, esta idea se convirtió en una idea universalmente aceptada y promovida por una gran mayoría de actores en la sociedad.

A principios del presente siglo algunas de las instituciones más importantes en el ámbito mundial como las Naciones Unidas (UN), el Banco Mundial (WB), La Organización de Cooperación Económica y Desarrollo (*Organization of Economic Co-operation and Development* –OCDE-) y la Organización Laboral Internacional (*International Labor Organization* –OIT-), la Unión Europea (UE); aprobaron iniciativas destinadas a fomentar la RSE como ayuda para cumplir los objetivos del nuevo milenio y contribuir al desarrollo sostenible (Arias, 2010).

Desde la década de los noventa las teorías sobre la Responsabilidad Social de los Empresarios y las empresas han adquirido madurez y aceptación en el campo de la teoría administrativa y organizacional (Arias, 2010). Esto se expresa en el cambio de percepción de las responsabilidades que tienen las empresas con el bienestar de los seres que habitan este planeta, y a su vez, con la emergencia de nuevos referentes epistemológicos que critican la forma tradicional de concebir los procesos administrativos y proponen nuevas relaciones entre la empresa y el ambiente, y la

empresa y los trabajadores e inversores. En este escenario aparece la RSE como una alternativa a los discursos ortodoxos de la administración y economía clásicas.

Así pues, en el marco de los procesos de globalización cultural y apertura económica, la RSE se configura como una estrategia que favorece la competitividad tanto de las organizaciones empresariales como de los territorios; por tanto, una gran cantidad de autores y estudios sostienen que existe una estrecha relación entre estos conceptos. No obstante, una conclusión en común en muchos de los antecedentes consultados es que falta mayor evidencia empírica que respalde las conclusiones iniciales.

En este orden de ideas, se considera pertinente y relevante comprender las relaciones entre Responsabilidad Social Empresarial y competitividad, para lo cual se realizó una revisión documental con el ánimo de actualizar los referentes teóricos, así como realizar un diagnóstico de la situación actual, desde perspectivas micro y macroeconómicas, en el Eje Cafetero. De la misma manera, se pretende sistematizar experiencias, empresariales y sectoriales que estén en el marco de esta relación.

La estrategia metodológica implica precisar el modelo que guía la investigación y el diseño que permite cumplir cada objetivo de la misma. Desde la óptica de Tamayo (1999, p.68), cuando se habla de modelo de investigación se hace referencia “al manejo metodológico, o guía que soporta un proceso investigativo”, mientras que el diseño “hace relación con el manejo de la realidad por parte del investigador”. El modelo de investigación es la estructura teórica del proceso investigativo; por lo tanto, hace referencia al tipo

2 En adelante RSE

de investigación. En este caso, la perspectiva teórica de la complejidad ambiental hará las veces de faro para el estudio. Esto significa una visión sistémica y holística para explorar los campos de interés; en consecuencia, se recurrirá a diversos enfoques, métodos y técnicas, de acuerdo con el momento de la investigación. Las técnicas más recurrentes serán: la observación, la entrevista, la entrevista en profundidad, los grupos focales, y el análisis estadístico. Los instrumentos serán los cuestionarios, las guías de preguntas semiestructuradas, las fichas bibliográficas y los resúmenes analíticos de lectura.

El diseño hace referencia a las etapas de la investigación. Para Tamayo (1999), existen dos tipos de diseño: bibliográfico y de campo. El primero se utiliza en los preliminares y desarrollo de la investigación y el segundo en el trabajo de campo. En este caso, se recurre al primer tipo de diseño por ser el pertinente de acuerdo con el momento de la investigación.

La investigación documental consiste en la presentación selectiva de lo que expertos ya han dicho o escrito sobre un tema determinado; recurre a productos de investigaciones científicas, reportado en fuentes documentales como: libros, reportes de investigación, información estadística, revistas científicas, bases de datos, videos y películas. Adicionalmente, permite presentar posibles conexiones entre las ideas de varios autores y las ideas de los investigadores, así como analizar la producción científica que visualiza la relación entre RSE y competitividad a partir de la revisión de textos académicos

en 11 bases de datos de acceso restringido³ y 4 de libre acceso⁴. Se realiza un análisis de las publicaciones a partir de 6 descriptores de búsqueda avanzada⁵, que generan 4 grupos de cruces de categorías⁶, y a la luz de 7 maneras diferentes de combinar criterios y filtros de búsqueda⁷. En todos los casos se utilizó la opción búsqueda avanzada y los filtros de texto completo, publicación académica y revisada por pares.

