

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: EVOLUCIÓN DEL TÉRMINO DESDE 1953 HASTA LA ACTUALIDAD



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: EVOLUTION OF THE TERM FROM 1953 TO PRESENT

Rodríguez B., Víctor M.; Massoud, Hayat; Vergara Quintero, Alex Iván

 **Víctor M. Rodríguez B.**
teknikas@hotmail.com
Universidad de Panamá, Panamá

 **Hayat Massoud**
hayat.massoud@gmail.com
Universidad de Panamá, Panamá

 **Alex Iván Vergara Quintero**
alex.vergara@up.ac.pa
Universidad de Panamá, Panamá

Revista Saber es APUDEP
Universidad de Panamá, Panamá
ISSN-e: 2953-321X
Periodicidad: Semestral
vol. 6, núm. 2, 2023
revistasaber esapudep@gmail.com

Recepción: 31 Enero 2023
Aprobación: 20 Marzo 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/223/2234308010/>

DOI: <https://doi.org/10.48204/j.saber es.v6n2.a4082>

Resumen: Howard Bowen es considerado el padre de la responsabilidad social empresarial, debido a que la publicación en 1953 de su obra *Social Responsibilities of the Businessmen* inició una nueva era en la que se debatiría entre los círculos académicos sobre este postulado y las obligaciones que los empresarios deberían asumir ante la sociedad. Según Bowen, las empresas constituyen fuerzas poderosas y sus acciones influyen en la vida de la sociedad. Desde entonces el tema ha cobrado especial importancia y, en las últimas décadas, proporcionar una definición de responsabilidad social empresarial que satisfaga a todos los interesados resulta una asignación muy difícil, debido a que involucra una variedad de aspectos que pertenecen tanto a los contextos internos como externos de la organización. Para comprender mejor de dónde procede esta conciencia corporativa, el objetivo del artículo es examinar la evolución del término desde sus inicios formales en 1953 hasta la actualidad. El estudio documental se situó en el paradigma constructivista, ya que asumió hechos históricos complejos renunciando a lo absoluto, al reconocer que la dinámica imperante es la del cambio; esta representación solo es posible dentro de un proceso cualitativo, ya que este tipo de investigaciones se basan más en la lógica y el proceso inductivo. Se expone brevemente desde su surgimiento en 1953, en un estudio longitudinal de tendencia que muestra su evolución y, posteriormente, profundiza a través del punto de vista de diversos autores e instituciones que han surgido hasta el año 2019.

Palabras clave: administración, responsabilidad social empresarial, responsabilidad social corporativa, prácticas socialmente responsables.

Abstract: Howard Bowen is considered the father of corporate social responsibility, because the publication in 1953 of his work *Social Responsibilities of the Businessmen* initiated a new era in which this postulate and the obligations that businessmen should be debated among academic circles. assume to society. According to Bowen, companies are powerful forces, and their actions influence the life of society. Since then, the subject has gained special importance and, in the last decades, providing a definition of corporate social responsibility that satisfies all stakeholders is a very difficult assignment, because it involves a variety of aspects that pertain to both internal and corporate contexts. external to the organization. To better understand

where this corporate consciousness comes from, the aim of the article is to examine the evolution of the term from its formal beginnings in 1953 to the present day. The documentary study was in the constructivist paradigm, since it assumed complex historical facts, renouncing the absolute, recognizing that the prevailing dynamic is that of change; This representation is only possible within a qualitative process, since this type of research is based more on logic and the inductive process. It is briefly exposed since its emergence in 1953, in a longitudinal trend study that shows its evolution and, subsequently, deepens through the point of view of various authors and institutions that have emerged up to the year 2019.

Keywords: administration, corporate social responsibility, corporate social responsibility.

