

Tendencias en la investigación empírica de la responsabilidad social en las organizaciones (1975-2005)

Hilda Baca Neglia

Resumen

Mediante un diseño meta-analítico, se determina el nivel de desarrollo metodológico-científico de las investigaciones empíricas sobre responsabilidad social en las organizaciones. De una población de más de 1,000 artículos sobre responsabilidad social, se seleccionan 69 sólo de naturaleza empírica, que han sido publicados desde 1975 hasta 2005. Entre los principales resultados se encuentra que el 66.7% de investigaciones se ha publicado durante los años 2000-2005, demostrando su reciente desarrollo. El interés temático de los estudios empíricos; se está desplazando desde la responsabilidad social en el ámbito empresarial (69.6%) hacia el ámbito educativo (13.0%) y social (4.3%). Esta ampliación parece ser una constante en el estudio de la responsabilidad social, pues mientras que los estudios empíricos sobre la responsabilidad social de las empresas se han duplicado en el último lustro, en el ámbito educativo se han quintuplicado. En el plano metodológico, se ha encontrado que la gran mayoría de estudios son exploratorios, de análisis de casos, y con escasas posibilidades de generalización o contrastación de hipótesis. Aproximadamente el 30% no informan correctamente su método empleado, ni los procedimientos o técnicas de recolección y análisis de datos, haciendo muy difícil la comparación entre estudios.

Palabras clave: Responsabilidad social, investigaciones, empíricas, meta-análisis, concepto, tendencias, organizaciones.

Abstract

Scientific methodological development of empirical researchs about organizations social responsiveness was determined By means of the meta-analysis design. A sample of 69 empiric research articles were selected from a population of 1,000 social responsiveness articles; these belong to publications corresponding to the years 1975-2005. The main results indicate that 66.7% of research articles have been published along the years 2000-2005, showing its recent development. The thematic interest to empirical researchs is being displaced from social responsiveness in business field (69.6%) to education (13.0%) and social field (4.3%). This extension seems to be a constant in social responsiveness study, since while empirical researchs about social responsiveness of enterprises have been doubled in last lustrum, in the case of education field those research have been increase five times. At methodological aspect, it was found that the most of researchs are exploratory, case analysis, and with scant likelihood of generalization or hypothesis contrast. Roughly 30% of research articles don't report properly about method, process, collection thecniques and data analysis, making very difficult the comparison between the researchs.

Key words: *Social responsiveness, empirical researchs, meta-analysis, concept, tendencies, organizations.*

I. INTRODUCCION

1.1. Antecedentes y Revisión conceptual

En el contexto mundial, la responsabilidad social empresarial (RSE) ha ido ganando presencia y actualidad, posicionándose en el marco de las instituciones políticas internacionales, donde se han producido importantísimas iniciativas, como el programa Global Compact de la ONU o la publicación del Libro Verde de la Comisión Europea (2001). Hoy, a pesar que la RSE es un término popular, aún no existe claridad conceptual sobre el mismo.

En efecto, como ocurre con otros conceptos y categorías, la "responsabilidad social" tiene múltiples significados y se aplica a situaciones diferentes en el campo del derecho, la medicina, la educación, la administración, la política, la tecnología, la empresa, la religión, entre otras. El término "responsabilidad" y sus derivados: "responsable", "irresponsable" y "responsabilizar" son frecuentes en el lenguaje usual. Sin embargo, esta frecuencia es, justamente, la razón por la cual el concepto de responsabilidad sea polisémico y se aplique en situaciones muy diferentes.

En efecto, el concepto de RSE está relacionado con diferentes ideas y significados (Borges, 2001; Votaw, 1973), por eso se entiende que es un concepto complejo y dinámico, con significados diferentes en contextos diversos (Ashley, 2002). Aunque el término es muy popular actualmente, el concepto de responsabilidad social es ambiguo; incluso

desde su perspectiva histórica. Según De Bakker, Groenewegen y Den Hond (2005) existen tres enfoques histórico-evolutivos:

1. El **enfoque progresivo**, considera que la literatura de RSE ha evolucionado desde la vaguedad conceptual, hasta la clarificación de sus constructos, relaciones y teorías. Según este enfoque, el proceso ocurrió gracias a la aplicación de numerosos y sofisticados métodos de investigación (Gerde & Wokutch, 1998; Rowley & Berman, 2000).
2. Por otro lado, el **enfoque de la variedad** sostiene que el desarrollo del progreso en la literatura sobre la responsabilidad social de los negocios está obscurecida, y posiblemente obstaculizada, por la continua inclusión de nuevos constructos sin un marco teórico claro y riguroso (Carroll, 1999; Mohan, 2003).
3. Finalmente, según el **enfoque normativo**, difícilmente ha ocurrido un progreso conceptual, o que pueda haberlo, a causa del inherente carácter de la literatura (Matten, Crane, & Chapple, 2003), la cual es de naturaleza legal o política.

Debido a que estos enfoques históricos son contradictorios, es frecuente encontrar numerosas concepciones sobre la RSE. Por ejemplo, en los inicios de los años 1930 (Berle, 1931; Dodd, 1932), la RSE fue inicialmente vinculada con el rol de los administradores corporativos y sus habilidades para considerar otros intereses aparte de los de los shareholders (accionistas de la empresa). Con la aparición de la literatura sobre responsabilidad social de los ejecutivos, el norteamericano Bowen (1953) la considera como la obligación del hombre de negocios para adoptar orientaciones, tomar decisiones y seguir las líneas de acción que sean compatibles con los fines de la sociedad. Esta línea de pensamiento se centra en la idea básica de que los negocios son centros vitales de poder y decisión y que las acciones de las empresas alcanzan la vida de los ciudadanos en muchos aspectos. Posteriormente, con el surgimiento de los modelos de regulación Anglo-americana se exige que los directores o gerentes empresariales prioricen los intereses de los shareholders sobre el resto, lo cual implicó buscar la maximización del beneficio o lucro (Parkinson, 1996; Roach, 2001; Wedderburn, 1985).