El desarrollo de un proceso de investigación documental completo da como producto diferentes tipos de trabajos documentales entre los que se encuentran, según Ávila (2006), las compilaciones, los ensayos, las críticas valorativas, los estudios comparativos, las memorias, las monografías o las tesis de maestría, entre otros. El presente informe de avance se construye a la luz de la revisión focalizada de artículos en 15 bases de datos, amén de libros, documentales y noticias.

Avistamiento teórico a la relación entre RSE y competitividad

Los elementos que a continuación se presentan exponen la revisión focalizada en bases de datos, y obedecen a dos dimensiones: teóricos y metodológicos. Los primeros evidencian los avances académicos en este campo de la gestión y propenden trascender el concepto de principios del siglo XX y convertir la RSE de dudosa idea en CVC⁸ (legitimidad) para las empresas, y muestran correlaciones positivas entre prácticas de RSE, y su impacto en diversos grupos de interés y/o en las estructuras organizacionales.

3 Business Source complete, EconoLit, Emerald, Fuente Académica Premier, ProQuest, Econobiz, Academic One File, Informe Académico, Business Economics & Theory collection Infotrac, Small business collection, y JSTOR

4 Dialnet, Latindex, Scielo, y Redalyc

5 Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Responsabilidad Social Corporativa (RSC), competitividad (Compet.), corporate social responsibility (CSR), business ethics (BE), y competitive strategy (SC)

6 RSE y COMPET., RSC y COMPET., CSR y CS, y BE y CS

7 a) en todo el texto, ambos descriptores, b) solo título RSE y todo texto Compt., c) solo título RSE y Compt. d) todo texto RSE y solo título Compt., e) Abstract RSE y Compt., f) abstract solo RSE y Compt. todo texto, g) abstract solo Compt y RSE todo texto

8 Creación de valor compartido.

Los segundos llaman la atención acerca de los hallazgos en el proceso heurístico. La finalidad fundamental es comprender las relaciones que existen entre RSE y competitividad, a la luz de las publicaciones e investigaciones académicas en el campo.

Hallazgos metodológicos en la fase heurística

Todo proceso investigativo requiere construir un estado del arte acerca del fenómeno de interés a investigar. Dicho ejercicio tiene diferentes connotaciones que se asocian al avance en el campo del conocimiento que encierra el fenómeno, al estadio en el que se encuentra y a las fases que se requieren para dar cuenta, de manera científica, del mismo. En concreto, para este caso y en este momento se recurre a un ejercicio investigativo que aporta al cumplimiento del primer objetivo: Actualizar el estado del arte en la relación entre RSE y competitividad.

El estadio de desenvolvimiento de la investigación implica recurrir a técnicas de investigación documental, la más usual el estado del arte, que consiste en identificar los antecedentes investigativos del fenómeno de interés, es decir, dar cuenta de cómo ha sido tratado el tema, cómo se encuentra en el momento de realizar la propuesta de investigación y cuáles son las tendencias. El estado del arte se construye en dos fases: la heurística y la hermenéutica. En la primera fase se procede a la búsqueda y recopilación de las fuentes de información, que pueden ser de muchas características y diferente naturaleza, y en la segunda fase cada una de las fuentes investigadas se leerá, se analizará, se

interpretará y se clasificará de acuerdo con su importancia dentro del trabajo de investigación. Luego, se escogen los núcleos fundamentales y se proponen conclusiones.

Algunas salvedades a tener en cuenta al momento de analizar los resultados son: la mayoría de las bases de datos utilizan un lenguaje estándar para clasificar la información, no obstante algunas plataformas de las bases de datos modifican algún ítem, derivando esto en recurrir a otro filtro que cumpla fines similares, caso concreto no contener *abstract*, y por tanto recurrir a *key words*. Segundo, no fue de interés para este ejercicio indagar cada categoría por aparte; por tanto, cualquier modificación a los criterios utilizados, por supuesto, alterara los resultados de búsqueda. Tercero, los criterios de búsqueda determinan la mayor cantidad de resultados; por ejemplo, la opción de filtro a), ambos descriptores en texto completo, siempre obtuvo la mayor frecuencia. Finalmente, la base de datos JSTOR, en términos de las tendencias de las otras bases de datos consultadas, presenta un comportamiento atípico en cuanto al número de referencias que aparecen por cada opción de búsqueda, en algunos casos superando por más de un 1000% a la siguiente en los resultados de búsqueda; debido a esto se referencia pero se excluye del análisis particular de cada cruce.

