

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

Un enfoque teórico sobre la responsabilidad social empresarial y su origen

Trabajo de Investigación para obtener el Grado Académico de Bachiller en Administración y
Negocios Internacionales

Autor:

Liz Yesenia Bautista Urquía
Flor de María Irrazabal Huaman

Asesor:

Mg. Ricardo Elias Jarama Soto

Lima, Julio del 2021

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Mg.Ricardo Elias Jarama Soto, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Un enfoque teórico sobre la responsabilidad social empresarial y su origen”** constituye la memoria que presenta el los estudiante(es) Liz Yesenia Bautista Urquía y Diana Flor de María Irrazabal Huaman para obtener el Grado Académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales, cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 29 días del mes de septiembre del año 2021.



Mg.Ricardo Elias Jarama Soto

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a 13 días del mes de julio del año 2021 siendo las 15:45 horas, se reunieron en la Sala Virtual Zoom, de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del jurado: Mtra. Danny Lita Alomía Lozano, el secretario: Mg. Alcides Alberto Flores Saenz y el miembro: Mg. Guido Angelo Huapaya Fernández y el asesor Dr. Ricardo Elías Jarama Soto con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de investigación titulado: "Un enfoque teórico sobre la responsabilidad social empresarial y su origen" de los estudiantes: a) Bautista Urquía, Liz Yesenia b) Irrazabal Huaman Diana Flor de María conducente a la obtención del grado académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales.

El Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el (la) / (los) (las) candidato (a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado. Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Liz Yesenia Bautista Urquía


CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	14	Catorce	Aceptable	Bueno

Candidato (b): Diana Flor de María Irrazabal Huaman

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	14	Catorce	Aceptable	Bueno

Finalmente, el Presidente del jurado invitó a los (las) / (al) (a la) candidato (a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente



Secretario

Miembro

Candidato/a (a)

Candidato/a (b)

Candidato/a (c)

Un enfoque teórico sobre la responsabilidad social empresarial y su origen

A theoretical approach on corporate social responsibility and its origin

Liz Yesenia Bautista Urquía^{a 1}, Diana Flor de María Irrazabal Huaman^b

^{ab} *Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Perú*

Resumen

El propósito del artículo es realizar una revisión teórica sobre la responsabilidad social empresarial a través del desarrollo de su origen y modelo teórico; asimismo describir el tratamiento teórico de sus dimensiones. La evolución teórica de la responsabilidad social empresarial empieza vinculándose con la filantropía, caracterizada por acciones de caridad; después se interpretó como obligaciones legales y acciones éticas; posteriormente representada como responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas y luego se benefició a los grupos de interés. Uno de los modelos teóricos que defienden la responsabilidad social empresarial es propuesto por Carroll que establece la incorporación de la responsabilidad económica, jurídica, ética y discrecional del desempeño empresarial de manera integral y aborda las obligaciones así se consiga una performance social con la finalidad de integrar las responsabilidades sociales de la empresa. La responsabilidad social empresarial se concibe como una acción corporativa que promueve los beneficios a sus grupos de interés, al medio ambiente y a la sociedad. Por otra parte, las dimensiones como responsabilidad económica se basan en la producción y venta de bienes y servicios que los consumidores necesitan; la responsabilidad legal se basa en el cumplimiento de la ley; la responsabilidad ética se basa en un código de hacer lo correcto y la filantrópica basada en la realización de acciones voluntarias empresariales. Por ende, la importancia de este artículo teórico radica en establecer y conceptualizar la responsabilidad social empresarial desde su origen, modelo y dimensiones así facilitar la realización de futuros trabajos teóricos del mismo tema.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial; económica; legal; ética; filantrópica