En la perspectiva actual, Grajew (2000) considera que el concepto de RSE está siendo ampliado, pasando de la filantropía, que es la relación socialmente comprometida de la empresa con la comunidad, hacia la comprensión de todas las relaciones de la empresa: con sus funcionarios, clientes, suministradores, accionistas, competidores, medio ambiente y organizaciones estatales y privadas. Así, es posible encontrar una perspectiva de ampliación del concepto (Ashley, 2002). Sin embargo, esta ampliación se muestra fundamentalmente heterogénea (Murphy, 1978; Carroll, 1999), ya que sus formulaciones concretas responden a

las circunstancias condicionantes de cada empresa, dando lugar a contenidos que son contingentes, relativos y variables a tenor del tipo de empresa de que se trate, de su dimensión, sector de actividad, influencia, contexto geográfico, histórico, político y social (Aguirre, Castillo y Tous, 1999).

Según demuestra Ashley, (2002), actualmente, para algunos, la RSE está asociada a la idea de responsabilidad legal; para otros, puede significar un comportamiento socialmente responsable en el sentido ético; y para otros la RSE puede transmitir la idea de contribución social voluntaria y asociación a una causa específica. Otro modo de interpretar la RSE es como práctica social, papel social o como función social. Otros la relacionan al comportamiento éticamente responsable o a una contribución caritativa, o como la responsabilidad de aquel que es llamado a responder por sus actos frente a la sociedad o la opinión pública, en la medida que tales actos asumen dimensiones o consecuencias sociales (Ashley, 2002). Uno de los significados más aceptados de la RSE es el referente al logro del éxito comercial de modo que se respeten los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente.

Son muy diversos los criterios que los estudiosos de la RSE consideran como base o fundamento del concepto (véase la Tabla 1). Así, por ejemplo, Chapple y Moon (2005) consideran que la RSE está siendo definida por su propósito estratégico subyacente (la legitimidad, responsabilidad por el contexto social, ventaja competitiva), por sus motivaciones (mercado, regulación social, regulación de suave gobierno) y por sus manifestaciones (económicas, legales, éticas). García del Junco (2001) refiere que la responsabilidad social es el reconocimiento y control de los efectos que la actividad de una empresa tiene en la sociedad, entre ellos, los de naturaleza medioambiental. Por su parte, Melo Neto y Froes (2001) afirman que la mejor manera de analizar el concepto de RSE es identificar las diferentes visiones al respecto y señalan las siguientes: a) Como actitud y comportamiento empresarial ético y responsable, b) como un conjunto de valores, c) como estrategia empresarial, d) como estrategia de marketing institucional, e) como estrategia de relación, f) como estrategia de valorización de las acciones de la empresa (adición de valor), g) como estrategia de recursos humanos, h) como estrategia de valorización de los productos/ servicios, i) como estrategia social de inserción en la comunidad, j) como estrategia social de desarrollo de la comunidad, k) como promotora de la ciudadanía individual y colectiva, l) como ejercicio de la conciencia ecológica, m) como ejercicio de la capacitación profesional, y n) como estrategia de integración social.

Tabla 1
Conceptos de responsabilidad social

Autores	Año	Definición
Boewn	1953	Es la obligación del hombre de negocios para adoptar orientaciones, tomar decisiones y seguir las líneas de acción que sean compatibles con los fines de la sociedad.
Carrol	1979	Comprende las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de la organización en momento dado (p. 500)
Andrew, (Citado Por Hartman)	1998	Es la atención inteligente y objetiva para el bienestar de la sociedad que aleja al comportamiento individual y colectivo de actividades destructivas, sin importar sus beneficios inmediatos, y orienta hacia unas contribuciones positivas para el desarrollo humano.
Ashley	2002	El compromiso que una organización debe tener para con la sociedad, se expresa por medio de actos y actitudes que afectan positivamente, de modo amplio, o hacia alguna comunidad, de modo específico, haciendo proactivamente y coherentemente lo que corresponda a su papel específico en la sociedad y a su prestación de cuentas para con ella".
Ferrell, Fraedrich, & Ferrell.	2000	Es la obligación de la empresa de maximizar su impacto positivo y minimizar su impacto negativo sobre los stakeholders.
Camargo, Franco, Maymi,et.al	2000	Concepto adoptado por las organizaciones privadas socialmente responsables- se refiere a las estrategias de sustentabilidad a largo plazo que las empresas, en su lógica de desempeño y lucro, pasan a atender en su preocupación con los efectos sociales y/o ambientales de sus actividades, con el objetivo de contribuir al bien común y a la mejora de la calidad de vida de las comunidades. (p. 92)
Consejo Mundial Para El Desarrollo Sostenible (WBCSD)	2000	Compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida (p. 10)