A continuación se presentan los hallazgos iniciales asociados a la fase heurística:

1. Al comparar los resultados obtenidos con la opción de búsqueda entre RSE y RSC⁹, se encontró una mayor cantidad de documentos con RSE en las bases de datos que privilegian revistas en español. Acontece similar con el comparativo entre BE¹⁰ y CSR¹¹ para el caso

9 Responsabilidad social corporativa

10 *Business ethics*

11 *Corporate responsibility social*

de las bases de datos que privilegian revistas en inglés. En el primer caso, la razón yace en causas de la etimología recurrente en la comunidad académica iberoamericana, puesto que la referencia común es al concepto de empresa, mas no así al de corporación. En el segundo caso la razón es diferente: debido a la mayor tradición académica que publica en revistas de idioma inglés, texto desde 1960 con referencia precisa a los descriptores seleccionados; por tanto, en este segundo grupo se cotejó la tradición académica asociada a la mayor cantidad de documentos de BE o de CSR. Al respecto, es adecuado sostener que predomina en número y antigüedad BE, aunque no es notoria la diferencia, sobretodo en casos de estudio y libros, pero sí en artículos.

2. El supuesto del cual se parte es: a mayor influencia de la categoría, comparado con la otra categoría en la búsqueda avanzada, y con mayor especificidad en sus criterios de búsqueda, se encuentran más documentos. Desde esta perspectiva, siempre el resultado de la opción de filtro b) fue mayor que d), al igual que siempre es mayor f) que g). Esto significa que en las bases de datos en las cuales se indagó se encontró una mayor cantidad de resultados cuando la opción de restricción se asociaba a RSE; dicho de otra manera, hay tema por explorar.
3. Aparecen más textos y referencias en inglés que en español. Esto reafirma los documentos que sostienen un mayor desarrollo de este campo de conocimiento en los países anglosajones y/o que publican en este idioma. Al seleccionar los descriptores CSR y SC¹² aparece una cantidad amplia de resultados, mas si se cambia el tipo de

formato de presentación a libro y/o caso de estudio, no aparece ningún resultado.

4. La opción de filtro que menos resultados obtuvo siempre fue c), y siempre seguido de e). La explicación radica en la especificidad de la búsqueda, dado que en el título se seleccionan los principales términos de la investigación. Así también se confirma que no existen investigaciones para la Región.
5. Las referencias que asocian estos temas aparecen desde 1960, pero florecen en el presente siglo. Es ostensible el crecimiento de las publicaciones en este campo en los corrido del siglo; por ejemplo, de 1519 resultados en *Business Source Complete*, 1332 son posteriores al 2000.

RSE, de dudosa idea a factor de competitividad

Los procesos de desarrollo y crecimiento económico de la Posguerra se fundamentaron en la producción de excedentes a partir de la explotación y comercialización del capital natural y el capital humano, sin garantizar la sostenibilidad de la oferta natural ni la satisfacción de las necesidades básicas de la población (Arias, 2010). La lógica administrativa, en coherencia con dicho proceso, buscó formas de ahorrar costos sin importar los sacrificios que tuviese que hacer para lograrlo y sin medir las consecuencias que estas generaban. Son múltiples las expresiones de estos acontecimientos: calentamiento global, cambio climático, efecto invernadero (en lo ecológico), maltrato laboral materializado en violencia psicológica y física, descomposición de los valores sociales mínimos, irrespeto por la diferencia étnica religioso deportiva o cualquier otra, desconfianza de las instituciones sociales

12 *Competitive strategy*

tradicionales (en lo social y cultural), corrupción latente en todas las esferas políticas en el mundo, (políticos); pero además intensifica algunos problemas, como pobreza, injusticia e iniquidad (Noguera, 2009; PNUMA, 2006).

