

Revista de Ciencias Sociales

Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial*

Bom-Camargo, Yomeida Inmaculada**

Resumen

En la presente investigación se presentan dos visiones de la Responsabilidad Social Empresarial; la primera refiere que las decisiones tomadas por la gerencia benefician a sus stakeholders y dan resultados tanto tangibles como intangible; mientras que la segunda habla de la gestión de la responsabilidad social empresarial entendida como la incorporación de acciones con la finalidad de presentar informes y reportes sociales – ambientales. Con miras de aclarar si ambas son iguales o una definición involucra a la otra, en este artículo el objetivo es identificar las características de la responsabilidad social empresarial en la gestión empresarial. El tipo de investigación es descriptiva con un enfoque cualitativo, en el cual se realizó una revisión bibliográfica y entrevistas a 20 emprendedores de la Ciudad de Manizales en Colombia, obtenidos de dos días de adiestramiento en un evento de asesoría Startup. Entre los resultados, se comprobó que ambas visiones de la Responsabilidad Social Empresarial coexisten, diferenciándose tanto en su perspectiva como en sus beneficios y sostenibilidad. Adicionalmente, se pudo concluir que el seguimiento continuo, las auditorías así como las evaluaciones externas garantizarán que las empresas asuman la responsabilidad social como una forma de hacer negocio.

Palabras clave: Responsabilidad social; gestión empresarial; sostenibilidad; beneficios tangibles; beneficios intangibles.

* El artículo responde a las directrices desde el Grupo de Investigación de Mercadeo de la Universidad de Manizales, con el proyecto “Industria 4.0 y su relación con los ODS”, bajo la Línea de investigación Consumidor y entorno, así mismo al Semillero de investigación Producción y Consumo con el proyecto: Cultura de sostenibilidad enfocadas en acciones de consumo responsable en los estudiantes de la Umanizales. Educación para la sostenibilidad, ambos registrados en la Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad de Manizales, Colombia.

** Postdoctorado en Ciencias Humanas. Doctora en Ciencias Gerenciales. Magister en Gerencia Financiera. Economista. Docente Asociada a tiempo completo de la Universidad de Manizales, Colombia. Docente Titular (Jubilada) Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt, Venezuela. Integrante del Grupo de Investigación de Mercadeo. Integrante activa de la Red Académica Internacional de estudios organizacionales de América Latina, el Caribe e Iberoamérica - REOALCEI. Investigador vinculado con Doctorado nombrada por Colciencias - 2018. E-mail: yinmaculada@umanizales.edu.co  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7345-2214>

Towards social responsibility as a sustainability strategy in business management

Abstract

In this research two visions of Corporate Social Responsibility are presented; the first refers that the decisions made by management benefit its stakeholders and give both tangible and intangible results; while the second talks about the management of corporate social responsibility understood as the incorporation of actions in order to present social-environmental reports and reports. In order to clarify whether both are the same or one definition involves the other, in this article the objective is to identify the characteristics of corporate social responsibility in business management. The type of research is descriptive with a qualitative approach, in which a bibliographic review and interviews were carried out with 20 entrepreneurs from the City of Manizales in Colombia, obtained from two days of training in a Startup advisory event. Among the results, it was found that both visions of Corporate Social Responsibility coexist, differing both in their perspective and in their benefits and sustainability. Additionally, it was concluded that continuous monitoring, audits as well as external evaluations will guarantee that companies assume social responsibility as a way of doing business.

Keywords: Social responsibility; business management; sustainability; tangible benefits; intangible benefits.

Introducción

Definir la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (RSE) como un enunciado intrascendente sería un error. Esta ha ido evolucionando con el paso del tiempo originando cambios o diversidad en su concepción; tal como lo plantea Popper (1980), al afirmar “La ciencia no es un sistema de enunciados seguros y bien asentados, ni uno que avanza firmemente hacia un estado final” (p. 259), parafraseando a Popper con respecto a la RSE, ésta no es un sistema de definiciones concretas y firmes, ni uno que avance de manera predeterminada hacia un estado final; son enunciados que se van presentando según va variando el contexto de quien la va concretando, lo cual no quiere decir que son falsas o incorrectas.

Esta situación queda en evidencia, tal como lo señalan Daniel, et al. (2019), si se lee con detenimiento algunos interesantes estudios

comparativos sobre la literatura académica dedicada a la RSE que fueron recientemente publicados, sin embargo, esa diversidad conceptual ha sido recogida en la definición sobre RSE propuesta en la guía ISO 26.000 (Organización Internacional de Normalización [ISO], 2010), en la que es posible identificar la síntesis de varias de esas miradas y las teorías que las fundamentan. No obstante, la misma en ningún momento procesa un análisis teórico que enlace esas ideas en torno a una definición única del concepto.

Ahora bien, se puede afirmar luego de hacer una revisión bibliográfica sobre RSE y sus principales exponentes, que en un principio ésta viene a contrarrestar los efectos negativos ocasionados por el proceso productivo a la sociedad (Romero, 2010); posteriormente, al ambiente (Díaz, 2019); y con él a todo el ecosistema del planeta. Tal como fue referido en el Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europea (CCE, 2001), donde se define la RSE como la “integración

voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores” (p.7).

Es así como ya a finales del siglo XIX, se detallan situaciones como los problemas causados por los monopolios, el cual provocó que se aprobara la Ley Antimonopolio Sherman (2 de julio de 1890); la Gran Depresión de la Bolsa de Valores en los Estados Unidos (1929), que puso en jaque la forma de distribución de la riqueza; o como la Segunda Guerra Mundial (1941), donde se causaron daños humanos y ambientales; provocando que la sociedad cuestionara los métodos utilizados por las empresas, que en su empeño por alcanzar la riqueza y el desarrollo económico ignoraban las consecuencias de sus actos.