Journal Of Consumer Marketing	2001	Es una obligación de la Organización para maximizar su impacto positivo y minimizar sus efectos negativos al ser un miembro contribuyente para la sociedad, con el interés hacia las necesidades y carencias sociales a largo plazo. La responsabilidad social significa ser un buen encargado de los recursos económicos y humanos de la sociedad
Lantos, Geoffey	2001	Comprende la obligación proveniente de contrato social implícito entre los negocios y la sociedad para las empresas responsables de las necesidades y carencias de largo plazo, optimizando los efectos positivos y minimizando los efectos negativos de sus acciones sobre la sociedad.(p. 600).
García del Junco	2001	Reconocimiento y control de los efectos que la actividad de una empresa tiene en la sociedad, entre ellos los de naturaleza medioambientales (p.284)
Bloom & Gundlanch	2001	Son las obligaciones de la empresa para con sus Stakeholders. Estas obligaciones van más allá de los requerimientos legales y de los deberes de la compañía para con sus shareholders. El cumplimiento de estas obligaciones está dirigido a minimizar algún daño o a maximizar los impactos benéficos de largo plazo de la compañía sobre la sociedad (p. 142)
Mcwilliams, A., & Siegel, D	2001	Acciones que parecen promover algún bien, más allá de los intereses de la compañía y de lo que es requerido por la ley (p.117)
Rabaça, C.A	2001	Es un instrumento de trabajo con actitudes cimentadas en el respeto a quien participa de la cadena de la producción, desde el presidente de la empresa hasta el más simple de los trabajadores (p. 2)
Whetten, Rands, & Godfrey, .	2002	Expectativas sociales del comportamiento corporativo; un comportamiento que es sostenido por un Stakeholder que es esperado por la sociedad o moralmente demandado y es por esto justificablemente demandado de un negocio (p. 374)

Instituto Ethos	2002	Una forma de conducir los negocios de las empresas de tal manera que la vuelva compañera o co-responsable al desarrollo social. La empresa socialmente responsable es aquella que posee la capacidad de oír los intereses de las diferentes partes (accionistas, funcionarios, prestadores de servicios, suministradores, comunidad, gobierno y medio ambiente) y de conseguir incorporarlos en el planeamiento de sus actividades, buscando atender a las demandas de todos y no sólo de los accionistas o propietarios. (p.14).
Grajew,	2002	Es la gestión de la empresa basada en principios y valores, expresos formalmente en su código de ética y que deben orientar a todas sus relaciones, planes, programas y decisiones. La empresa necesita localizar a todos los individuos impactados por sus actividades... y traducir sus valores en normas que limiten sus relaciones (p. 34).

Aunque estas definiciones evidencian que el concepto de RSE no es unívoco ni acorde a una teoría estructurada, puesto que se hace muchas veces de forma descriptiva, aludiendo al contenido y dando lugar a definiciones que no poseen la suficiente generalidad, universalidad y permanencia, sin embargo, es posible encontrar algunas características comunes en ella:

1. La RSE no debe ser entendida como una actividad marginal, adicional a la económica y más o menos oportunista y esporádica, sino como una nueva actitud de la empresa hacia el entorno social, que debe impregnar toda la filosofía y la conducta empresarial.
2. La RSE requiere una capacidad para establecer compromisos y rendir cuentas de los mismos, por lo que se requiere no sólo asumir declarativamente la responsabilidad social sino también y sobre todo gestionarla.
3. La RSE es una obligación de la empresa hacia la sociedad, que se articula como obligaciones concretas hacia los estamentos y grupos de su entorno.
4. La RSE se orienta a promover un mayor bienestar social y una mejor calidad de vida de la sociedad, es decir, aspectos cualitativos y en gran medida intangibles, lo que dificulta su medición e implementación prácticas.

5. Finalmente, la RSE no remite a actuaciones individuales de los miembros de la organización, sino que debe representar una actitud institucional, de la entidad en su conjunto, donde los valores sociales deben estar impregnados en la cultura, la filosofía, los objetivos, las estrategias y las políticas.

1.2. Planteamiento del problema

Aunque últimamente el tema de la responsabilidad social se ha hecho muy popular, y denota una apariencia de que la investigación en el campo ya se encuentra en su apogeo, no se sabe si realmente es así, por cuanto no se ha realizado estudios metaanalíticos sobre investigaciones exclusivamente empíricas, sino sólo sobre estudios teóricos o combinados. Al respecto, aún no se ha logrado determinar el impacto de la RSE en el desarrollo de la empresa (Orlitzky, Schmidt & Rynes, 2003) o si la investigación sobre la RSE es lo suficientemente rigurosa como para obtener conclusiones basadas en evidencias. Por el contrario, el reciente estudio bibliométrico de De Bakker, Groenewegen & Den Hond (2005) ha mostrado que el campo de la responsabilidad social corporativa recién está llegando a instalarse firmemente en la ciencia de la administración, con especial interés en la comprobación de sus teorías y supuestos.

Por tanto, es necesario realizar investigaciones para conocer y determinar, a través de una metodología de investigación meta-analítica, el nivel de desarrollo metodológico y científico de las investigaciones sobre RSE. En ese sentido, resulta necesario realizar una revisión sistemática, comparativa y meta-analítico de los principales estudios de investigación empírica sobre la responsabilidad social en las organizaciones, pues sólo de esa forma se podrá determinar las tendencias y el estado evolutivo de la investigación científica sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

1.3. Objetivo

Determinar, a través de una metodología de investigación meta-analítica, el nivel de desarrollo metodológico-científico de las investigaciones empíricas sobre Responsabilidad Social, desde 1975 hasta 2005.

II. METODO

2.1. Muestra

La unidad de análisis es el artículo de investigación sobre responsabilidad social publicado en journals internacionales o base de datos, durante los años 1975-2005. La **población** de estudio fue obtenida mediante la búsqueda en diversas bases de datos internacionales americanas (Ebsco Host, Proquest, Eric, Banco de Tesis y Disertaciones de Brasil). De esta búsqueda se ha identificado una **muestra** de 69 artículos de investigación de base empírica sobre temas de responsabilidad social, publicados desde 1975 hasta 2005. **Se define al trabajo empírico** como aquél que utiliza fuentes de datos directos o primarios, utilizando instrumentos de recolección de datos cualitativos o cuantitativos y analizando mediante algún procedimiento tal información. En la tabla 3 se presenta la lista de las fuentes de los artículos empíricos (en cuanto Journal) y su distribución a través de los años de publicación.

Tabla 2.