Dicho de otra manera, producto de haber planteado objetivos que se alejan de los verdaderos fines a que debería aspirar el desarrollo emerge una crisis generalizada. Entre esos fines se cuentan el mejoramiento de la calidad de vida y la libertad del individuo, y centrarse en la acumulación desmedida de un pequeño grupo de la sociedad mundial, que en su mayoría considera la naturaleza como un recurso a explotar. Esto lleva a que una multiplicidad de personas de todo credo (filosófico, religioso, sociológico, económico, político, científico) lleguen al consenso que la crisis ambiental es la categoría que mejor describe esta época. Al respecto, se puede referenciar a PNUMA (2006), PNUD (2007), Noguera (2007a, 2007b, 2009) y Leff (2008). Puntualmente, en el Manifiesto por la Vida, se expresa:

La crisis ambiental es una crisis de civilización. Es la crisis de un modelo económico, tecnológico y cultural que ha depredado la naturaleza y negado a las culturas alternas (...). La crisis ambiental es la crisis de nuestro tiempo. No es una crisis ecológica, sino social. La crisis ambiental es una crisis de instituciones políticas, de aparatos jurídicos de dominación, de relaciones sociales injustas y de una racionalidad instrumental en conflicto con la trama de la vida. (PNUMA, 2006, p.5).

La crisis ambiental modifica los escenarios económicos actuales e impone nuevos criterios y lógicas a las organizaciones empresariales para ser competitivas. Se privilegian aspectos de índole social y ecológico en el proceso de

transformación industrial o en la prestación del servicio, y no solo económico y financieros, es decir, se valora el comportamiento ético de la empresa que se selecciona para satisfacer la necesidad y/o el deseo.

Las nuevas expectativas y exigencias de los grupos de interés que reclaman por productos y/o servicios que no afecten la salud humana y que no sean fabricados irrespetando las normas laborales ni los Derechos Humanos y ambientales, deriva en nuevas maneras de operar, según los códigos y estándares de RSE, para dar valor a la marca, fidelizar a sus clientes y contar con relaciones armoniosas con sus grupos de interés. En esta línea argumentativa, Altzelai y Terradillos (2014, p.10) afirman:

Hoy en día los consumidores ya no se preocupan sólo por la calidad y el precio de los productos, sino también por otros aspectos como su impacto medioambiental o el respeto a principios éticos en su producción y hasta en los índices bursátiles se habla de RSE. Es el caso del Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World) elaborado por expertos de Dow Jones, teniendo en cuenta la dimensión económica, social y medioambiental de las empresas.

Por su parte, las empresas comenzaron a percatarse de que la puesta en marcha de políticas y acciones de RSC constituye una fuente de beneficios en términos de reputación e imagen corporativa, reduce el riesgo de la oposición pública contra sus operaciones, ayuda a fidelizar clientes y facilita el ingreso a nuevos mercados con mayores exigencias. Altzelai y Terradillos (2013, p.7), citando un documento de la Comisión Europea del 2002, sostienen que

(...) las empresas están cada vez más convencidas de que su éxito económico ya no depende

únicamente de una estrategia de aumento al máximo de los beneficios a corto plazo, sino de tener en cuenta la protección del medio ambiente y el fomento de su responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores.

La RSE, en la actualidad, más allá de ser simplemente un tema opcional, se configura como un asunto de obligatorio cumplimiento para todas las empresas que pretendan permanecer competitivas en el largo plazo. Porter y Kramer (2006 y 2011) afirman que la RSE se convierte en una fuente de enorme progreso social y de competitividad empresarial. La RSE se ubica dentro de lo que se denomina, en palabras de Bestratén y Pujol (2005, p.7), la Nueva Cultura Empresarial. En voz de estos autores: “abre nuevas perspectivas a las políticas y estrategias empresariales de las organizaciones para la pervivencia de las propias organizaciones y de la misma sociedad”. En el campo administrativo esto conlleva el paso de una visión filantrópica de la responsabilidad empresarial a considerarla como una estrategia que conduce a generar ventaja competitiva y sustentabilidad.

En la actualidad, Porter y Kramer (2011) trascienden el concepto de RSE y hablan de Creación de Valor Compartido (CVC), y proponen que este concepto redefine los límites del capitalismo. Desde la perspectiva de Muñoz (2013, p.83), “Este concepto (...) se centra fundamentalmente en tres grandes aspectos: reconcebir productos y mercados, redefinir la productividad de la cadena de valor y permitir crear el desarrollo de clusters locales”. Esto significa que pasó de ser un gasto a ser una inversión estratégica; incluso algunos plantean relaciones positivas entre RSE y el crecimiento y desarrollo económico de los territorios (Navarro

y González, 2006), entre el rendimiento social y el rendimiento financiero (Olcese, Rodríguez y Alfaro, 2008), o como factor de competitividad empresarial (Altzelai y Terradillos, 2013).