INTRODUCCIÓN

Al referirse a los empresarios, Adam Smith (1723-1790) decía que estos, al perseguir su propio interés, a menudo promovían los de la sociedad más efectivamente que cuando realmente pretendían hacerlo, y que nunca se había sabido que quienes pregonaban hacer negocios para el bien público, hubiesen hecho mucho bien (Smith, 1776). De acuerdo con este planteamiento, se percibe que ya desde el siglo XVIII, los empresarios y sus buenas intenciones eran observados con recelo por algunos, debido a que se consideraba que los mismos actuaban en función de sus propios intereses, y que la filosofía de negocios imperante en aquel entonces los invitaba a preocuparse solo por sus actividades lucrativas, haciendo que cualquier externalidad positiva resultante de sus acciones fuese producto de la espontaneidad.

Con el transcurso de los años, el capitalismo fue evolucionando y dando paso a otras filosofías de negocios, según las cuales el empresario no solamente podía, sino que también debía participar activa y deliberadamente en la construcción de una sociedad más justa y equilibrada, abriendo el compás a la idea de cierta responsabilidad social por parte de los empresarios. El término de responsabilidad social empresarial fue acuñado por Howard Rothmann Bowen (Carroll, 1999), quien en 1953 publicó la obra *Social Responsibilities of the Businessmen* (Responsabilidades sociales del hombre de negocios), estableciendo las bases de lo que hoy se conoce como responsabilidad social empresarial. En esta obra, Bowen (1908-1989) señaló que las empresas constituyen fuerzas poderosas y que sus acciones influyen en la vida de la sociedad; no obstante, no tardó mucho para que sus ideas tuvieran que enfrentarse a detractores. En 1958, Theodore Levitt (1925-2006) publicó el artículo *The Dangers of Social Responsibility* (Los peligros de la responsabilidad social), manifestando su total oposición (Levitt, 1958).

Paulatinamente, el planteamiento de Bowen se ha encontrado con diversos opositores y defensores, entre los cuales están Paul Samuelson (1915-2009) y Milton Friedman (1912-2006), ambos galardonados con el Premio Nobel de Ciencias Económicas en 1970 y 1976, respectivamente. En 1970, Friedman publicó en el *New York Times* el artículo intitulado 'La responsabilidad de las empresas es maximizar beneficios', donde señalaba que las actividades de responsabilidad social empresarial eran totalmente ajenas a la naturaleza de las organizaciones empresariales en las economías de mercado, mientras que en 1971 Samuelson escribió en el *Mountain Bell Magazine*, que lo mejor que una empresa puede hacer es dedicarse a una causa social.

De Bowen, Levitt, Friedman y Samuelson sobre el papel de la responsabilidad social empresarial en las economías de mercado, se desprende que no todos los teóricos han concordado con la idea de que las empresas se dediquen a actividades de responsabilidad social. En efecto, mientras que Bowen consideraba esta acción como algo positivo y beneficioso para la sociedad, Levitt la visualizaba como una función ajena al mundo de

los negocios en las economías de mercado. Lo mismo ocurre con Friedman y Samuelson. Friedman percibía la responsabilidad social empresarial como ajena a la naturaleza del sistema capitalista, mientras que Samuelson la veía como lo mejor que una empresa podía hacer.

Desde sus inicios, este debate no se ha detenido, aunque en las últimas décadas ha ido tomando fuerza. Al respecto, Pérez-Aranda Canela (2016, citado por Valenzuela, Jara y Villegas, 2015), señala que “es un tema que ha cobrado especial importancia en las últimas décadas [...] cuyo objetivo fundamental es establecer patrones en donde las empresas divulguen información respecto a las prácticas en temas relacionados a la RSE” (p. 330). Por eso, para comprender mejor de dónde procede esta conciencia corporativa (Frynas & Yamahaki, 2016), el objetivo de la presente investigación es examinar la evolución del término ‘responsabilidad social empresarial’ desde sus inicios formales en 1953 hasta la actualidad.

MÉTODOS

El estudio documental se situó en el paradigma constructivista, ya que asumió hechos históricos complejos renunciando a lo absoluto, al reconocer que la dinámica imperante es la del cambio; este paradigma “marca su apareamiento en la búsqueda de contrastar las disciplinas naturales o exactas con las de tipo social; siendo las ciencias cuestionadas, posibilitadas de almacenar el conocimiento y aplicar métodos investigativos experimentales” (Gergen, 2007, citado por Ramos, 2015, p. 14). Esta representación solo es posible dentro de un proceso cualitativo, ya que este tipo de investigaciones “se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 8).