Principales journals de donde se ha obtenido la muestra de artículos

Nombre de la Revista	Menos de 1980	1981-1990	1991-1995	1996-2000	2001-2005
Academy of Management Learning & Education					1
Advances in Developing Human Resources					1
Ambiente y Desarrollo					1
Bioscience			1		
Business & Society				1	
Business & Society Review					1
Business Forum		1			
Corporate Governance					1
Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales					1
Economía, Sociedad y Territorio					1
Education					2
Educational Leadership		3			

Global Social Policy					2
Harvard Business Review	1				
Higher Education Management and Policy					1
International Relations					1
Journal of Consumer Marketing					1
Journal of Corporate Citizenship					1
Journal of Education for Business			1		
Journal of Humanistic Counseling, Education and Development					1
Journal of Marketing	1				
Journal of Small Business and Enterprise Development				1	
Journal of Small Business Management		1			
Knowledg Quest					1
Liberal Education Summer					2
Management Communication Quarterly					1
Managerial Law					1
Marketing Education Review				1	
Organization					1
Organizational Research Methods				1	
Pastoral Care				1	
Pedagogy					1
Quest				1	
Research Paper Series. International Centre For Corporate social Responsibility					1
Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa					1
Revista de Empresa					3
Revista Economía			1		

Revista Galega de Economía					1
Revista Panamericana de Pedagogía					1
Revista Universidad EAFIT					1
Revista Venezolana de Gerencia					1
Signos Filosóficos					1
Social Studies			1		
Social Work		1			
Technology, Business and Society Programme Paper					1
The Social Studies					1
Universia Business Review					2
Utopía y Praxis Latinoamericana					1
Young Consumer					1
TOTAL	2	6	4	6	39
			57		

En la Tabla 2 se presenta la distribución de 57 trabajos de investigación empírica, en razón que los doce artículos faltantes han sido obtenidos de base de datos de tesis doctorales, las mismas cuya referencia no se incluye en las bases de datos de revistas científicas, pero que por la naturaleza de los datos ha sido incluida en el meta-análisis.

2.2. Procedimiento

Estos artículos fueron sometidos a **meta-análisis**, considerando las siguientes variables: Autor, año, título, muestra, diseño de investigación (si la investigación es exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa (experimental o cuasiexperimental), de análisis de casos o meta-analítico), instrumento o método de recolección (nombre del instrumento empleado y modalidad: encuesta, escala, guía de entrevista, focus group, etc.), análisis de datos (métodos estadísticos o softwares especializados empleadas para el análisis de los datos), conclusiones, lugar de ubicación de la muestra de estudio, tipo de organizaciones investigadas, aspectos de la responsabilidad social (dimensión de la responsabilidad social objeto de estudio: económica, financiera, académica, interna, externa, etc.).

Para el análisis meta-analítico se elaboró una matriz de tabulación tipo R (variables x artículos) utilizando el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS versión 11). Se emplearon estadísticas univariadas y bivariadas de distribución de frecuencias y de tablas cruzadas.

III. RESULTADOS

De los 69 estudios empíricos recopilados, se encontró que su desarrollo se manifiesta en un ritmo creciente, siendo del año 2000 al 2005 el periodo en el cual se ha realizado más de la mitad de toda la investigación empírica acerca de la RSE (66.7%). Asimismo, se observa que es a partir de los años 1990 a 1999 cuando se comienza a desarrollar este tipo de estudio de manera más frecuente (29.0% en 1990-1999 y 66.7% en 2000-2005). Hasta antes de 1990, solamente se han encontrado 3 artículos de investigación empíricas, representando el 4.2%. (Véase la tabla 3).

Tabla 3
Año de publicación del estudio

Años	Frecuencia	Porcentaje
2000 - 2005	46	66.7
1990 - 1999	20	29.0
1980 - 1989	1	1.4
1975 - 1979	1	1.4
No se informó	1	1.4
Total	69	100.0

Respecto al diseño que presentan los estudios empíricos compilados, los más frecuentes son los estudios exploratorios, seguidos por los estudios de casos y por los de diseño cuasi-experimental. Según se observa en la Tabla 4, los estudios con diseño de investigación meta-analítico constituyen sólo el 2.9%.

En cuanto al uso de los diseños cuasi-experimentales, debe mencionarse que éstos son, principalmente, de los tipos pretest-postest, sin control instrumental u otras variables de contenido. Es decir, los diseños cuasi-experimentales empleados en estas investigaciones tienden a ser de los niveles más simples y menos exigentes. De igual forma, llama mucho la atención que 33.3% no informen sobre la metodología empleada.

De los 46 estudios que sí informan sobre su diseño de investigación, se encuentra que estos se han dispersado en las últimas dos décadas. Por ejemplo, los estudios meta-analíticos, han tenido su aparición en el periodo 2000-2005. Los estudios cuasi-experimentales se han duplicado en el último lustro; sin embargo, los diseños exploratorios también se han incrementado significativamente, tan igual como los estudios de casos; dando muestras que la investigación exploratoria y cualitativa ocupa un lugar preponderante en la investigación de la responsabilidad social. (Véase la tabla 4).

Tabla 4
Diseño de investigación por periodo de publicación

Diseño	Porcentaje (%)	Periodo de publicación (Frecuencia)		
		1975 - 1989	1990 - 1999	2000 - 2005
Exploratorio	17.4	1	2	9
Descriptivo	7.2		2	3
Correlacional	4.3	1	1	1
Cuasi Experimental	4.3		3	6
Estudio de Casos	13.0		1	10
Meta-Análisis	15.9			2
Descriptivo-Comparativo	2.9			3
Análisis de Evento	1.4		1	
No se informó	33.3			
Total	100.0	2	10	34

En la Tabla 5 se muestra que el mayor porcentaje de los estudios empíricos utilizaron como muestras a empresas (26.1%), seguido por aquellos que tienen como muestra a los estudiantes universitarios (13%). Nuevamente se encuentra que 39.1% de artículos no informa sobre la población de estudio.