Adicionalmente, y en años más reciente, como se observa en el informe del Comité de Oxford de ayuda contra el hambre (OXFAM, 2019), se plantean hechos tales como el crecimiento del dinero en manos de los multimillonarios, sólo en el 2018 han crecido en 900.000 millones de dólares; mientras que 3.400 millones de habitantes, casi la mitad de la población, rozan la pobreza extrema. A su vez, el Informe sobre la Desigualdad Global de 2018 (Chancel, 2018) reveló que, entre 1980 y 2016, la mitad más pobre de la población mundial solo recibió 12 centavos por cada dólar de crecimiento de los ingresos a nivel mundial, frente a los 27 céntimos que ha obtenido el 1% más rico de la población. El cual indica que la riqueza está cada vez más concentrada en menos manos: En el 2018, 26 personas poseían la misma riqueza que 3.800 millones de personas, la mitad más pobre de la humanidad; en 2017, esta cifra era de 43 personas.

Las cifras anteriores, dejan en evidencia que las gestiones de Responsabilidad Social (RS) manejadas por la mayoría de las empresas, no han venido dando los resultados esperados por los organismos mundiales. Varios acuerdos, informes, normativas, han surgido desde las últimas décadas del siglo pasado, pero ¿Cuál ha sido el significado de la Responsabilidad Social Empresarial

o Corporativo (RSE o RSC), para que tales cifras no hayan solventado la desigualdad, la pobreza, la concentración de la riqueza en pocas manos en el detrimento de la mayoría de la población mundial?, sin plasmar el daño ecológico que también se ha causado.

Al analizar tal interrogante, surge otra pregunta con respecto a ¿qué están haciendo las empresas? ¿será que las empresas están gestionando la RS en vez de aplicarla en sus gestiones como estrategia? Para darle respuestas a estas interrogantes en este artículo se pretendió aclarar si ambas definiciones son iguales o si influyen en las estrategias que vienen aplicando las empresas en su actuar diario, llevándolas a implementar tácticas que guían sus gestiones en dos vías: 1. Realizar actividades populares, a veces no tiene que ver con su objeto social, pero sí a los fines de contar con indicadores y elaborar informes de RS; o 2. Realizar una integración en la estrategia y operaciones de las empresas en su gestión (Aguilar, Espinoza-Gutiérrez y Quesada, 2006); Caamal, Ávila y Ramírez, 2011), con el propósito de que la RSE sea parte de su plan estratégico y por ende en su actividad productiva y operaciones en generales.

Con el presente artículo se identificó estrategias que las empresas aplican cuando se hace referencia a la RS y la sostenibilidad de la biodiversidad en el planeta. A su vez el llamado de atención hacia las empresas en cómo se está gestionando la RSE, puesto que estas se pueden manejar de forma negativa, obteniendo un resultado diferente al esperado, que no aporte un elemento positivo al entorno tanto interno como externo y al medio ambiente.

1. Principales enfoques de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE no es un hecho nuevo dentro de las organizaciones, pero su definición o significado ha evolucionado con el correr del tiempo. Fue identificada en Inglaterra en el siglo XIX y escrita por primera vez en

un manifiesto de 120 industrias inglesas, el documento menciona mantener un equilibrio justo entre los interesados, públicos, consumidores, accionistas. Siendo, los principales defensores autores como Eliot en 1906; Hakley en 1907; y Clark en 1916, de acuerdo con Appio, Madrugá y Frizon (2018).

A mediados del siglo XX, autores como Bowen (1953); Frederick (1960); McGuire (1963); Davis (1967); Friedman (1970); Carroll (1979; 1991; 1999); Drucker (1984); entre otros, identificaron a la RSE como acciones que tiendan a devolver o reparar los daños que el proceso productivo ha ocasionado al ecosistema, traducidos como medir en beneficios que aportan a los diferentes *stakeholders* que directa o indirectamente puedan afectar, incluyendo el medio ambiente.

Posteriormente, en los años 80, se relaciona a la RSE con “las necesidades de responder a requerimiento de la sociedad” (Duque, Cardona y Rendón, 2013, p.6); “convertir un problema social en oportunidad económica y beneficio económico, en capacidad productiva, en habilidades humanas, en trabajos bien pagados y en riqueza” (Drucker, 1984, p.10); “las empresas y la sociedad están entrelazadas más que entidades diferentes; por lo tanto, la sociedad tiene ciertas expectativas para el comportamiento y resultados de negocios apropiados” (Wood, 1991, p.695); entre otros, apoyan tal visión.

Afirmaciones de tal índole, “exige a la empresa el cumplimiento de todas las responsabilidades “económicas, legales, éticas y filantrópicas” (Carroll, 1999, p.289). Asevera, además, que los años 90 fueron trascendentales para el concepto de RSE, por cuanto introduce las teorías de los *stakeholders*, la de la ética empresarial, la ciudadanía corporativa y el desempeño socio corporativo, en sus siglas en inglés CSP.