Hoy en día la RSE se refiere a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ecológicos y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Para Perdomo y Escobar (2011), la evolución progresiva del campo de la RSE significa una mayor apropiación teórica y metodológica que permite describir, analizar, explicar y comprender los comportamientos y mejores prácticas empresariales (*best practices*). Esto significa que en la medida que la RSE avanza como campo de estudio se incrementan los estudios que identifican sus efectos en aspectos micro y macroeconómicos, amén de consolidarlo en el campo académico y profesional.

Perdomo y Escobar (2011, 199) muestran cómo estudios recientes evidencian que la responsabilidad social empresarial ha evolucionado como un campo de estudio en un sentido progresivo dentro de la disciplina de la administración.¹³

El campo de la RSE no solo ha adquirido legitimidad, prestigio y significado desde la perspectiva de la oferta de conocimiento. Se ha consolidado además el concepto desde una perspectiva de la demanda. Es decir, desde las agendas empresariales, institucionales y de política pública [Sin embargo,] (...) la RSE es todavía un campo con fronteras disciplinares permeables, y con patrones conceptuales solapados y altamente interrelacionados.

13 Para respaldar esta afirmación recurren a mostrar los trabajos de: Bigné et al., 2010; De Bakker et al., 2005; Gerde y Wokutch, 1998; Lockett et al., 2006; Rowley y Berman, 2000.

Conexiones iniciales entre RSE y Competitividad

El trabajo de Vicente, Ruiz, Tamayo y Balderas (2004), realiza un barrido por 73 estudios, desde 1972 hasta 2003, de la documentación existente en el campo. La presentación de resultados la realizan por décadas, y es de rescatar que en todos los períodos analizados el comparativo entre efectos positivos o negativos siempre favoreció al primero, sin ser igual para un efecto nulo sobre el positivo. En general, se concluye que en todo el período analizado el 62% de los estudios demuestran una relación positiva, en el 28% ningún efecto y en 10% consecuencias negativas:

La argumentación a favor de la RSC se fundamenta en la asociación positiva entre RSC y rendimiento económico. Desde esta óptica las empresas socialmente responsables tendrían menos conflictos con los diferentes grupos de interés, mejorando así su reputación y sus relaciones con clientes, proveedores, bancos, personal de la empresa, inversores (...). Esta mejora en las relaciones e imagen de la empresa podría traducirse en un incremento de los beneficios y del rendimiento económico de la organización (Vicente et al., 2004, p.11).

Perdomo y Escobar (2011), Vicente et Al. y Altzlea & Terradillos (2012) coinciden en destacar los resultados positivos del Informe de Competitividad de la Unión Europea en 2008, los resultados positivos obtenidos por las pymes que desarrollan actividades de RSE. En dicho Informe resaltan la RSE como un factor competitivo en tiempos de crisis, en especial en seis aspectos: estructura de costes, recursos humanos, clientes, innovación, gestión del riesgo y, reputación y resultados financieros.

Llama la atención la importancia que se brinda a la gestión de equipos humanos.

López, Contreras y Molina (2011) investigan la RSE como estrategia de competitividad en el sector alimentario en México, desde enfoques teóricos microeconómicos e institucionales, para identificar la postura que tienen las empresas del sector en cuanto al objetivo que persiguen, las prácticas de responsabilidad social que desarrollan y las ventajas obtenidas, la interacción con los principales grupos de interés, así como las barreras a las que se enfrentan:

Los resultados de este estudio mostraron que las empresas que se comportan de manera responsable son aquellas que han logrado permanecer más años en el mercado, tal vez porque las estrategias implementadas generan valor, y por ello son preferidas por los consumidores. Sin embargo queda claro que la empresa implementa estrategias de RSE en función del rendimiento económico que espera obtener. En este sentido, las ESR¹⁴ tienen la convicción de que el comportamiento responsable genera mayores beneficios que costos, al atraer nuevos clientes, lograr fidelidad con los clientes actuales, generar confianza con los propietarios, hacer más eficientes los procesos, reducir costos, mejorar la calidad de los bienes y servicios, reducir costos operativos y atraer nuevas inversiones (López, Contreras y Molina, 2011, p.281).