Tabla 5
Población de estudio

Unidades de Análisis	Frecuencia	Porcentaje
Estudiantes de escuela o colegio	3	4.3
Estudiantes universitarios	9	13.0
Trabajadores de organización - Gerentes	3	4.3
Habitantes	1	1.4
Maestros en administración	1	1.4
Jueces	1	1.4
Empresas	18	26.1
Organizaciones sin fines de lucro	3	4.3
Artículos, informes o documentos de investigación	3	4.3
No se informó	27	39.1
Total	69	100.0

No obstante el mayor porcentaje de estudios empíricos que utilizó la modalidad de estudio de casos (18.8%), se encontró que un alto porcentaje de estudios (10.1%) que utilizaron un tamaño de muestra comprendido entre los 30 a 100 unidades de análisis, seguido por aquellos que utilizaron un tamaño de 100 a 200 unidades de análisis. (Véase la tabla 6). En este caso también se encuentra que 56.5% de artículos no informa sobre el tamaño de la muestra empleada.

Tabla 6
Tamaño de las muestras de estudio

Rangos	Frecuencia	Porcentaje
Estudio de caso (1 a 27 casos)	13	18.8
30 -100	7	10.1
100 -200	4	5.8
200 - 300	1	1.4
300 - 500	3	4.3
Más de 500	2	2.9
No se informó	39	56.5
Total	69	100.0

Según lo mostrado por la tabla 7, entre los instrumentos de recolección de datos que han sido utilizados en mayor porcentaje destaca el cuestionario (59.4%), seguido en importancia, aunque con porcentaje significativamente menor, por el uso de la entrevista (14.5%).

Tabla 7
Instrumento de Recolección de datos

Instrumento	Frecuencia	Porcentaje del total
Reportes de la empresa u organización	4	5.8
Grabación en audio	1	1.4
Cuestionario	41	59.4
Entrevista	10	14.5
Lista de Chequeo	1	1.4
Búsqueda a través de la Web	5	7.2
Grupos focales	5	7.2
Observación	1	1.4

Aún cuando es notable el porcentaje de estudios empíricos donde no se hizo explícito los instrumentos y técnicas de análisis de datos aplicados, se encontró que el análisis de contenido fue la más frecuente. Esto se explica en la medida que la mayoría de análisis fueron cualitativos y se centraron en datos categóricos. Adicionalmente, debe resaltarse que 82.6% de artículos de investigación no informa sobre las técnicas de análisis empleados.

Tabla 8
Instrumentos y técnicas de análisis de datos

Modalidades	Frecuencia	Porcentaje
Análisis por componentes	1	1.4
Escalamiento multidimensional	1	1.4
Software de análisis de texto y contenidos	2	2.9
Análisis de varianza	2	2.9
Análisis de contenido	3	4.3
Análisis de sensibilidad	1	1.4
Método de elección discreta	1	1.4
Auditoría cultural	1	1.4
No se informó	57	82.6
Total	69	100.0

Tal como se observa en la tabla 9, el mayor porcentaje de los estudios empíricos analizados fueron desarrollados en los Estados Unidos (14.5%) y Brasil (13.0%), seguido en importancia por aquellos estudios cross culturales o que comprenden más de tres naciones (5.8%). Además, entre los países europeos que destacan por este tipo de estudio se encuentra España (4.3%) y el Reino Unido (4.3%).

Tabla 9
País donde se realizó el estudio

Países	Frecuencia	Porcentaje
Estados Unidos	10	14.5
Brasil	9	13.0
Estudio cross-cultural	4	5.8
Reino Unido	3	4.3
España	3	4.3
Canadá	2	2.9
Japon	2	2.9
Sud-África	1	1.4
Portugal	1	1.4
Italia	1	1.4
Croacia	1	1.4
Francia	1	1.4
Croacia y Reino Unido	1	1.4
Noruega	1	1.4
Chile	1	1.4
India	1	1.4
Colombia	1	1.4
Malasia	1	1.4
No informó	25	36.2
Total	69	100.0

En cuanto al tipo de organización dónde se realizaron los estudios empíricos, destaca en primer lugar aquellos estudios que comprendieron diversos tipos de organizaciones o empresas (14.5%), seguido por los que se realizaron en empresas industriales (10.1%) y las universidades (8.7%). (Véase la tabla 10).

Tabla 10
Tipo de organización por periodo de publicación

Tipo de Organización	Porcentaje (%)	Periodo de publicación (Frecuencia)		
		1975 - 1989	1990 - 1999	2000 - 2005
En general	14.5		1	9
Empresa distribuidora	7.2			5
Empresa industrial	10.1	1	1	5
Empresa minera	4.3		1	2
Fundaciones	2.9			2
Empresa financiera	1.4			1
Organización educativa	5.8		2	2
Universidad	8.7	1		5
No se informó	44.9			
Total	100.0	2	5	31

Respecto al ámbito temático de los estudios empíricos; se halló que la mayor parte de ellos está referido a la responsabilidad social en el ámbito empresarial (69.6%), seguido en importancia por el ámbito educativo (13.0%) y social (4.3%). La ampliación de los ámbitos de estudio parece ser una constante en el estudio de la responsabilidad social. Mientras que los estudios empíricos sobre la responsabilidad social de las empresas se han duplicado en el último lustro, en el ámbito educativo se han sextuplicado. (Véase la tabla 11). Este incremento significativo de investigaciones en el campo educativo guarda relación con el tipo de organización investigada, que para el caso son universidades.