El devenir del nuevo milenio le trajo al concepto de la RSE, la introducción de las teorías del desarrollo sostenible, los negocios inclusivos. Surgen definiciones donde se involucra además al medio ambiente, tal es el caso de la Comisión de Comunidades Europeas (CCE, 2001), quienes la asocian con

los arreglos por el cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Por su parte, Porter y Kramer (2006) manifiestan que:

Al generar empleo, invertir capital, adquirir bienes y hacer negocios diariamente, las corporaciones tienen una profunda y positiva influencia sobre la sociedad. Lo más importante que una corporación puede hacer por la sociedad, y por cualquier comunidad, es contribuir a una economía próspera... Pero la RSC no debería tratarse sólo de lo que las empresas han hecho mal, por muy importante que esto sea. Tampoco debería tratarse sólo de hacer contribuciones filantrópicas a beneficencias locales, ayudar en situaciones de desastre o socorrer a los más necesitados, por muy meritorias que sean estas contribuciones. Los esfuerzos por encontrar valor compartido en las prácticas operativas y en las dimensiones sociales del contexto competitivo tienen el potencial no sólo de fomentar el desarrollo económico y social, sino de cambiar la forma en que las empresas y la sociedad piensan mutuamente una acerca de la otra. Las ONG, los gobiernos y las empresas deben dejar de pensar en términos de “responsabilidad social corporativa” y comenzar a pensar en términos de “integración social corporativa. (p.15)

Los autores, ya entendían que en el futuro para que éstas pudieran ser sostenible, o como planteaban dar soluciones auto sostenibles, las empresas deberían percibir la responsabilidad social como la construcción de valor compartido, y no como un control de daños o una campaña de relaciones públicas, para lo cual se requerirá un pensamiento de negocios radicalmente distinto. Proponen, además, una empresa bien gestionada que aplica sus vastos recursos, experticia y talento de gestión a los problemas que entiende y en los que posee un interés, puede tener un mayor impacto sobre el bienestar social que cualquier otra institución u organización filantrópica (Ormaza, et al., 2020).

Por lo que, si bien la RSE al ser reactiva, implica el ser un buen ciudadano corporativo y hacerse cargo de cada perjuicio social creado por la empresa, mientras que la RSE como

una visión estratégica es mucho más selectiva e implica un cambio desde lo interno de la organización, desde el núcleo central. Para Porter y Kramer (2006), las empresas estarían llamadas a abordar cientos de problemas sociales, pero sólo algunos representarían oportunidades de hacer un verdadero aporte a la sociedad. Las organizaciones que entiendan la importancia de relacionar la RSE como una ventaja comparativa la integran con sus estrategias centrales, con su forma de hacer negocio, lo cual generaría un factor diferencial e innovador ante su competencia.

Otros autores como Perrini y Tencati (2007), parten de que la RSE establece una nueva forma de hacer negocio, que combinan el éxito, la creación de valor con una actitud respetuosa y proactiva hacia las partes interesadas. En adición, las primeras décadas de este siglo pueden ser resumidas como iniciativas que fueron aumentadas por el surgimiento y expansión de organizaciones paraguas de la RSE, la consultoría de RSE, el interés en la comunidad inversora y el crecimiento de las iniciativas de RSE en educación más alta (Moon, 2005).

Es por lo antes expuesto, que otros autores definen a la RSE como un modelo que integra el respeto al ambiente, el ejercicio de los derechos humanos, derechos de los trabajadores y el compromiso con los grupos de interés, hasta la implementación, seguimiento así como evaluación, que genera un proceso de mejora continua y crea valor para los *stakeholders* (Viteri y Jácome, 2011; Rincon, Caridad y Salazar, 2017; Mendoza, Jaramillo y López, 2020).

Por su parte, Duque, et al. (2013) explican que la RSE “más que una moda en la gestión y los informes empresariales se constituye en un ejercicio clave en la evolución de las empresas” (p.196). Para finalizar y no menos importante se encontró un artículo de Moon y Knudsen (2018), que ofrece un marco de dos perspectivas sobre la RSE y el gobierno derivado de la literatura, donde plantean:

En la perspectiva “dicotómica”, la RSE y el gobierno se consideran fenómenos

totalmente separados y no relacionados. En la perspectiva “relacionada” se identifica una relación entre ellos. Cada una de estas perspectivas se divide en dos vistas. En la visión dicotómica “expresa”, la RSE se define como la exclusión del papel del gobierno. En la visión dicotómica “implícita”, la RSE se trata como si el gobierno no tuviera un rol, y el gobierno no se menciona. La perspectiva relacionada “integrada” enfatiza los efectos estructurales sobre la RSE de las políticas gubernamentales heredadas. El punto de vista “agencial” relacionado, enfatiza las opciones políticas contemporáneas de RSE del gobierno...La sección de Discusión evalúa la naturaleza, motivaciones e implicaciones de la política del gobierno para la RSE. El documento concluye argumentando a favor de la opinión “relacionada”, que las políticas gubernamentales para la RSE son integradas y agenciales. En términos más generales, propone que el gobierno es ubicuo para la RSE. Sobre esta base, rechaza la definición de RSE como “voluntaria” y sostiene, más bien, que la RSE conlleva diversos niveles de obligaciones según la naturaleza de su relación con la sociedad y el gobierno. (p.15)

Las dicotomías anteriores, se vienen planteando en el mundo desde hace varias décadas, la RSE es voluntaria u obligatoria, pero este no es punto de discusión en este documento. Lo cierto, es la necesidad del gobierno para motivar acciones de la ciudadanía corporativa, las cuales se hacen imprescindibles, como así quedan registradas en los 17 objetivos del Desarrollo Sostenible firmado en el 2015 por la Organización de las Naciones Unidas, que compromete a los países miembros.

Asimismo, la adopción de la Responsabilidad social por parte de las empresas como estrategia, se viene realizando con miras de lograr una gestión sostenible tanto en la parte económica como en lo social, ecológico; se busca un equilibrio que permita la justicia social y la sostenibilidad, tanto para las organizaciones como para el ecosistema del planeta.