Abstrac

The purpose of this article is to provide a theoretical review of corporate social responsibility through the development of its origin and theoretical model, as well as to describe the theoretical treatment of its dimensions. The theoretical evolution of corporate social responsibility begins by linking it to philanthropy, characterized by charitable actions; then it was interpreted as legal obligations and ethical actions; later represented as economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities, and then later as benefiting stakeholders. One of the theoretical models that defend corporate social responsibility is proposed by Carroll, which establishes the incorporation of economic, legal, ethical and discretionary responsibility of corporate performance in an integral manner and addresses the obligations so as to achieve social performance with the purpose of integrating the social responsibilities of the company. Corporate social responsibility is conceived as a corporate action that promotes benefits to its stakeholders, the environment and society. On the other hand, dimensions such as economic responsibility are based on the production and sale of goods and services that consumers need; legal responsibility is based on compliance with the law; ethical responsibility is based on a code of doing the right thing; and philanthropic responsibility is based on corporate voluntary actions. Therefore, the importance of this theoretical article lies in establishing and conceptualizing corporate social responsibility from its origin, model and dimensions in order to facilitate future theoretical work on the same subject.

Keywords: Corporate social responsibility; economic; legal; ethical; philanthropic; social responsibility

1. Introducción

El siguiente estudio es imprescindible al notarse insuficientes actividades socialmente responsables por parte de las empresas que contribuyan con la calidad de vida de sus grupos de interés y el desarrollo económico de las sociedades (León, 2008) No obstante, la desaceleración económica está frenando los compromisos de la responsabilidad social en la medida en que las empresas parecen priorizar sus responsabilidades económicas sobre las sociales y medioambientales (Dopico et al., 2013) debido al desconocimiento de políticas y normas socialmente responsables dentro de la empresa (Barroso, 2008), por lo que aún no se percibe la influencia que tiene la responsabilidad social empresarial en el comportamiento del consumidor al momento de elegir una marca en especial (Bernal et al., 2019) Por último, una mayor preocupación por el cuidado del medio ambiente y prácticas sociales éticas por parte de las empresas, permitirá que el comprador elija o no sus productos (León, 2008) incentivando la responsabilidad social en las organizaciones y permitiendo de ese modo que la sociedad mejore su calidad de vida. (Pérez et al., 2016) Según Vaca et al

¹ Liz Yesenia Bautista Urquía. Tel.: 938221611
E-mail address: lizbautista@upeu.edu.pe

(2007) menciona que la importancia de la responsabilidad social es generar una ventaja competitiva y es un elemento diferenciador que contribuye al desarrollo sostenible.

Remache et al. (2018) aborda el proceso histórico, los problemas por acciones no responsables, los factores que afectan los sentimientos del grupo empresarial y los que se oponen a la productividad. Asimismo, las ventajas de la responsabilidad social en las empresas con el fin de localizar la bibliografía relevante y sintetizar los objetivos de lo general a lo particular.

Alvarado et al. (2011) profundiza la identificación de las teorías empleadas en la literatura para el estudio de la Responsabilidad Empresarial, también presenta las clasificaciones las teorías en dos criterios : (i) la racionalidad predominante que subyace a cada una de ellas y (ii) la concepción del rol de la institución empresarial en la sociedad que defienden. Al final, busca explicar eficazmente la visión de la responsabilidad social empresarial que es generada por cada grupo de teorías.

Además, Bernal et al., (2019) menciona que se desconoce la influencia que tiene la responsabilidad social en el comportamiento de los consumidores de los servicios hoteleros de Tacna.. Por ende, busca determinar la valoración del consumidor y lo factores que influyen en su decisión de compra. Por lo cual, en su estudio aplicado a 244 clientes de los 13 hoteles tres estrellas de la ciudad de Tacna en el Perú, halló la existencia de la relación entre la responsabilidad social y el comportamiento de compra de los consumidores de los servicios hoteleros de Tacna. De la misma manera, existe relación entre las dimensiones de responsabilidad social de ámbito económico, legal, ético como filantrópico y el comportamiento de compra de los consumidores

2. Método

2.1 Acceso de datos

Se procedió a conseguir artículos sobre teoría de la variable en estudio, teniendo acceso a base de datos de información científica, como Science Direct, Redalyc, Scielo, Elsevier Scopus, Dialnet, Springer, ResearchGate y repositorios de universidades de alto prestigio.