Tabla 11
 Ámbito en que se realizó el estudio por periodo de publicación

Área	Porcentaje (%)	Periodo de publicación (Frecuencia)		
		1975 - 1989	1990 - 1999	2000 - 2005
Empresarial	69.6	1	15	32
Educativo	13.0	2	1	6
Social	4.3		2	1
Turismo	1.4			1
No se informó	11.6			
Total	100.0	3	18	40

Finalmente, entre los aspectos de la responsabilidad social que más se tuvieron en cuenta por los estudios empíricos analizados, destaca la percepción de la responsabilidad social (37.7%), la evaluación de la responsabilidad social (20.3%) y las acciones o estrategias de la responsabilidad social (17.4%). (Véase la tabla 12).

Tabla 12
 Aspectos de la responsabilidad social que fueron abordados

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje del total
Percepción de la R.S	26	37.7
Evaluación de la R.S	14	20.3
Acciones o estrategias de la R.S	12	17.4
Indicadores de la R.S	9	13.0
Literatura y estructura intelectual de la R.S.	6	8.7
Factores de la R.S	5	7.2
Dimensiones de la R.S	4	5.8
Aprendizaje de la R.S	4	5.8
R.S y Rentabilidad	3	4.3
Políticas de la R.S	2	2.9

Así, a modo de síntesis, se encuentra que de los 69 estudios empíricos recopilados, la gran mayoría (66.7%) ha sido publicada durante los años 2000-2005. Este hecho demuestra que si bien la preocupación por el tema de responsabilidad social se comienza a tratar desde hace más de tres décadas, es en el último lustro donde cobra importancia en la comunidad académica la preocupación e interés por la investigación empírica del tema. Sin embargo, a pesar que se ha presentado un marcado y creciente interés por la investigación empírica de la responsabilidad social de las organizaciones, sus rasgos metodológicos aún son incipientes y limitados. La gran mayoría de estudios son exploratorios, de análisis de casos, y con escasas posibilidades de generalización o contrastación de hipótesis. Adicionalmente a ello, muchos estudios no informan correctamente su método empleado, ni los procedimientos o técnicas de recolección y análisis de datos, haciendo muy difícil la comparación entre estudios.

En cuanto a la unidad de análisis de las investigaciones, el mayor porcentaje de los estudios empíricos se enfocan en las empresas (26.1%), otro porcentaje menor se enfocan en organizaciones educativas, especialmente en estudiantes universitarios (13%), utilizando cuestionarios y entrevistas no estructuradas. Entre los aspectos de la responsabilidad social que más se tuvieron en cuenta por los estudios empíricos analizados, destaca la percepción de la responsabilidad social (37.7%), la evaluación de la responsabilidad social (20.3%) y las acciones o estrategias de la responsabilidad social.

En efecto, parece que el interés temático de los estudios empíricos; se está desplazando desde la responsabilidad social en el ámbito empresarial (69.6%) hacia el ámbito educativo (13.0%) y social (4.3%). Esta ampliación parece ser una constante en el estudio de la responsabilidad social, pues mientras que los estudios empíricos sobre la responsabilidad social de las empresas se han duplicado en el último lustro, en el ámbito educativo se han sextuplicado.

IV. DISCUSIÓN

Como ocurre con otros conceptos y categorías del ámbito socio-económico, el concepto de responsabilidad tiene múltiples significados y se aplica a situaciones diferentes en el campo del derecho, la medicina, la educación, la administración, la política, la tecnología, la empresa, la religión, entre otras. El término "responsabilidad" y sus derivados: "responsable", "irresponsable" y "responsabilizar" son frecuentes en nuestro lenguaje usual. Sin embargo, esta frecuencia es, justamente, la razón por la cual el concepto de responsabilidad sea polisémico y se aplique en situaciones muy diferentes.

El concepto de la responsabilidad social de la empresa (RSE) ha sido poco y mal definido, puesto que se ha hecho muchas veces de forma descriptiva, aludiendo al contenido y dando lugar a definiciones que no poseen la suficiente generalidad, universalidad y permanencia. Si bien no existe una única definición de RSE por lo general éstas convergen en los siguientes aspectos: compromiso de las empresas, conducta ética, decisión voluntaria, contribución al desarrollo sostenible, relación con los públicos de interés y desempeño ambiental. Las iniciativas como la caridad o la filantropía pueden complementar, pero nunca reemplazar a la responsabilidad social. Las prácticas de la empresa socialmente responsable reflejan el compromiso a hacer negocios de forma que preserve o aumente, en lugar de dañar, los beneficios a las comunidades cercanas, los trabajadores, el medio ambiente y la conducta económica justa. Sin embargo, no basta con el sólo compromiso, este proceso debe ir acompañado de mecanismos claros de implementación o puesta en práctica de los principios y valores de la RSE, que incluyan seguimiento y verificación independientes.

En el contexto mundial, la responsabilidad social de la empresa ha ido ganando presencia y actualidad, como cuestión, en buena medida, ligada a fenómenos como la globalización económica y sus consecuencias. Tanto es así que la responsabilidad social se ha posicionado en el marco de las instituciones políticas internacionales, donde se han producido importantísimas iniciativas. Sin embargo, los estudios que intentan demostrar la relación entre responsabilidad social y desarrollo organizacional aún son incipientes. Estudios bibliométricos al respecto muestran indicios de tal relación, pero no se ha analizado aún el nivel de fiabilidad y precisión de tales estudios. Tampoco existen suficientes estudios que sometan a prueba los postulados y planteamientos teóricos de la responsabilidad social, aunque el estudio bibliointegrativo De Bakker, Groenewegen & Den Hond (2005) muestran que esa es la tendencia internacional.