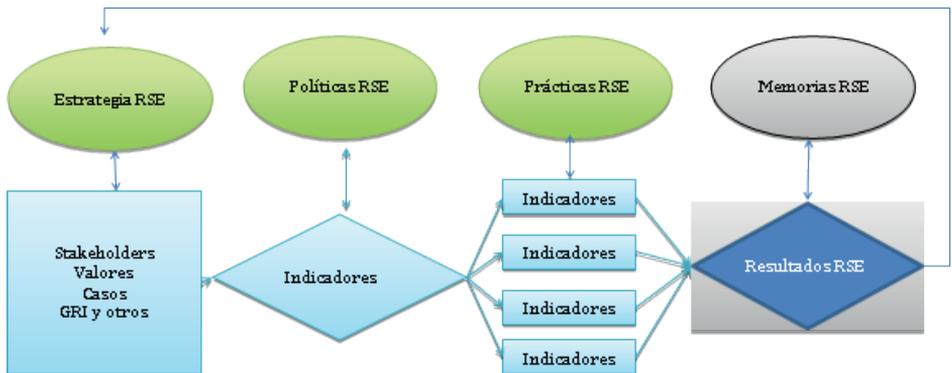
2. Ámbitos de la RS dentro de la empresa

Henaó, et al. (2020), afirman que la gestión “es importante para que las empresas comiencen a crear nuevos productos y servicios” (p. 68). Productos, bienes y servicios, que producidos y fabricados bajo un modelo de Responsabilidad Social en la gestión empresarial, permitirá que sean sostenibles tanto la organización como el impacto que este genere, disminuyendo y eliminando los negativos.

Para autores como Vilanova y Dinarès (2009), “no todas las empresas, a causa de su ámbito de actividad, dimensión y/o entorno, tienen las mismas necesidades o afrontan los mismos riesgos en lo que se refiere al desarrollo de la RSE” (p.10). La concepción de RSE de los autores era entender qué ámbitos o temas de la RSE tienen más impacto en la empresa en general; permite informar y gestionar internamente. Asimismo, consideran como *stakeholders* de la empresa: Trabajadores,

clientes, accionistas, proveedores, medio ambiente, comunidad, sector público y competidor.

En este sentido, Vilanova y Dinarès (2009) proponen un modelo de RSE para pequeñas y medianas empresas (pyme), que para los investigadores es considerado como un ejemplo de Gestión de la RSE y se puede apreciar en la Figura I, dicho modelo está diseñado con el propósito de emitir informes de RSE. Por otro lado, si bien es válido el modelo; la visión actual de la RSE debe estar integrada en el pensamiento estratégico de la empresa, lo que se podría describir según Jiménez (2013) y anteriormente expuesto por Moneva y Lizcano (2004): Gobierno Corporativo; Dirección estratégica; Gestión y control interno; Información corporativa; auditoría; certificación; inversión socialmente responsable; comunicación y reconocimiento externo; son necesarios para que la RSE sea más que una moda y empiece a ser parte integrada.

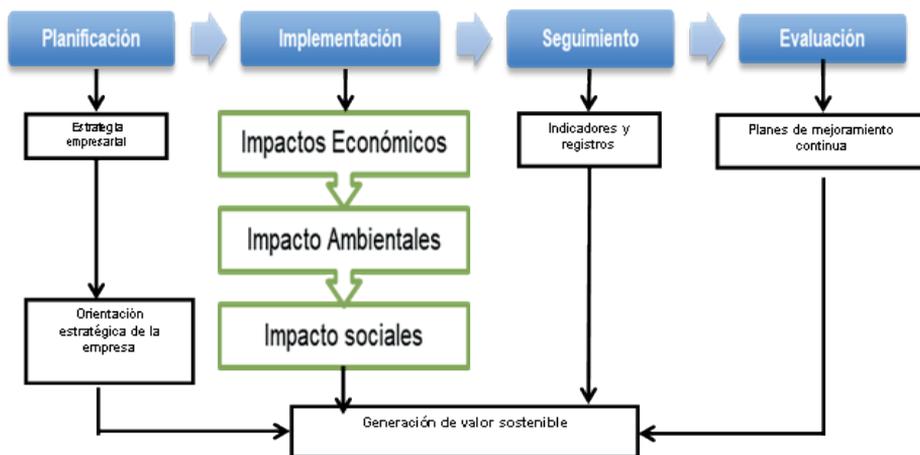


Fuente: Vilanova y Dinarès (2009).

Figura I: Diagrama descriptivo del modelo de RSE

Para la implementación de la RS como un modelo de gestión empresarial, deben darse cuatro etapas: “Planificación, implementación de medidas, control y seguimiento y evaluación” (Viteri y Jácome 2011, p.97). En la

Figura II, se observan las etapas mencionadas, así como los impactos que han de darse para que lleguen ser considerados como generación de valor sostenido por las empresas.



Fuente: Viteri y Jácome (2011).

Figura II: Modelo de Gestión para incorporar la Responsabilidad Social Empresarial

La sociedad está requiriendo de un modelo de gestión empresarial que tome en consideración, por un lado, las dimensiones sociales y medioambientales de sus actuaciones, y por otro, los intereses de sus grupos de interés o *stakeholders* (Puentes, Antequera y Velasco, 2008). La aplicación y la gestión de la RSE dependerá de las particularidades de la empresa así como de la visión de la gerencia quienes la promuevan, además, se deberá considerar sus objetivos a los fines de definir su gestión (Server y Villalonga, 2005), hecho que requiere la participación de sus *stakeholders* tanto en las decisiones estratégicas como en el proceso

productivo.

Partiendo del análisis anterior, se entenderá como Modelo de Responsabilidad Social en la Gestión Empresarial (MRSGE) aquella representación o paradigma que deberán seguir las empresas con sus actividades tanto interna como externa velando por el impacto que éstas ocasionan, sean positivos o negativos, en lo económico, social y ambiental (Romero, 2010; Viteri y Jácome, 2011; Rincón, et al., 2017; Mendoza, et al., 2020).