2.2 Técnicas de búsqueda

Se empleó diferentes mecanismos de búsqueda que gestionen la información para realizar la citación y la consignación de las referencias como Mendeley.

3. Revisión de la Literatura

3.1 Origen

La evolución conceptual de la responsabilidad social empresarial está representada en una fase inicial y 3 etapas. Al comienzo, todavía no se precisaba de un concepto formal, aunque era entendida como actos filantrópicos. Más adelante, en la primera etapa desarrollada a mediados del siglo XX, a partir de los años 50, se enfatizó como obligaciones legales de las empresas con fines sociales y en 1960 se centraron en la ética y moral; para entonces, surge la responsabilidad social como el cumplimiento de la ley y la ética desde una perspectiva más allá de lo económico y legal. Posteriormente, la segunda etapa, en la década de los 70, se reconsidera el aspecto económico y la maximización de beneficios dentro del concepto. No obstante, se reafirma que va más allá de lo económico. Después, en la tercera etapa, en los años 80 y 90, se consolida como el cumplimiento de responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas, donde se relaciona e integra a sus grupos de interés y a la sociedad reconociendo el impacto de sus acciones no solo a nivel nacional sino también internacional.

Entre finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, surge frente a la resolución de conflictos de la sociedad. (Palacio, 2020) Siendo la idea de la responsabilidad social, representada como actos filantrópicos por parte de las empresas (Correa, 2007) hacia la comunidad (Molina et al., 2011) Además, la corrupción, los fraudes o los efectos ambientales, entre otros, impulsaron esta idea. (Ruiz et al., 2016)

Por la década de los 50, la sociedad enfrentaba grandes escándalos financieros. (Carroll, 1999) Entonces, Bowen en 1953 formaliza el concepto de responsabilidad social (Aguilera & Puerto, 2012 ; Ruiz et al., 2016) mencionando que son las obligaciones de establecer políticas, estrategias y tomar decisiones considerando los objetivos y valores de la sociedad. (Bowen,

1953) Más adelante, en la década de los 60, se centran en la ética (Trevino & Nelson, 1999 ; Duque et al., 2014) y la moral, mediante normas a través de alianzas entre el gobierno y las empresas. (Palacio, 2020) con un fin social más allá del interés económico (Davis, 1960) y legal. (McGuire, 1963) En ese decenio, se percibían limitaciones sociales y económicas. (Prado et al., 2004)

Por otro lado, en los años 70, resurge el interés por la responsabilidad social empresarial como obligación moral (Mozas & Puentes, 2010) a la vez que Friedman (1970) reitera que la responsabilidad del empresario no es solucionar problemas sociales; por el contrario, el sistema de libre mercado lo debe solucionar. (Duque et al., 2014) Así como, en el ámbito legal y ético, el objetivo de la empresa es maximizar sus beneficios (Carroll, 1999) monetarios y distribuirlos entre sus accionistas. (Raufflet, 2011) Más adelante, Steiner (1971) afirma que la empresa sigue siendo una entidad económica pero reafirmando que tiene responsabilidades con la sociedad. Por su parte, Davis (1973) menciona que la responsabilidad social es la consideración y respuesta que tiene la empresa y que va más allá del desempeño económico. (Bakman, 1975) Posteriormente, Carroll (1979) concluye que la responsabilidad social abarca expectativas económicas, legales y éticas que la sociedad tiene de las empresas.

Posteriormente, entre los años 80 y 90, se marcan por el enfoque en los grupos de interés. (Abreu & Badii, 2006) En particular, en el decenio de 1980, los impactos de las empresas eran globales y dejaron de ser locales por la internacionalización comercial. (Hemphill, 1999) Entonces, las empresas percibieron que sus relaciones con la sociedad eran importantes para su subsistencia. (Palacio, 2020) Por ello se procuraba contribuir de alguna manera con la mejora en la calidad de vida aumentando así la necesidad de respuesta a la exigencia de la sociedad. (Duque et al., 2014) En 1990, se entendía la responsabilidad social como la obtención de beneficios, el cumplimiento de la ley, ser éticos, y un buen ciudadano corporativo; en otras palabras, el cumplimiento de estas las responsabilidades que la empresa debe asumir ante la sociedad; (Vaca et al., 2007) las cuales se denominan económicas, legales, éticas como filantrópicas (Carroll, 1999) consideradas en el modelo tridimensional de Carroll (1979) reflejando la relación de la organización con la sociedad. (Wood, 1991)