Navarro y González (2006) indagan en la relación entre RSE y el crecimiento económico desde perspectivas micro y macroeconómicas:

Los resultados obtenidos en las correlaciones revelan una asociación positiva, aunque no siempre significativa, entre los indicadores de

14 Empresas Socialmente Responsables.

RSC y los factores determinantes del crecimiento económico en la OCDE. Dicha asociación, especialmente clara, en los indicadores de competitividad y estabilidad de precios, se ve fortalecida en el ámbito de la Unión Europea (Navarro y González, 2006, p.723).

En cuanto a la relación entre RSE y los efectos macroeconómicos, estos autores consideran que “desde un punto de vista macroeconómico también cabe suponer que una determinada masa crítica de empresas responsables en una economía, conviertan a ésta en un foco de atracción de factores y recursos productivos” (p.723); de allí que afirmen que la RSC se relaciona con el concepto de competitividad agregada¹⁵.

Por su parte, León (2008) analiza la percepción de la RSE de los consumidores y la forma en que influye en la decisión de compra; para soportar estos argumentos, cita varios estudios. Por ejemplo, referencia a la CBSR (*Organization business social responsibility*, 2000), la cual desarrolla un estudio para identificar el beneficio que genera la RSE. La conclusión es que contribuye a mejorar aspectos como la ejecución financiera, la imagen y reputación corporativa, el incremento en ventas, la atracción de clientes, y a la retención de mejores empleados. También referencia los trabajos de Mori (2005), Vargas (2006) y Roca (2007), como evidencia de la importancia que dan los consumidores a la RSE en tanto que determinante de la compra o del rechazo del producto y/o servicio ofrecido.

Roca (2007) presenta un estudio en el cual se encuestó a 5 600 consumidores en 9 países con nivel de ingreso medio y alto, con el fin de analizar la importancia de la RSE al momento

de realizar la compra; según este trabajo, el 85% está dispuesto a cambiar de marca si ello incide en mayor bienestar social. Adicionalmente, los resultados muestran que a igual precio y calidad el comportamiento socialmente responsable es el más importante; no obstante, se evidencia un desconocimiento de las acciones que en este campo realizan las organizaciones, lo cual muestra un problema asociado a la falta de comunicación de este tipo de actividades. Por su parte, Vargas (2006) realiza una investigación similar para consumidores de Estados Unidos, España y Argentina, y Mori (2005) para países europeos; en ambos casos se concluye que los consumidores prefieren cada vez más empresas socialmente responsables.

En perspectiva similar, pero desde un actor diferente -los CEOs y miembros de juntas directivas de multinacionales-, Nuñez (2003) muestra los resultados de un sondeo a 18 industriales de 16 países, en el marco del Foro Económico Mundial (2002) sobre tres temas relacionados con la dinámica de la empresa asociada a especialidades. Las conclusiones apuntan a identificar un rol activo de los CEOs en la implementación de estructuras de gobernabilidad, y a reconocer los efectos positivos asociados a imagen, reputación y marca, a motivación de los empleados, y a licencias para operar.

Olcese, Rodríguez y Alfaro (2008) reafirman las ideas expresadas hasta el momento y enriquecen las conclusiones que se empiezan a vislumbrar con los estudios de Presto y O'Bannon, y Barnett y Salomon. Ambas investigación establecen relaciones causales entre el rendimiento económico y el rendimiento social, y en ambos trabajos se encuentran relaciones positivas entre

15 “Entendida ésta como al atractivo de un país, la capacidad de una economía de generar renta y de atraer recursos productivos por encima de otras no demasiado diferentes gracias a una combinación de elementos entre los que cabría situar el grado de responsabilidad social de sus empresas” (Navarro, 2006)

la capacidad de crear valor para sí mismas y a su vez crear valor para sus grupos de interés. La diferencia radica en el tipo de relación que se establece, puesto que para Barnett y Salomon es compleja, puntualmente en U invertida.

Olcese et Al (2008) resumen los trabajos de Griffin y Mahon (1997), que analizan 51 estudios; Roman, Hayibor y Agle (1999), quienes analiza 52 estudios; Margolis y Walsh (2003), quienes analizan 127 estudios; y Orlitzky, Schmidt y Rynes (2003), quienes analizan 52 estudios. Los últimos realizan un meta-análisis que incluye los anteriores estudios, y a partir de estos establecen tres relaciones: acciones de RSC y resultados financieros; acciones de RSC y tamaño de la empresa; tamaño de la empresa y resultados financieros. Así, basados en 52 investigaciones, los autores concluyen que se confirma la relación positiva entre RSE y resultados económicos. Hay presencia de carácter bidireccional y simultáneo, evidenciando un círculo virtuoso entre los dos conceptos. Por su parte, el indicador de RSE que muestra mayor correlación con los resultados económicos es el índice de reputación corporativa.