Adicional a lo ya expuesto, sobre cómo debe ser implantado un modelo de RS en la gestión empresarial, se debe dejar claro que éste inicia con una evaluación de los

impactos que las actividades tengan hacia sus *stakeholders* y con ello en sus dimensiones económica-social-medioambiental, para ello corresponde estar implantado como cultura organizacional entre sus *stakeholders* internos: Trabajadores, accionistas, directivos, aquellos parámetros que les permitan tomar decisiones que aboguen a la sostenibilidad empresarial-*stakeholders*-medioambiente de una forma ética.

3. Metodología

Para poder alcanzar el objetivo propuesto, se realizó una investigación de tipo descriptiva-documental con un enfoque cualitativo, elaborando un estado del arte de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el cual fue producto de una revisión bibliográfica, teniendo como fuentes secundarias artículos de revistas indexadas tanto en Scopus como Ebsco; así como, páginas web de organismos de relevancia mundial, entre otros y algunos autores de libros especialistas en el área.

Adicionalmente, se recurrió a páginas web de algunas empresas importantes localizadas en la ciudad de Manizales (Colombia) para indagar el estatus según la temática de estudio e identificar como es su visión de RSE. Por otro lado, se utilizaron fuentes primarias representadas en entrevistas no estructurada, realizada a 20 emprendedores del departamento de Caldas-Colombia. Lo anterior, permitió hacer un análisis reflexivo.

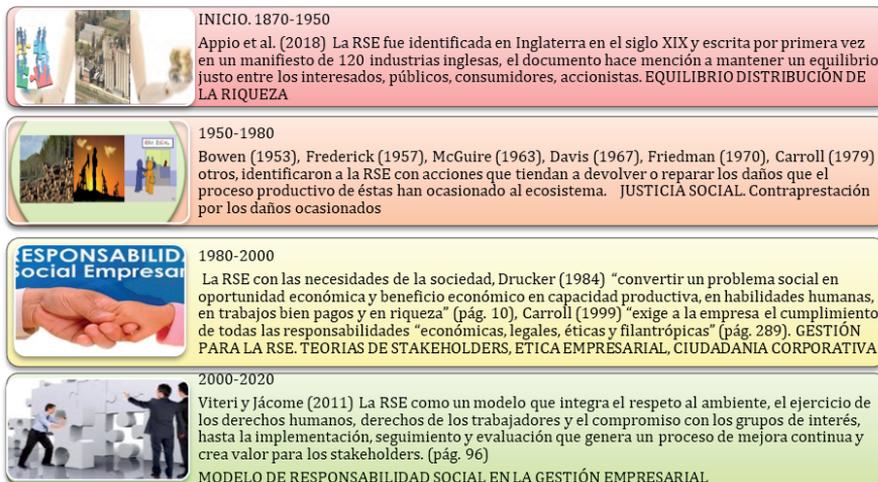
Los 20 emprendedores, fueron seleccionados del total de los atendidos por la investigadora en un evento de asesoría Startup (obtenidas producto de dos días de asesoramiento no consecutivo, fueron los días 10 de abril y 15 de mayo de 2019, realizadas en la ciudad de Manizales). De las unidades de estudios, el 30% poseían empresas

formalizadas y el 70% restante aún no habían formalizado las mismas; las intenciones de las asesorías eran para gestionar nuevos proyectos o impulsarlos, adicional, a los que tenían mínimo tres meses con sus emprendimientos, pero no habían formalizado sus empresas. Los casos iban desde proyectos para medir el Dióxido de carbono en el ambiente, pasando por cerveza artesanal, productos realizados a manos para eventos, jugos naturales, entre otros.

Para la entrevista, se realizó un cuestionario de siete (7) preguntas relativas a: Si estaban formalizada o no ante la Cámara de comercio u asociación respectivo, a qué se dedicaban, cómo ven la sostenibilidad, porqué le interesaría ser empresas socialmente responsables, cómo gestionan sus relaciones con los diferentes *stakeholders*, cómo se ven como emprendedores dueños de empresas con relación a la RSE, cuál estrategia aplicaban de RSE. Finalmente, los resultados de dichas encuestas fueron contrastados con los fundamentos teóricos y luego se derivó un cuadro que resume las características principales entre los dos tipos de enfoque: La Gestión empresarial de la RS y la RS en la gestión empresarial, con el fin de darle respuesta al objetivo establecido en la presente investigación y derivar las conclusiones respectivas.

4. Resultados y discusión

Luego de haber realizado la revisión bibliográfica acerca de cómo diversos teóricos han interpretado a la RSE durante el transcurrir de su historia, a continuación, se presenta en la Figura III de forma resumida los antecedentes de la RSE, se explica a través de cuatro (4) etapas que se pueden diferenciar claramente.



Fuente: Elaboración propia, 2020.

Figura III: Antecedentes de la Responsabilidad Social en la gestión Empresarial

En la Figura III, se visualizan los inicios de la RSE con la búsqueda del equilibrio justo, donde se trata de retribuir entre los grupos de interés (empleados y comunidad, además de los accionistas) de la empresa las utilidades producidas, a través de prestar soluciones a los problemas sociales (Correa, 2007). En esta etapa, las acciones sociales eran realizadas principalmente por los accionistas o propietarios de las empresas en nombre de éstas o por multinacionales o empresas grandes (Daniel, et al. 2019), época donde surgen muchas fundaciones.