Este concepto forma parte fundamental al describir la evolución del término de responsabilidad social empresarial desde su surgimiento en 1953, para arribar a perspectivas teóricas sobre el desarrollo hasta la actualidad. Corbetta (2003, citado por Hernández, Fernández y Baptista, 2014) indica que “la aproximación cualitativa evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación de la realidad”, mientras que para Packer (2013) “la investigación cualitativa sirve para la ontología histórica” (p. 7), enunciado que resultó válido en esta instancia debido a que se analizaron la concepción y los cambios de la responsabilidad social empresarial desde su surgimiento hasta el año 2019, en un estudio longitudinal de tendencia, y que consistió en examinar la evolución del término de responsabilidad social empresarial desde sus inicios formales en 1953 hasta la actualidad, permitiendo comprender los orígenes desde su acuñación por Howard Rothmann Bowen en 1953 y, posteriormente, se fue profundizando en su evolución a través de la investigación de los diversos puntos de vista de autores e instituciones que han surgido hasta el año 2019.

RESULTADOS

Howard Bowen es considerado el padre de la responsabilidad social empresarial debido a que, con la publicación de su obra *Social Responsibilities of the Businessmen*, inició una nueva era en la cual se debatiría entre los círculos académicos sobre este postulado y las obligaciones que los empresarios deberían asumir ante la sociedad. Precisamente por ello, y por ser el acuñador del término, se asumirá 1953 (año de la publicación de su obra) como punto de referencia y partida para los efectos investigativos del presente estudio.

Bowen señaló que las empresas constituyen fuerzas poderosas y que sus acciones influyen en la vida de la sociedad. Para su análisis, partió de tres preguntas básicas acerca del papel que le correspondía desempeñar a los empresarios en una economía de libre mercado, ya que la libertad con la cual estos seleccionaban sus cursos de acción afectaba a la sociedad en su conjunto.

Al examinar las tres preguntas de las cuales partió Bowen (¿qué responsabilidades deben asumir los hombres de empresa para/con la sociedad? ¿qué beneficios tangibles se deben esperar de las actuaciones de

los empresarios en la vida empresarial? ¿qué medidas deben tomarse para que las decisiones empresariales tengan una amplia influencia social?), se puede apreciar cuál fue la base de su razonamiento para arribar a la definición de responsabilidad social empresarial que presentó en 1953. Estas aún siguen vigentes en la actualidad, debido a que son las preguntas a las que habría que darle respuestas concretas, si es que se desea lograr una definición aceptada universalmente.

Bowen definió la Responsabilidad Social Empresarial como “las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad” (1953, p .6). De ello se desprende su consideración de que los empresarios, más que el deber, tienen la obligación de seleccionar cursos de acción alternativos que, además de tomar en cuenta los intereses propios, también velen por los de la colectividad en general. En su obra, señalaba que si las empresas aceptaban voluntariamente los principios que rigen la responsabilidad social empresarial, se constituirían en un elemento fundamental para disminuir los problemas económicos. Esta se ha convertido en parte integral del nuevo tipo de gestión empresarial imperante, no obstante, si existe alguna limitante que complique su abordaje y comprensión, es la falta de consenso universal acerca de su significado, donde “la principal dificultad a la que se enfrenta la investigación sobre las relaciones empresa y sociedad es la falta de un acuerdo sobre la definición del alcance de la RSE y sobre los sistemas de evaluación y medida de las políticas y la conducta social de las empresas” (Perdiguero, 2003, p. 158).

Proporcionar una definición de responsabilidad social empresarial que satisfaga a todos los interesados resulta una asignación muy difícil, debido a que involucra una variedad de aspectos que pertenecen tanto a los contextos internos como externos de la organización, ya que cuando se aborda se hace referencia al papel que asumen las organizaciones empresariales al momento de hacer frente a sus *stakeholders* y a los múltiples intereses que estos abrigan.