En resumen, la mayoría de los estudios muestran pruebas a favor de una relación positiva entre RSE y competitividad; no obstante, la evidencia no es contundente aún, en consecuencia, la invitación es a realizar más investigaciones empíricas. Sus principales efectos se expresan en reputación, marca e imagen corporativa frente a los consumidores. Sus mayores exigencias se concentran en la gestión ambiental y financiera, por parte de los grupos de interés externos, en valor financiero y en la internalización en las operaciones, por parte de sus grupos de interés internos. En cuanto a los aspectos teóricos, se encontró que desde la década de los setenta se desarrollan investigaciones relacionando la ética del negocio y la estrategia corporativa.

Estas Investigaciones y otras más recientes evidencian la relación que existe entre la RSE y la competitividad (Molina, Ruíz, Tamayo & Balderas, 2004), en especial en las variables confianza y reputación o imagen corporativa (Moreno, 2004).

CONCLUSIONES

El presente documento es un primer informe del proyecto “Relación entre RSE y competitividad, caso de estudio Eje Cafetero” y da cuenta de la revisión documental focalizada en bases de datos científicas, con el fin de actualizar el estado de las investigaciones que relacionan las categorías centrales. Estas pesquisas brindan dos tipos de resultados diferentes y complementarios: unos de orden metodológico y otros de orden teórico. Los primeros muestran avances asociados al proceso de búsqueda de investigaciones que los relacionen, y los segundos exponen los primeros acuerdos conceptuales.

Los primeros hallazgos confirman las intuiciones iniciales: existe una limitada cantidad de publicaciones que las relacionen directamente, mucho más en el ámbito Latinoamericano y colombiano. La mayor parte de resultados tienen como origen países desarrollados y se concentran en lo corrido del siglo. De la misma manera, la aparición de un mayor número de investigaciones revela una tendencia hacia posiciones a favor de los efectos positivos de la RSE sobre los resultados económicos y sociales de las organizaciones que la aplican.

Los avances conceptuales permiten afirmar que la RSE es una nueva manera de hacer negocios, es la filosofía administrativo-organizacional del siglo XXI. Implica una nueva lógica en la relación que establece la organización empresarial y sus dirigentes, con los grupos de interés (internos y externos) con los cuales interactúa en el

cumplimiento de sus objetivos y obliga a una visión sustentable de los procesos productivos. La RSE es uno de los más importantes temas de trabajo en el campo de la gestión de las organizaciones empresariales. En los últimos cincuenta años, la RSE ha pasado de ser considerada una dudosa y subversiva idea, a uno de los promisorios campos de investigación para la comunidad de administradores y economistas en la actualidad, así como un elemento que favorece la competitividad y el crecimiento económico de las empresas y de los países.

La revisión permitió identificar investigaciones que pretenden medir el impacto, micro y/o macroeconómico, de las prácticas y/o acciones en RSE que desarrollan las organizaciones empresariales. En ese sentido, los efectos económicos se relacionan con los diversos grupos de interés en la medida en que afectan o son afectados. Así pues, los efectos microeconómicos se reflejan en fidelización de los clientes, convocatoria a inversionistas responsables, mejora de la imagen y percepción de la organización como un buen ciudadano corporativo, y atracción de mejor talento humano. Los efectos macroeconómicos se coligan con la competitividad agregada en la medida en que genera nuevos motores de demanda, reducen costos al asumir políticas para hacer un uso sustentable de los recursos, y generan desarrollo local y crecimiento económico.

En resumen, la RSE favorece las condiciones de competitividad y de perdurabilidad de las organizaciones empresariales. La empresa forma parte del sistema social, por tanto, su éxito consiste en ser percibida de una manera legítima, como un ciudadano consciente y respetuoso, por los demás integrantes de la sociedad. En ese escenario, enmarcarse en parámetros de comportamiento socialmente responsable es una tendencia cada vez más determinante en las

relaciones entre las organizaciones empresariales y los diversos grupos de interés con los que ellas se relacionan. De allí que el primer trayecto reafirma la intuición: existe relación positiva entre RSE y competitividad.