Posteriormente, a mediados del siglo XX, se observa un cambio en la visión que se tenía para la definición de la RSE, en la cual la acción social de las empresas se dirigía a reponer los daños causados al medio ambiente y a la sociedad como consecuencias de sus procesos productivos, autores como Carroll (1979); Drucker (1984); Correa (2007); entre otros, lo afirmaban. Las empresas tratan de contrarrestar los efectos de sus actividades

productivas con acciones que beneficiaran al ecosistema.

Luego, a finales del siglo XX, se dio un cambio profundo en la definición de la RSE observadas en las décadas 80s y 90s, período en el cual inició la gestión de la RSE, debido a que las empresas se preocupan por evidenciar acciones permitiéndoles ser reconocidas como empresas responsables (Drucker, 1984). Como existe la necesidad de mostrarse como entes responsables, se busca la oportunidad social que le garanticen beneficios económicos a la vez que la denominación de empresas responsables. En esta época se le dio mayor importancia a lo que planteaba la pirámide de Carroll (1999) la dimensión ética (económico, legal, ético y filantrópico) y por lo tanto fue incluida.

Las últimas dos (2) décadas, las cuales corresponde a lo transcurrido del siglo XXI, ya se viene observando que la RSE debe ser un ejercicio clave en la evolución de las empresas (Duque, et al., 2013), por lo que, como afirman

Porter y Kramer (2006), las empresas deben evaluar sus alternativas de responsabilidad social con los mismos parámetros que analizan sus procesos productivos. A este tipo de definición se le podría identificar con la institucionalidad de la RSE o como la RS en la gestión empresarial.

Esta última definición, se entiende como lo afirman Viteri y Jácome (2011), la aplicación de la RS dentro de la planificación estratégica, no sólo redactarlo en la misión y visión de la empresa, sino que estarían tanto en los objetivos a largo plazo, así como en la formulación de las estrategias y asignación de los recursos.

La idea es que se garantice que todos los recursos (financieros, humanos, materiales, entre otros), estén a la disposición de los estamentos gerenciales, tácticos y operativos, con el objetivo de permitir a la empresa ser sostenible, es decir, obtener beneficios económicos a largo plazo con una gestión eficaz y eficiente en lo ético (sociales, ambientales, legales), logrando alcanzar su desarrollo sostenible.

Por otra parte, si se observan algunas guías que miden la RSE, al igual que realizar un Balance social “instrumento para medir y evaluar en forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de la organización” (Correa, 2007, p.100), tales como el *Global Reporting Initiative* (GRI), Normas ISO 26000 (*International Standard Organization*) de RSE, los Indicadores *Adec-Ethos*, entre otros; éstos permiten evaluar la incorporación de prácticas en los procesos de RSE, más no garantizan la sostenibilidad ética de la cual hacía mención Carroll (1999).

A continuación, se plantea información extraída de fuentes secundarias sobre las prácticas de RSE en organizaciones de la Ciudad de Manizales y de Colombia en general. Inicialmente, tomando como referencia algunas entrevistas realizadas a representantes de empresas y en comparación a lo planteado por Londoño y Mejía (2015), se pueden extraer:

1. Fenalco, firma con empresas seleccionadas un contrato donde evalúan la

RSE en ocho áreas diferentes para otorgar un certificado con sello distintivo, estas áreas son: Estado; medio ambiente; comunidad y sociedad; clientes y consumidores; proveedores; competencia; empleados y accionistas. Fenalco Manizales, tomó el convenio en el 2014. Participa en el Fórum Empresa, ésta es la red que promueve la RSE en Latinoamérica, Ethos de Brasil, el Pacto Global y el desarrollo de los 17 objetivos del desarrollo sostenible.

2. Riduco S.A. tienen el lema “Riduco Inyectando Futuro”. Se trabajó con un esquema y un comité de RSE, en compañía del comité de RSE de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Consideraba que la RSE es un tema de competitividad comercial para las empresas, no tanto a nivel nacional, pero si internacional. Asimismo, cuentan con varios programas que trabajan con la comunidad, tratan de mejorar las habilidades con su personal, entre otras actividades.

En adición a lo anterior y luego de revisar algunas páginas *web* de empresas públicas de Colombia que hacen vida en la ciudad de Manizales, se observan que:

1. Chec. Grupo Epm (Grupo Epm - Chec, 2019). Quien es la encargada de la generación, distribución y comercialización de la energía eléctrica. Anuncian en su página *web* que entienden a la Responsabilidad social como un principio estratégico en su gestión, por cuanto tienen identificados: RSE, gestión ambiental integral, iniciativas mundiales, informes de sostenibilidad y catalogados sus grupos de interés.

Adicionalmente, se identifican con un gobierno corporativo donde la empresa es dirigida, operada y controlada, buscando la eficiencia empresarial, la transparencia, coherencia en sus actuaciones, el respeto de quienes invierten y el cumplimiento de los compromisos con sus grupos de interés (Grupo Epm - Chec, 2019). Según la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS, 2012), la Gobernabilidad deberá proveer “la estructura para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para alcanzarlos y controlar los

resultados” (p.17).

Cuando la empresa analiza la RSE de igual forma que su proceso productivo, sucede lo que plantea Chec por ejemplo en lo relativo a su grupo de interés, permitiendo categorizarlos de la siguiente forma: Gente Chec - trabajadores, colegas, proveedores, contratistas, Estado, dueños, clientes, usuarios.

2. Bata Manisol S.A. al revisar su historia (Compañía Manufacturera Manisol S. A., 2017) se aprecia que es una multinacional que expandió sus operaciones a Colombia en 1968, al buscar políticas de RSE en su página no se encuentra una en particular, pero al leer sus antecedentes se visualiza que se autodefinen como una empresa multirracial, multilingüe y multicultural. La empresa especifica que desde 1917 su prosperidad económica es “compartida con las comunidades que trabajan y se benefician de la construcción de escuelas, habitaciones modernas, hospitales y tiendas cerca de las fábricas Bata” (p.1). Asimismo, en el 2010 se creó Bata *Children’s Program*, para hacer frente a la problemática social del entorno.