Definiciones más resaltantes sobre el término responsabilidad social empresarial

Como se indicó anteriormente, son múltiples las definiciones que existen en la actualidad; no obstante, hay algunas que, por haber sido propuestas por organismos y autores relevantes, gozan de mayor aceptación. A continuación, se presentan y analizan varias de estas definiciones, con el objetivo de encontrar patrones en común que faciliten la comprensión del concepto.

La Organización Mundial del Trabajo (OIT): entre las definiciones asumidas por las entidades con más renombre a nivel mundial, se encuentra la que presenta la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que la especifica como

la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley. (OIT, 2012, párr. 1)

Al analizarla, se percibe que este organismo mundial considera que las empresas que practican la responsabilidad social empresarial reconocen que sus actividades generan externalidades que impactan el desarrollo de la sociedad, y que las mismas deben basarse en un conjunto de principios y valores que las guíen al establecer sus procesos internos y sus relaciones con el resto de la comunidad. Otro concepto que se desprende del examen de la definición que proporciona la OIT, es que para que las acciones de responsabilidad social empresarial puedan considerarse como tal, se requiere que se manifiesten como resultado de la total voluntariedad de las empresas, y no de ningún tipo de carga legal impuesta por el Estado.

Definición de la Comisión Europea: otra definición que goza de aceptación internacional es la encontrada en el Libro Verde de la Unión Europea (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001), donde aparece como “esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (p. 4). Se puede percibir que esta definición implica la aceptación voluntaria -no impuesta legalmente- de determinados compromisos por

parte de las empresas para lograr una sociedad mejor y que, por ende, puede incluir lo social, lo económico, lo político y lo cultural. Además, señala explícitamente que las empresas socialmente responsables deben accionarse para contribuir a mantener un medioambiente más limpio, lo que permite observar la relevancia de este último aspecto dentro de la responsabilidad social empresarial europea.

En 2011, el ente publicó una nueva propuesta de definición, señalando que implica “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2011, p. 7). Esta nueva definición, que se ha reducido a un mínimo de once palabras, deja por fuera las expresiones de voluntariedad, contribución a la construcción de una mejor sociedad o la protección del medio ambiente, siendo evidencia de su constante evolución y de que aún no se ha llegado a un consenso.

Definición del Foro de Expertos: una de las definiciones que a criterio de los autores de esta investigación resulta más completa, es la elaborada por el Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial creado el año 2005 en España por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, para abordar el tema del comportamiento socialmente responsable por parte de las empresas. La definición propuesta fue la siguiente:

La Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno, gestión, estrategia, políticas y procedimientos de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones. (Foro de Expertos en RSE, 2005, p. 7)

De acuerdo con esto, se considera como socialmente responsable a las empresas que, además de cumplir con sus obligaciones establecidas por ley, también se preocupan voluntariamente por integrar en sus procedimientos internos parámetros que tomen en cuenta los diversos intereses de sus stakeholders y asuman las consecuencias de las externalidades que surjan como resultado de sus actividades empresariales.

Organización Internacional de Estandarización (ISO 26000): conocida por sus siglas en inglés ISO, constituye un sistema de normalización internacional para productos de áreas diversas que, en su norma relacionada con la responsabilidad social (ISO 26000), ofreció una guía para el ejercicio de la responsabilidad social para todo tipo de organización pública o privada (ISO, 2010), definiendo el término como el tipo de responsabilidad que tiene “una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad” (párr. 2.18). Además de recalcar el bienestar social, incluye la necesidad de que se “tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones” (párr. 2.18). En 2010, la guía ISO-26000 redefinió el término como:

La responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, incluida la salud y el bienestar de la sociedad; teniendo en cuenta las expectativas de las partes interesadas; su conformidad con las normas internacionales de comportamiento, integrada en toda la organización y aplicada en sus relaciones en su ámbito de influencia. (Gómez Díez, 2014, p. 27)

De acuerdo con esto, las empresas que practican la responsabilidad social reconocen que sus actividades generan consecuencias tanto en la sociedad como en el medio ambiente y, por ende, deben actuar ética y transparentemente para lograr un desarrollo sostenible de la salud de los individuos y de la sociedad en general. Para ello, deben tomar en cuenta los intereses de los stakeholders, sin dejar de cumplir con las legislaciones nacionales e internacionales vigentes, integrando a cada una las partes de la organización en el proceso.