Así, del análisis teórico global sobre la responsabilidad social en las organizaciones, es posible encontrar algunas limitaciones y vacíos teóricos que pueden ser objeto de estudio. Entre las principales:

1. **Escasa delimitación conceptual.** Existen tantas definiciones de responsabilidad social como autores. Incluso, las definiciones dadas por las normas internacionales difieren entre sí. Al respecto, considero que hasta ahora no existe una preocupación académica por la delimitación conceptual del término, lo cual se traduce, en una seria limitación si se pretende desarrollar teorías o estudios empíricos sobre la materia. No se puede elaborar instrumentos de medición si el constructo (el término) no está definido correctamente, lo cual implica univocidad, delimitación sintáctica, enunciados de justificación conceptual y definiciones operacionales.

2. **Excesiva información que está poco respaldada por la evidencia empírica.** Cuando se realizó la búsqueda bibliográfica se encontró una abundante bibliografía, pero sólo de naturaleza informativa. En efecto, sobre responsabilidad social existe una excesiva información pero que no se ve respaldada por la verificación ni la contrastación empírica. El hecho de encontrar solamente 69 investigaciones empíricas de una población de más de 1,000 artículos sobre responsabilidad social, es un indicador de esta deficiencia. De lo dicho, esta situación es preocupante, por cuanto las ciencias administrativas deben basarse en evidencia empírica para organizar su gestión y establecer sus políticas. Y, en este caso, con tan pocos estudios empíricos, no se puede estar seguro de los postulados y supuestos formulados en los artículos teóricos, por lo que su utilidad se ve reducida. Así, la revisión empírica demuestra que los datos aún son poco concluyentes y de generalización limitada por cuanto adolecen de deficiencias metodológicas. En todo caso, existe la necesidad de estimular la investigación empírica en el campo.
3. Existen normas internacionales de acreditación de la responsabilidad social, pero no existen estudios que demuestren su validez desde un plano teórico-científico.

A pesar que el tema de la responsabilidad es hoy en día muy popular y conocido, las investigaciones empíricas al respecto son muy escasas. Solamente se ha encontrado 69 artículos de investigación, publicados en journals internacionales, en el tema de responsabilidad social. Adicionalmente al número reducido de las investigaciones con fuentes primarias empíricas, el análisis individual y meta-analítico demuestra que los artículos empíricos adolecen de limitaciones y deficiencias metodológicas.

Surge la interrogante de saber por qué se publican artículos con deficiencias metodológicas, considerando que las revistas internacionales deben tener altos estándares de calidad y rigurosidad académica. Una posible respuesta sería la presión mantenida por la moda intelectual y la necesidad de ventas que tienen las revistas internacionales, quienes se ven tentadas a publicar temas novedosos descuidando (o pasando por alto) los requerimientos metodológicos que exige la ciencia. En otras palabras, se estaría apelando al contenido "vendedor" y "novedoso" del tema más que a su rigurosidad. Estos hechos ya vienen siendo analizados por algunos sociólogos de la ciencia (Campanario, 1996; Pignard-Cheynel, 2005).

En otro aspecto, los artículos teóricos y de opinión son abundantes, aunque no aportan información significativa pues no está verificada por la evidencia empírica. Existe una proliferación de información de escasa calidad académica y de mayor utilidad legal y política. Estos datos

demuestran que el tema de responsabilidad social aún no se puede lograr desligar de su origen como un movimiento intelectual e ideológico, conservando aún un fuerte matiz político; y siendo ésta la principal causa que aún le impide alcanzar un alto grado de elaboración científica, y un cuerpo teórico suficientemente amplio y consolidado. Así, el tema de responsabilidad social ha surgido de los ámbitos político y legal, como un medio de regulación del accionar de las organizaciones empresariales, por ello no es de extrañar que las investigaciones de índole académica recién se estén preocupando por su delimitación y caracterización.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, R.; David, F. & Crowther, D. (2005). Corporales social responsibility in Portugal; empirical evidence of corporate behaviour. *Corporate Governance: International Journal of Business in Society*, 5 (5), 3-18.
- Aguirre, A. Castillo, A & Tous, D. (1999). *Administración de Organizaciones*. Madrid: Pirámide.
- Arnold, S. & Handelman, J. (1999). The role of marketing actions with a social dimension: Appeals to the institutional environment. *Journal of Marketing*, 63, 32-48.
- Ashley, P. Et al. (2002). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva.
- Auger, P., Devinney, T. & Louviere, J. (2004). *Consumer Assessment of Social Product Features: An Empirical Investigation Using Choice Experiments*. Working Papper of Melbourne Business School. s/n.
- Berle, A. & Means, C. (1936). *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Macmillan.
- Berle, A. (1931). Corporate Powers as Powers in Trust. *Harvard Law Review* 44 (7), 1049-1074.
- Bloom, P & Gundlach, G. (2001). *Handbook of Marketing and Society*. Thousand Oaks. CA: Sage. Publications.
- Borges, F. (2001). *Responsabilidad social: Efectos de la actuación social en la dinámica empresarial*. Tesis de Doctorado. Universidad de Sao Paulo. Facultad de Economía, Administración y Contabilidad.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper y Brothers.