3.2 *Modelo teórico de la responsabilidad social de Carroll*

El modelo de responsabilidad social de Carroll tiene como principio incorporar la responsabilidad económica, jurídica, ética y discrecional del desempeño empresarial de manera integral y abordar las obligaciones para que la empresa consiga una performance social con la finalidad de integrar las responsabilidades sociales de la empresa.

Según Carroll (1979) la teoría de la responsabilidad social busca que las responsabilidades económicas, legales, éticas, discrecionales deben ser acompañadas por aspectos sociales que se vinculen a las responsabilidades anteriores, de tal manera que se incorporen generando un desempeño empresarial de manera integral (Utria et al., 2017) y no secuencial en su aplicación (Mozas & Puentes, 2010)

Según Utria et al (2017) la responsabilidad social debe abordar las obligaciones y motivaciones para que una empresa consiga una performance social (Balaguer et al., 2007). Así mismo, la empresa debe asumir filosóficamente el desarrollo de la capacidad de responder socialmente. (Carroll, 1979)

La finalidad de la responsabilidad social según el modelo de Carroll tiene el propósito de integrar las responsabilidades sociales de la empresa. (Carroll, 1979) Además, debe llevar a la empresa a recibir ganancias obedeciendo la ley de manera ética y logrando ser una corporación verdaderamente responsable (Rozas, 2009)

3.3 *Responsabilidad social*

La responsabilidad social empresarial se concibe como una acción corporativa que promueve el bien social cumpliendo sus obligaciones económicas, legales, sociales y éticas, brindando beneficios a sus grupos de interés, al medio ambiente y a la sociedad.

Según McWilliams & Siegel (2001) la responsabilidad social empresarial es cada acción que promueve el bien social más allá del cumplimiento de obligaciones económicas, legales (McGuire, 1963) sociales y éticas. (Lafuente et al., 2003) Es decir, es el compromiso voluntario (Moneva & Lizcano, 2004) y consciente de cumplir integralmente considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales. (Cajiga, 2006)

Asimismo, la responsabilidad social empresarial desarrolla el bienestar de la sociedad y la sustentabilidad (Granillo & Ojeda, 2015) con el fin de minimizar o eliminar cualquier efecto dañino y maximizar su impacto beneficioso a largo plazo en la sociedad (Mohr et al., 2001) medio ambiente y grupos de interés. (Moneva & Lizcano, 2004)

3.3.1 *Responsabilidad económica*

La responsabilidad económica puede definirse como la producción y venta de bienes y servicios que los consumidores necesitan o desean con el propósito de generar ganancias en el proceso.

Según Carroll (1979) la responsabilidad social económica es entendida como la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan o desean (Rozas, 2009), asimismo deben vender productos al precio justo que la sociedad considere proporcionando los beneficios adecuados y un crecimiento de manera que retribuyan también a sus inversores. (Balaguer et al., 2007)

Aupperle et al (1985) declaran que la responsabilidad económica refleja la obligación de ser productiva y rentable, con el propósito de generar ganancias (Rozas, 2009) como retribución de su eficiencia y eficacia en el proceso de producción y venta de productos y servicios (Alvarado & Schlesinger, 2008)

3.3.2 *Responsabilidad legal*

La responsabilidad legal puede definirse como el cumplimiento de la ley, regulaciones estatales, reglas básicas según las cuales deben operar las empresas generando expectativas de la sociedad hacia que las empresas alcancen sus objetivos económicos sin dejar de lado el marco jurídico establecido.