Si existe un aspecto que parece no haberse tomado en cuenta en la definición brindada por ISO 26000, es el de la voluntariedad por parte de las empresas que se dedican a las actividades de responsabilidad social, aspecto que sí se observa en las definiciones presentadas por la OIT y la Comisión Europea. Precisamente,

esta falta de concierto en la definición dificulta abordar el análisis de la responsabilidad social empresarial, de manera que satisfaga a todas las partes involucradas en el tema.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas: el Pacto Mundial de las Naciones Unidas es una iniciativa internacional que promueve la implementación de diez principios universalmente aceptados para promover el desarrollo sostenible en las áreas de los derechos humanos, las normas laborales, el medioambiente y la lucha contra la corrupción en las estrategias de negocios de las empresas, que cuenta con más de 12,500 entidades adheridas en más de 160 países y se constituye en la mayor iniciativa de responsabilidad social empresarial del mundo (Naciones Unidas, 2018).

Los diez principios básicos por los cuales se deben regir las entidades adheridas al Pacto Mundial se aglutinan en cuatro áreas de interés que se resumen en diez puntos sobre derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. De los diez principios del Pacto Mundial se puede concluir que para que las empresas sean consideradas por este organismo como entidades que cumplen con su responsabilidad social, deben cumplir con la debida observancia de aspectos muy concretos que parten de la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Principios y Derechos fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

Al procurar obtener definiciones cuyo origen se encuentre en Panamá, se encontró la propuesta por ‘Sumarse’, organismo promotor e impulsor de la responsabilidad social empresarial en el país para quien es “la visión que integra en la estrategia del negocio los resultados económicos, sociales y medioambientales para hacer sostenible y más competitiva a la organización” (Freunde Vega, 2019, p. 43). Esta definición visualiza la responsabilidad social empresarial como parte del modelo de negocios, de manera que la consecución de los aspectos sociales, económicos y ambientales se integre holísticamente en las estrategias empresariales, con el fin de lograr la sostenibilidad sin afectar la competitividad organizacional.

En el mundo académico, las definiciones de responsabilidad social empresarial son abundantes y existen tantas como autores hay, por lo que en esta investigación se presentan algunas descripciones recopiladas por Pérez-Aranda (2016), que abarcan desde la segunda mitad del siglo XX hasta el año 2014 que se resumen en:

- Obligación (Bowen, 1953; Davis y Blomstrom, 1968; Samuelson, s.f.; Jones, 1980; Frederick, 1983; Castillo, 1986; Kilcullent et al, 1999; Kok, Van der Wiele, McKenna y Brown, 2001; Maignan y Ferrell, 2004);
- Decisiones empresariales (Davis, 1960; Davis y Blomstrom, 1968; Epstein, 1987; Nieto y Fernández, 2004);
- Bienestar social (Frederick, 1960; Andrews, 1987; Murray y Vogel, 1997; Mercer, 2003);
- Preocupaciones sociales (Valor y de la Cuesta, 2003; Van Marrewijk, 2003; Alvarado, 2008; Vaaland, Heide y Grønhaug, 2008);
- Proceso estratégico (Panwar, Rinne, Hansen y Juslin, 2006; Alvarado, 2008; Lee y Qu, 2011; Dópico, 2014).

Queda claro que existen tantas definiciones como autores pueden existir, debido a que cada uno posee su propia concepción. Si se intenta encontrar un denominador común, se podría decir que, en términos generales, todas y cada una de las definiciones presentadas reconocen que las acciones de las empresas influyen sobre las diversas aristas de la vida social y que, por ende, estas deben asumir un cúmulo de responsabilidades con el fin de construir un mundo mejor. También se podría señalar que estas definiciones incluyen aspectos éticos que involucran la idea de que las empresas deben velar por los intereses de los stakeholders que se ven afectados directa o indirectamente como resultado de su funcionamiento, aunque esto último no sea una exigencia establecida por el sistema legal vigente. Para procurar una definición que sea resultado del análisis de todas las presentadas en esta investigación, se podría concluir que la responsabilidad social empresarial es el concepto que implica que las empresas, además de dedicarse efectivamente a sus funciones tradicionales,

también deben efectuar un conjunto de acciones voluntarias en pro del desarrollo holístico y progresivo de su entorno y grupos de interés, como parte integral y transversal de sus planes estratégicos de negocios.

