

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ¿CUÁL HA SIDO SU CAMINO?

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como disciplina, ha seguido un camino que refleja las tensiones y cambios sociales. Desde sus primeros debates en los años cincuenta, en los que se proponía como una manera de alinear las operaciones empresariales con los intereses sociales, comenzó su consolidación. En los años setenta, marcados por las tensiones de la Guerra Fría, surgieron temores sobre su uso y la colectivización de las decisiones económicas si las empresas se involucraban en cuestiones sociales. Así, se fortaleció un enfoque de gestión que buscó maximizar los beneficios económicos, priorizando los intereses empresariales, aunque ya comenzaba a hablarse de responsabilidad económica, legal y ética.

Esto marcó un punto de inflexión en la disciplina, surgiendo a mediados de los ochenta la teoría de los *stakeholders*, que planteó que las empresas no solo deben responder a los intereses de los accionistas, sino también a los de otros grupos de interés. Este enfoque intentó desplazar la visión exclusivamente financiera al incluir a múltiples actores en la toma de decisiones empresariales. Sin embargo, aunque representó un avance hacia una perspectiva más integradora, no logró mover completamente a la empresa del centro, ya que las decisiones seguían guiadas por intereses económicos.

A comienzos de los noventa, se presentó la Pirámide de la RSE, que visualizaba las responsabilidades de manera jerárquica, colocando como base la responsabilidad económica, reflejando nuevamente la prioridad otorgada a la viabilidad financiera. Los avances tecnológicos y la globalización de la década le dieron un nuevo impulso a la RSE. Este período vio un aumento en la importancia de las estrategias de sostenibilidad como respuesta a la presión de los consumidores y las organizaciones no gubernamentales. Las empresas comenzaron a adoptar prácticas de reporte y transparencia para monitorear sus acciones en materia social y ambiental. Este período también marcó un cambio importante con la adopción de marcos internacionales, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que promovió principios éticos y sostenibles en las actividades empresariales. Posteriormente, surgió el concepto de Valor Compartido, que buscó conectar los objetivos sociales con la ventaja competitiva. Esta propuesta intentaba integrar los desafíos sociales en el núcleo estratégico de las empresas, argumentando que abordar problemas como la pobreza o la sostenibilidad podría generar oportunidades de negocio. Al igual que los aportes anteriores, este enfoque ha sido criticado por mantener a la empresa como el actor central, evaluando las iniciativas sociales principalmente en función de su rentabilidad.

En las décadas recientes, las discusiones sobre la autenticidad de la RSE cobraron fuerza. El concepto de "desacople", entendido como la brecha entre lo que las empresas declaran en sus compromisos de RSE y las acciones concretas que efectivamente realizan, expuso las limitaciones de muchas iniciativas empresariales. Se habla del utilitarismo de la RSE, cuando es empleada más como una herramienta de marketing que como un compromiso genuino con el desarrollo sostenible, siendo cuestionada su aplicabilidad.

En las últimas décadas, la RSE ha enfrentado nuevos desafíos y oportunidades. Las crecientes demandas de transparencia, justicia social y sostenibilidad han obligado a las empresas a replantear sus prácticas. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas establecieron un marco global para alinear las actividades empresariales con las necesidades de un mundo más justo y sostenible. Este contexto ha generado un renovado interés por construir una RSE que no solo equilibre los intereses económicos y sociales, sino que también priorice el bienestar colectivo.

La RSE se instaló como un elemento clave en las estrategias corporativas, siendo vista como una gran oportunidad, pero las críticas a su enfoque utilitarista han aumentado, subrayando la necesidad de un cambio profundo.

A mitad de esta década, y en un mundo cada vez más consciente de los problemas sociales y ambientales, las empresas tienen la posibilidad de liderar el cambio hacia un modelo de desarrollo más justo y sostenible. La construcción de una RSE auténtica y transformadora depende de la capacidad de las empresas y la sociedad para trabajar juntas en la creación de un futuro más equitativo que deje atrás su uso utilitarista y se comience a centrar en el desarrollo humano. Este llamado a la acción no solo invita a las empresas a repensar su papel, sino también a la comunidad académica y a los líderes sociales a contribuir con ideas y herramientas que permitan alcanzar este objetivo. La RSE puede convertirse en más que una estrategia; puede ser un motor para construir una sociedad donde el desarrollo humano y los intereses empresariales encuentren un equilibrio que aporte a construir una mejor sociedad.

MARIO MORALES PARRAGUÉ
Universidad de Lleida, España

LUIS ARAYA-CASTILLO
Universidad Adolfo Ibáñez, Chile

FIDEL MOLINA-LUQUE
Universidad de Lleida, España