Según Carroll (1979) la responsabilidad legal es el establecimiento de normas básicas, leyes y reglamentos bajo los cuales están operando las empresas (Rozas, 2009) para su permanencia y su validez de lo ejercido por estas mismas. (Navarro, 2016) Por otro lado, muestra la constante preocupación porque la responsabilidad económica se encuentre dentro de los límites de la ley (Aupperle et al., 1985)

Carroll (1979) señala que la sociedad también espera que las empresas cumplan la misión económica basada en los requisitos legales, cumpliendo el “contrato” social entre la empresa y la sociedad (Carroll, 1991) generando expectativas de estas mismas de que las empresas alcancen sus objetivos económicos sin dejar de lado el marco jurídico establecido (Alvarado & Schlesinger, 2008)

3.3.3 *Responsabilidad ética*

La responsabilidad ética puede definirse como un código u obligación de hacer lo correcto de tal manera que minimicen el daño a los grupos de intereses para lograr satisfacer expectativas sociales y un equilibrio aun cuando la legislación no está observando.

Rozas (2009) define la responsabilidad ética como la obligación de realizar lo correcto, justo y razonable, minimizando el daño a los grupos de intereses. También hace referencia a los códigos de valores que no necesariamente están escritos por la sociedad (Aupperle et al., 1985) y las cuales deben incurrir a través de la ética brindando protección social y ambiental (Navarro, 2016)

Según Carroll (1979) son las expectativas de la sociedad que están por encima de los requisitos legales, con respecto al comportamiento y las prácticas de la empresa. (Alvarado & Schlesinger, 2008) Por otro lado, es el equilibrio social, aun cuando la legislación no está observando (Alvarado & Schlesinger, 2008) ,es decir que respetan y priorizan las actividades que espera la sociedad, rechazando cualquier tipo de actividad en contra de la misma, aun así no se encuentra prohibida por la ley. (Rozas, 2009)

3.3.4 *Responsabilidad filantrópica o discrecional*

La responsabilidad filantrópica o también llamada discrecional se define como las acciones voluntarias de las empresas, también hace referencia a las expectativas que tiene la sociedad de que sean buenos ciudadanos.

Balaguer et al (2007) declaran que la responsabilidad social es la decisión de asumir responsabilidades impulsadas por el deseo voluntario, de tal manera que participen activamente de programas o actos para promover la buena voluntad. (Carroll, 1991) Es decir, depende de la voluntad de la empresa al contribuir o no a las causas sociales. (Navarro, 2016)

Según Alvarado & Schlesinger (2008) declaran que la responsabilidad social hace referencia a las expectativas de la sociedad donde las empresas deben ser buenos ciudadanos satisfaciendo las normas sociales mediante actividades sin ningún tipo de retribución monetaria de por medio (Navarro, 2016) debido a esto son difíciles de ser determinadas y evaluadas. (Aupperle et al., 1985)

4. Conclusión

Finalmente, después de haber realizado una aproximación teórica a la responsabilidad social empresarial están estructuradas por su origen, modelo teórico, definiciones propias de la variable, así como sus dimensiones.

En cuanto a lo abordado con anterioridad se concluye que la evolución conceptual de la responsabilidad social empresarial se construye a través de una fase inicial y 3 etapas y surge de las necesidades de la sociedad. A finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX se conocía a la responsabilidad social de las empresas como actos filantrópicos. Posteriormente, se formalizó el concepto, a mediados del siglo XX en el cual se toma en cuenta el aspecto legal y ético con un fin social; e incluso más adelante, reconsideran esto más allá de lo económico y legal. Posteriormente, en el decenio de los años 70, se revive y se vuelve a considerar el aspecto económico y la maximización de beneficios. No obstante, se reafirma que va más allá de lo económico y legal. Ya en los años 80 y 90, tomando en consideración a los grupos de interés y se abarca los aspectos considerados años atrás.

Dentro de los diferentes modelos teóricos de la responsabilidad social la propuesta de Carroll incorpora la responsabilidad económica, jurídica, ética y discrecional del desempeño empresarial de manera integral y aborda las obligaciones para que la empresa consiga una performance social con la finalidad de integrar las responsabilidades sociales de la empresa.