REFERENCIAS

ALTZELAI, Igone y TERRADILLOS, Edurne (2012). La responsabilidad social empresarial y la competitividad de las empresas a nivel internacional. Especial referencia a los grupos de empresas cooperativas. **En:** Oñati Socio-Legal Series, v. 2, n. 2 (2012) – Cooperatives and Collective Enterprise in the Social Economy. Pp. (1 -23). <http://ssrn.com/abstract=2033690>

ARIAS, Andrés (2010). De la responsabilidad social empresarial a la responsabilidad organizacional ambiental: aproximación a una ambientalización del pensamiento administrativo. **En:** Revista Gestión y Región, número 10.

ÁVILA B. H. (2006). Los métodos de investigación social. <http://www.eumed.net/libros/2006c/203/2c.htm>

BESTRATÉN B., M, Pujol S., (2005). La Responsabilidad Social de las Empresas: conceptos generales, (I y II). Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, Centro Nacional de Condiciones de Trabajo. [www.mtas.es/inst./ntp/ntp_643.htm].

LEÓN, Fatima (2008). 1. La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. **En:** Visión Gerencial. Año 7 N°1 Enero – Junio (2008) Pp. 83-95.

LÓPEZ, Alejandra; CONTRERAS, Ricardo y MOLINA, Rubén (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad

- en el sector alimentario. **En:** Cuadernos de Administración Bogotá (Colombia), 24 (43): 261-283, julio-diciembre de 2011
- MORENO, J. 2004. Responsabilidad Social Corporativa y Competitividad: una visión desde la empresa. **En:** R.V.E.H. N° 12 - III/2004. (8 -49)
- MUÑOZ, Juan (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). **En:** Globalización, competitividad y gobernabilidad. (7, 3). pp: 76-88. Septiembre-Diciembre 2013
- NAVARRO, José y GONZALEZ, José (2006) Responsabilidad social corporativa y crecimiento económico. **En:** Estudios de Economía aplicada. (24-2) 2006. Pp. 723-749.
- NOGUERA, Patricia (2007a). De los paradigmas a los Enigmas: Aportes del Pensamiento Ambiental Complejo a la Administración. Encuentro de Filosofía, Teoría y Educación en Administración. Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.
- NOGUERA, Patricia (2007b). El paso del sujeto/ objeto al bucle-red-trama de vida. Disolución de la epistemología moderna y emergencia de la filosofía ambiental, **En:** Hojas de sol en la Victoria Regia. Edigráficas. Manizales.
- NOGUERA, Patricia (2009). De los rostros del desarrollo al reencantamiento del mundo de la vida. Descolonización de los discursos del Desarrollo a partir de la Metáfora de La Caverna. No publicado
- NUÑEZ, Georgina (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. CEPAL – GTZ. Serie Medio Ambiente y Desarrollo N° 72. Santiago, 2003.
- OLCESE, Aldo; RODRÍGUEZ, Miguel y ALFARO, Juan (2008). Manual de la empresa responsable y sostenible. España: McGraw Hill/ Interamericana de España, S.A.U. 360p.
- PERDOMO, Jesús y ESCOBAR, Alfonso (2011). La investigación en rse: una revisión desde el *management*. Cuadernos de. Administración. Bogotá (Colombia), 24 (43): 193-219, julio-diciembre de 2011
- PNUD (2007). Informe sobre Desarrollo Humano 2007- 2008: la lucha contra el cambio climático: Solidaridad frente a un mundo dividido. Madrid.
- PNUMA (2006). Manifiesto por la vida. México, D.F.
- PORTER, Michael y KRAMER, Mark (2006). Estrategia y sociedad. El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. Revista Harvard Business Review. Vol. 84 N° 12
- PORTER, Michael y KRAMER, Mark. (2011). La creación de valor compartido. **En:** Harvard Business Review América Latina.
- VICENTE, Azucena; RUÍZ, Maite; TAMAYO, Unai & BALDERAS, Adela (2004). Compatibilidad entre responsabilidad social corporativa y competitividad: estado de la cuestión en el ámbito internacional. Bilbao: Instituto de Economía aplicada a la empresa UPV/EHV. 127p.
- TAMAYO, Mario (1999). La investigación. Serie Aprender a investigar. ICFES. Santa fe de Bogotá.