3. Casa Luker (Casa Luker, 2019), empresa fundada en 1904 en Manizales de “talla internacional”. En 1994 creó la fundación Luker, y como ellos mismos lo plasman en su página *web*, nace por su interés de hacer a Colombia un mejor lugar para vivir y educar a los niños. Su relación con los *stakeholders* es basada con los agricultores (proveedores), el medio ambiente, empleados, los clientes y sociedad.

4. Café Colombiano Juan Valdez (Juan Valdez, 2019), su primera tienda fue abierta en el 2002 en el aeropuerto el Dorado en Bogotá. En el 2010 se crea Procafecol “Conocida por desarrollar el concepto de negocio tiendas Juan Valdez”. Una de las estrategias utilizadas, es establecer alianzas para incrementar la distribución y comercialización de sus productos. Según información de su página *web*, se extrae que la organización se maneja a través de un Gobierno Corporativo, posee un programa de oportunidad laboral en alianza con *Best Buddies* Colombia, incrementando la participación social, educativa y laboral de las

personas con discapacidad. Además, brindan capacitación constante a sus empleados y adiestramiento a sus colaboradores y comunidad en general sobre el café y su cultivo.

Con el planteamiento de estas cuatro (4) Organizaciones se evidencia que, aunque son empresas grandes y que tienen oficinas a lo largo de toda Colombia, la visión de la RSE varía entre ellas. Mientras la primera, entiende que su grupo de interés es mucho más amplio en su contexto; la segunda, se concentra en sus trabajadores y comunidad aledaña; así como la tercera, guarda más relación con la primera; en tanto que la cuarta empresa, considera a sus colaboradores – trabajadores, personas con discapacidad, agricultores – proveedores y comunidad cafetera, sus principales grupos de interés.

Por otra parte, en la entrevista no estructurada que se les hizo a 20 emprendedores, de los cuales el 70% vienen funcionando como una empresa informal y el otro 30% han logrado formalizar sus empresas; se pudo contactar, que el 55% han visto en la sostenibilidad una oportunidad y han orientado sus ideas hacia la comercialización y servicio dirigidos a áreas como productos 100% naturales (artesanías, jugos), medición del dióxido de carbono CO₂, eventos, entre otros.

Adicionalmente, se pudo evidenciar que los emprendedores entrevistados, además de interesarse por las oportunidades y beneficios que pueden obtener por ser socialmente responsable, presentan debilidad en cómo gestionan sus relaciones con los diferentes grupos de interés claves o *stakeholders*, principalmente con los colaboradores o empleados. Asimismo, se observó que un 10% del total de los entrevistados, consideran que por ser socios u accionistas del negocio, no estiman sueldos para algunos de ellos, dependiendo de un segundo empleo.

También se evidenció una contradicción en un 5% de los entrevistados, los cuales solicitaban a sus colaboradores ser amables con los clientes, pero el sueldo que les cancelaban a sus empleados era por debajo del mínimo establecido por la ley, por lo cual

no estaban a gusto y no podían ser eficientes en su trabajo. Por otra parte, solo el 10% se preocupaban por sus proveedores o porque sus procesos sean socialmente responsables, el resto, un 75% no habían considerado ser socialmente responsables.

Es así como las situaciones descritas en las secciones que antecedieron a este párrafo permitieron elaborar el Cuadro 1, donde se puede apreciar las características, semejanzas y diferencias existentes entre la Gestión empresarial de la RS y la RS en la gestión empresarial, lo cual se muestra a continuación.

Cuadro 1
Características principales de la Gestión de la RSE y la RS en la gestión empresarial

	Gestión de la Responsabilidad Social	Responsabilidad Social en la gestión empresarial
Período de inicio	Década de los 80s	Siglo XXI
Definición	“La necesidad de responder a requerimiento de la sociedad” (Duque, et al., 2013, p.6); “convertir un problema social en oportunidad y beneficio económico, en capacidad productiva, en habilidades humanas, en trabajos bien pagados y en riqueza” (Drucker, 1984, p.10); “las empresas y sociedad están entretejadas más que entidades diferentes; por lo tanto, la sociedad tiene ciertas expectativas para el comportamiento y resultados de negocios apropiados” (Wood, 1991, p.695).	La RSE debe estar integrada en el pensamiento estratégico de la empresa, lo que se podría describir según Jiménez (2013) y anteriormente expuesto por Moneva y Lizcano (2004): Gobierno Corporativo, dirección estratégica, gestión y control interno, información corporativa, auditoría, certificación, inversión socialmente responsable, comunicación y reconocimiento externo, son necesarios para que la RSE sea más que una moda y empiece a ser parte integrada.
Stakeholders o grupos de interés	Accionistas, empleados, comunidad en general.	Directivos, empleados o colaboradores, clientes, accionistas, inversionistas, proveedores, ambiente externo, ambiente interno, comunidad, sector público, competidores.
Visión	Visión reactiva. Como consecuencias de sus procesos productivos y actividades. Se trata de contrarrestar el daño realizado al medio ambiente. Autores como Carroll (1979); y, Drucker (1984); se caracterizan por campañas de <i>marketing</i> y relaciones públicas. Dimensiones: Económicas, legal, ambiental y filantrópicas.	Visión proactiva – estratégica. Forma de hacer negocios, construcción de valores compartidos, guiada por el relacionamiento con su diferentes stakeholders o grupos de interés claves. Dimensiones: Económicas, ética, legal y filantrópica (Carroll, 1999). Se parte que debe de haber un cambio desde la cultura organizacional.
Paradigma (Karl Popper)	El modelo se mantiene vigente, principalmente en las micro, pequeñas y medianas empresas y persisten en algunas grandes empresas.	Coexisten con la anterior visión, la ejecuta principalmente, las grandes empresas, se observan estudios con intención de adaptación en las micro, pequeñas y medianas empresas. Esta integrada en el núcleo central de la organización, en la gestión, en la forma de hacer negocio, es decir, en la visión estratégica que se tiene de la empresa, por ende, el Gobierno corporativo está involucrado.
Gestión	Departamental (en la empresa) o creación de Fundaciones. No esta integrada con el Gobierno Corporativo y el negocio de la empresa.	Tangibles: Impacto económico, social y ambiental; registro, mediciones, rendición de cuentas y reconocimientos
Beneficios	Tangibles: Impacto económico, social y ambiental; registro, mediciones, rendición de cuentas y reconocimientos.	Intangibles: Previene riesgos, creación de valor, mejora la creatividad, fomenta el mejoramiento continuo, disminuye costos, atracción de nuevos inversionistas, mejoran las relaciones con sus grupos de interés claves.