Una aproximación al concepto de la responsabilidad social se concibe como una acción corporativa que promueve el bien social cumpliendo sus obligaciones económicas, legales, sociales y éticas, brindando beneficios a sus grupos de interés, al medio ambiente y a la sociedad.

Después se definió las dimensiones de la responsabilidad social. La dimensión económica se define como la producción y venta de bienes y servicios que los consumidores necesitan o desean con el propósito de generar ganancias en el proceso. La dimensión legal se logra definir como el cumplimiento de la ley, regulaciones estatales, reglas básicas según las cuales deben operar las empresas generando expectativas de la sociedad hacia que las empresas alcancen sus objetivos económicos sin dejar de lado el marco jurídico establecido. La dimensión ética puede definirse como códigos u obligaciones de hacer lo correcto de tal manera que minimicen el daño a los grupos de intereses, para lograr un equilibrio y buenas expectativas sociales, aun cuando la legislación no está observando. Por último, la dimensión filantrópica o también llamada discrecional se define como las acciones voluntarias de las empresas, también hace referencia a las expectativas que tiene la sociedad de que sean buenos ciudadanos.

Referencias

- Abreu, J., & Badii, M. (2006). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. *International Journal of Good Conscience*, 2(1), 54–70. www.daenajournal.org
- Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, 32, 1–26. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci_arttext&tlng=en
- Alvarado, A., Bigné, E., & Currás, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 115–137. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v27n118/v27n118a07.pdf>
- Alvarado, A., & Schlesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: Una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37–59. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(08\)70043-3](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(08)70043-3)
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28(2), 446–463. <https://doi.org/10.5465/256210>
- Bakman, J. (1975). *Social Responsibility and Accountability*. University Espress.
- Balaguer, M., Fernández, M., & Muñoz, M. (2007). La responsabilidad social de la empresa: Relaciones entre la performance social, financiera y bursátil. In *Generalitat Valenciana* (1st ed.). https://www.researchgate.net/publication/311717331_La_Responsabilidad_Social_de_la_Empresa_relaciones_entre_la_Performance_Social_Financiera_y_Bursatil
- Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 226, 73–91. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2008.638>
- Bernal, J., Rossi, E., & Navarrete, M. (2019). Responsabilidad social empresarial de los servicios hoteleros: Valoración de los consumidores. *Revista Academia & Negocios*, 4(2), 107–114. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6750265>
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman* (J. Pascal & P. Geoffrey (eds.)). University of Iowa Press, Iowa City. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=ALIPAWAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Bowen,+H.+R.,+\(1953\),+Social+Responsibilities+of+the+](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=ALIPAWAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Bowen,+H.+R.,+(1953),+Social+Responsibilities+of+the+)