CONCLUSIÓN

En este punto de la investigación, se determinó que cada autor y organización a nivel nacional e internacional propone su propia definición del término, haciendo que el mismo sea considerado un constructo en plena evolución sobre el que aún no se ha llegado a consenso entre los académicos y estudiosos del tema. Como se pudo observar donde se expone el término proveniente de diversos autores, todas son diferentes, aunque puedan encontrarse ciertos parámetros comunes en algunas de estas, situación que resulta similar con respecto a las definiciones proporcionadas por las diversas organizaciones nacionales e internacionales que tratan el tema. La responsabilidad social empresarial, que en su etapa primigenia consistía en la obligación asumida por los empresarios hacia las políticas y líneas de acción deseables en términos de objetivos y valores de la sociedad, suele verse en la actualidad más como una obligación moral que tienen las organizaciones hacia el resto de la sociedad. Se vislumbra como la concreción de los efectos simbióticos producidos por la relación de carácter bidireccional existente entre la empresa y sus grupos de interés, propuesta por Freeman en 1984.

Con el objetivo de reforzar el concepto expresado de que existe una relación bidireccional de carácter simbiótico entre las empresas y su entorno, se cita a la versión de 2011 del Libro Verde de la Unión Europea, que señala que las organizaciones que se dedican a la responsabilidad social empresarial perciben beneficios en diversos aspectos. De allí se desprende la idea de que las empresas que se interesan en el desarrollo de sus comunidades logran beneficios para el resto de la sociedad, pero también para sí mismas, generando una relación de tipo simbiótico entre las partes participantes. Por ende, se puede inducir que el término ha ido evolucionando con el paso de los años para ser visto desde una perspectiva empresarial que contribuye a que las empresas alcancen sus objetivos de rentabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bowen, H.R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.
- Carrol, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
- Foro de Expertos en RSE. (2005). *Informe del Foro de Expertos en responsabilidad social de las empresas*. https://observatoriosc.org/wp-content/uploads/2013/07/foroexpertos_rse_informe.pdf
- Frende Vega, M.A. (2019). *La responsabilidad social empresarial en Panamá: una mirada histórica*. Panamá: Editorial Observatorio de Responsabilidad Social de Panamá.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 1-6.
- Frynas, J. G., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: Review and roadmap of theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review*, 25(3), 258-285.
- Gómez Díez, A. (2014). *Responsabilidad social empresarial, innovación y crisis económica: análisis teórico y contraste empírico en empresas de Castilla y León (Tesis doctoral)*. Universidad de Valladolid, Valladolid, España.
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF: Editorial McGraw Hill.
- Levitt, T. (1958). The dangers of social responsibility. *Harvard Business Review*, 36, 41-50.
- Normas ISO. (2010). *ISO 26000:2010(es). Guía de responsabilidad social*. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

- OIT. (2012). La OIT y la responsabilidad social de la empresa (RSE). Helpdesk de la OIT, 1, 1.
- ONU. (2018). Pacto mundial de Naciones Unidas: una llamada a la acción para empresas sostenibles. Washington: United Nations Global Compact.
- Packer, M.J. (2013). La ciencia de la investigación cualitativa. Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Perdiguero, T. (2003). La responsabilidad social de las empresas en un mundo global. España: Editorial Anagrama.
- Pérez-Aranda Canela, J.A. (2016). Valoración de la responsabilidad social empresarial (RSE) por la demanda hotelera (Tesis doctoral). Universitat Jaume I, Castellón de la Plana, España.
- Ramos, C.A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances Psicológicos*, 23(1), 9-17.
- Smith, A. (1776). Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones. Biblioteca Lafragua BUAP.