- Calveras, A. & Ganuza, J. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa. Una Vision desde la Teoria Económica*. Working Papers, Research Center on Health and Economics 797, Department of Economics and Business, Universitat Pompeu Fabra.
- Camargo, M.; Franco, S.; Maymi, F. (2000). *Gestão do Terceiro Setor no Brasil: estratégia de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos*. 2da. Edic. São Paulo: Futura.
- Campanario, J. (1996). The competition for journal space among referees, editors and other authors and its influence on journals' impact factors. *Journal of the American Society for Information Science*, 47, 184-192.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Carroll, A. (1999). *Corporate social responsibility and society*. Chicago, 38, 268-295.
- Chapple, W & Moon, J. (2005). *Corporate social responsibility in Asia*. *Business & Societe*. 44 (4), 415-441.
- Comisión Europea (julio de 2001). *Libro Verde "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"*. Luxemburgo. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- WBCSD (2000) *El caso empresarial para el desarrollo sostenible*. Informe institucional. Consejo Mundial Para El Desarrollo Sostenible.
- De Bakker, A.; Groenewegen, P. & Den Hond, F (2005). *A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance*. *Business & Society*, 44 (3), 283-317
- Dodd, E. (1932). *For whom are Corporate Managers Trustees?* *Harvard Law Review* 45 (7), 1145-63.
- Elliot, K. & Freeman, R. (2001). *White Hats or Don Quixotes? Human Rights Vigilantes in the Global Economy*. NBER Working Paper, 8102.
- Ferrell, O., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2000). *Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases*. Boston: Houghton Mifflin Co.
- García Del Junco, J. & Casanueva, C. (2001). *Prácticas del Sistema Empresarial*. Madrid. McGrawHill.
- García Del Junco, J., Calvo De Mora Schmidt A, & Lieberman, K. (2004). *Administración basada en la evidencia: una aplicación de la medicina basada en la evidencia al mundo empresarial y a la formación de*

directivos. *Acimed* 2004; 12(5). En: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000500002&lng=es&nrm=iso&tlng=es] Leído el 30 de enero de 2006.

- Gerde, V. & Wokutch, R. (1998). 25 years and going strong: A content analysis of the first 25 years of the Social Issues in Management Division Proceedings. *Business&Society*, 37(4), 414-446.
- Grajew, O. (2000). O que é responsabilidade social. *Revista Mercado global*, 107, 44-50, junio.
- Grajew, O. (2002). *Filantropia e Responsabilidade Social*. Filantropía, 3, 01-03. São Paulo, Abril/2002.
- Halal, W. (2000). Corporate comunity: a theory of the firm uniting profitability and responsibility. *Strategy & Leadership*. 28 (2), 10-16.
- Hall, P. & Rieck, R. (1998). The Effect of Positive Corporate Social Actions on Shareholder Wealth. *Journal of Financial and Strategic Decisions*, 11 (2).
- Hamann, R. (2004) Corporate Social Responsibility in Mining in Southern Africa: Fari Accountability or just greenwash', *Development*, 47(3) 85-92.
- Hartman, L. (1998). *Perspectives in Business Ethics*. Irwin/McGraw - Hill. Boston. M.A.
- Instituto Ethos De Empresas E Responsabilidade Social (2002) *Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial*.
- Journal of Consumer Marketing* (2001). Call for papers for special issue on social responsibility for consumer marketing practice. En: <http://www.Literaticclub.co.uk/news/call18.html>. Leido el 18 de enero de 2006.
- Matten, D., Crane, A. & Chapple, W. (2003). Behind the mask: Revealing the true face of corporate citizenship. *Journal of Business Ethics*, 45 (1-2), 109-120.
- Matten, D.; Moon, J. (2004). Corporate social responsibility education in Europe. *Journal of business ethics*, 54 (4), 323-337.
- Mcwilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification? *Strategic Management Review*, 21, 603-609.
- Melo Neto, F. & Froes, C. (2001). *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Mohan, A. (2003). *Strategies for the management of complex practices in complex organizations: A study of the transnational management of corporate responsibility*. Unpublished doctoral dissertation, University of Warwick, United Kingdom.

- Mueller, A. (2003) A utilização dos indicadores de Responsabilidade social corporativa E sua relação com os stakeholders. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina Programa de PósGraduação em Engenharia de Produção.
- Murphy, P. (1978). An Evolution: Corporate Social Responsiveness. *University of Michigan Business Review*, 6 (30), 19-25.
- Murray, K. & Vogel, C. (1997) Using a Hierarchy of Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward the Firm: Financial versus Nonfinancial Impacts. *Journal of Business Research*, 38.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. & Rynes, S. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24 (3), 403-41.
- Parkinson, J. (1996) *Corporate Power and Responsibility*. Oxford: Clarendon Press.
- Pignard-Cheynel, N. (2005). Publicación de las revistas científicas y mercantilización de la difusión de los conocimientos. *SCIENCES DE LA SOCIÉTÉ*, N° 66: Mercantilización y conocimientos, Octubre de 2005.
- Rabaça, C. (2001). Empresas socialmente responsáveis. En: [http://www.akatu.com.br/emnpresas/responsabilidade_artigo_empresas.asp?submenu=1] Leído el 21 de diciembre de 2005.
- Roach, L. (2001). The Paradox of the Traditional Justifications for Exclusive Shareholder Governance Protection: Expanding the Pluralist Approach. *The Company Lawyer* 22 (1), 9-15.
- Rowley, T., Berman, S. (2000). A brand new brand of corporate social performance. *Business and Society Review*, 39 (4), 397-418.
- Stone, B. (2001) Corporate social responsibility and institutional investment, *Business and Society* , 40 (1).
- Votaw, D. (1973) Genius Becomes Rare. En VOTAW, D. & SETHI, S. (Eds) *The Corporate Dilemma: Traditional Values and Contemporary Problems* (pp. 1-16). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Wedderburn, F. (1985). The Legal Development of Corporate Responsibility: For Whom Will Corporate Managers Be Trustees? En K. J. Hopt & G. Teubner (Eds) *Corporate Governance and Directors' Liabilities*. Berlin: Walter De Gruyter. En: [www.ethos.org.br/docs.conceitos_praticas/indicadores] Leído el 9 de diciembre de 2005.
- Whetten, D., Rands, G., & Godfrey, P. (2002). What are the responsibilities of business to society? En Pettigrew, A., Thomas, H., & Whittington, R. (Eds.), *Handbook of strategy and management*: 373-408. London: Sage.