- Businessman.+New+York:+Harper+%26+Row&ots=db3bWfulvl&sig=UmpsAcuXUXg7vm-pIE5Pk8-crWk#v=onepage&q&f=false
- Cajiga, J. (2006). El concepto de responsabilidad social empresarial. *Centro Mexicano de Filantropía*, 14, 7–8. https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Carroll, A. (1979). Un modelo conceptual tridimensional del desempeño corporativo. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 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). Responsabilidad social empresarial: Evolución de un constructo definitorio. *Empresas y Sociedad*, 38(3), 268–295. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500001>
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10(20), 87–102. https://www.researchgate.net/publication/46564087_Evolucion_historica_de_los_conceptos_de_responsabilidad_social_empresaial_y_balance_social
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70–76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312–322.
- Dopico, A., Rodríguez, R., & Gonzalez, E. (2013). Valoración de la rsc por el consumidor y medición de su efecto sobre las compras. *Revista de Administração de Empresas*, 54(1), 39–52. <https://www.scielo.br/pdf/rae/v54n1/a05v54n1.pdf>
- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (2014). leer 5 Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196–206. <https://doi.org/10.25100/cdea.v29i50.55>
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. In R. K. Zimmerli W.C., Holzinger M. (Ed.), *The New York Times Magazine* (Corporate). The New York Times Company. https://doi.org/10.1007/978-3-540-70818-6_14
- Granillo, L., & Ojeda, J. (2015). ISO 26000, la norma para la sustentabilidad de las pymes. *Revista Coepes*, 1–9. https://www.researchgate.net/publication/315799103_ISO_26000_la_norma_para_la_sustentabilidad_de_las_pymes
- Hemphill, T. (1999). The New Meaning of Corporate Social Responsibility: A Reply to Reich. *California Management Review*, 42(1), 192–194. <https://doi.org/10.2307/41165930>
- Lafuente, A., Viñuales, V., Pueyo, R., & Llaría, J. (2003). Responsabilidad social corporativa y políticas públicas. In 1st (Ed.), *Fundación Alternativas* (Fundación). Fundación Alternativas. https://www.researchgate.net/publication/237638910_Responsabilidad_Social_Corporativa_y_Políticas_Publicas
- León, F. (2008). La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. *Revista Visión Gerencial*, 1, 83–95. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545878013.pdf>
- McGuire, J. (1963). Business and society. In *Mc Graw Hill*. Mc Graw Hill. https://openlibrary.org/books/OL5881826M/Business_and_society
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4011987>
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45–72. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x>
- Molina, V., Quesada, J. M., & Ruiz, I. (2011). Contexto de evolución conceptual de la rsc en Colombia. Propuesta de un sistema econométrico de medición de índices de rsc en las pymes colombianas. *Saber, Ciencia y Libertad*, 6(2), 19–33. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2011v6n2.1775>
- Moneva, J., & Lizcano, J. (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. *Revista de La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 68, 1–40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1048659>
- Mozas, A., & Puentes, R. (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *Revista de Estudios Cooperativos*, 103, 75–100.
- Navarro, L. (2016). La responsabilidad social empresarial: Teorías que fundamentan su aplicabilidad en Venezuela. *Sapientia Organizacional*, 3(6), 167–186.
- Palacio, A. (2020). Responsabilidad social empresarial : evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(15), 75–85.
- Pérez, M., Espinoza, C., & Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Científica Universidad y Sociedad*, 8(3), 169–178. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n3/rus23316.pdf>
- Prado, A., Flores, J., Pratt, L., & Ogliastris, E. (2004). Marco lógico y conceptual del modelo de responsabilidad social empresarial para Costa Rica. *CLACDS, March 2016*, 1–57.
- Raufflet, E. (2011). Responsabilidad corporativa y desarrollo sostenible: una perspectiva histórica y conceptual. *Cuadernos de Administración*, 26(43), 23–32. <https://doi.org/10.25100/cdea.v26i43.422>
- Remache, M., Villacis, S. I., & Guayta, N. (2018). La responsabilidad social empresarial vista desde un enfoque teórico. *Dominio de Las Ciencias*, 4(1), 550–568. <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.1.enero.550-568URL:http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/indexhttp://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/indexCienciaeconómicasyempresarial>
- Rozas, A. (2009). La responsabilidad social de las empresas. *Quipukamayoc*, 16(31), 121–133. <https://doi.org/10.15381/quipu.v16i31.5212>
- Ruiz, E., Gago, M., García, C., & López, S. (2016). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Mc Graw Hill Education.
- Steiner, G. (1971). *Business and society*. (1st ed.). Random House.
- Trevino, L., & Nelson, K. (1999). *Managing business ethics. Straight talk about how to do it right*. (Wiley (ed.); 2nd ed.). Wiley, New York. <https://www.amazon.com/Managing-Business-Ethics-Straight-About/dp/0471246522>
- Utria, L., De La Espriella, L., & Cásseres, M. (2017). Análisis de la evolución teórica de la responsabilidad social empresarial. *Gerencia Libre*, 3, 15–24.
- Vaca, R., Moreno, M., & Riquel, F. (2007). Análisis de la responsabilidad social coporativa desde tres enfoques: Stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. *Conocimiento Innovación y Emprendedores Camino Al Futuro*, 3130–3143. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2234835>
- Wood, D. (1991). Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, 16(4), 691–718. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_8