Cont... Cuadro 1

Promocionan	Redacción de informes de sostenibilidad, reconocimiento, certificados.	Adicionalmente, a la redacción de informes de sostenibilidad con las evidencias, reconocimiento, certificados; aplican estrategias de mejoramiento continuo en sus procesos, actividades y operaciones.
Procedimiento	Aún cuando éste depende de la empresa, sector donde se ubique, los planes, las acciones no están relacionadas directamente con la visión estratégica de la empresa.	La RSE esta integrada con el núcleo estratégico y directivo de la empresa, donde cada proceso y actividad involucre impactos de RSE.
Recursos	Asignación de recursos complementario a la actividad productiva y operativa de la empresa.	Asignación de recursos por parte del pensamiento, planificación y direccionamiento estratégico de la empresa.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Entre las características identificadas en la Gestión de la RSE (décadas 80s y 90s) están: La necesidad de responder a requerimientos de la sociedad; accionistas, empleados, comunidad en general; poseer una visión reactiva; asignar una gerencia, departamento o personal dentro de la empresa, para que se ocupe de las actividades; las acciones, no están integradas con la dirección o planificación estratégica; por ende, los recursos son complementarios a los procesos productivos de la empresa.

Por su parte, en la descripción del modelo de RS en la Gestión Empresarial (inicios del siglo XXI) se destacan: Integración de la RS en las estrategias y operaciones de la empresa; la relevancia en sus impactos están alrededor de Directivos, trabajadores, clientes, accionistas, inversionistas, proveedores, medio ambiente, comunidad, sector público y competidores; poseen una visión proactiva, estratégica; promueve el mejoramiento continuo, la innovación y la competitividad; la RS está integrada en cada actividad involucrada con su proceso productivo; se asigna recursos en la planificación estratégica de la empresa; por lo tanto, reduce costos, identifica y previene el riesgo; así como detecta oportunidades.

Al tratar de hacer un análisis sobre las semejanzas entre los modelos, queda evidente que ambos buscan garantizar la sostenibilidad desde el contexto que les

permitía los especialistas, estudiosos del momento. Mientras que para finales del siglo XX, el mayor problema que se visualizaba era la relación con los empleados y clientes, garantizar la calidad; en contraste, para inicios del siglo XXI, la preocupación se centra en que tanto los gobiernos corporativos como los ciudadanos y los Estados busquen el desarrollo sostenible tanto en los económico, social, ambiental, además de garantizar los de sus *stakeholders*.

La principal diferencia, surge cuando se evalúa qué tan integrada está la RSE a lo interno de la organización, en su planificación estratégica, en su gobierno corporativo, en su estrategia de negocio, puesto que así se analiza a la RS de igual forma que el proceso productivo de la empresa, hecho que no sucede cuando la empresa gestiona a la RS, atiende problemas sociales, evalúa impacto en el medio ambiente, pero estas acciones son tomadas a parte de la actividad de la empresa, como plantean Porter y Kramer (2006). En otras palabras, la RSE se debería institucionalizar en cada organización, situación validada por planteamientos de FUNDEMAS (2012) sobre que la Gobernabilidad debe proporcionar la estructura que permita determinar los objetivos de la empresa, los medios para lograrlos, así como el control de los resultados.

Conclusiones

Con el transcurrir de los años y durante las últimas décadas, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tomado mayor trascendencia tanto para las instituciones, como para los gobiernos, clientes, proveedores, accionistas, comunidad en general; mayor ha sido la conciencia que se ha tomado por parte de los gobiernos corporativos y su influencia en el devenir histórico de futuras generaciones.

Entender que la RSE, vista como la acción social de las empresas a favor de corregir los daños que ellas causan al medio ambiente y a la sociedad como consecuencias de sus procesos productivos, no es suficiente. Las empresas, los gobiernos corporativos y su dirección estratégica, deben comprometerse aún más en la sostenibilidad del planeta y con todos los que coexisten en éste. Para lograrlo, se debe entender a la RSE, como una forma de hacer negocios donde exista un compromiso con la evaluación de sus alternativas en la toma de decisiones y los impactos que estos puedan ocasionar; la RSE debe ser vista con los mismos parámetros, la misma importancia que se analiza al tratarse de los procesos productivos.

Entre las principales semejanzas de las dos visiones confrontadas, se encuentra la necesidad de equilibrio del tridente económico, social y ambiental a los fines de garantizar la sostenibilidad de la empresa y del ecosistema en general: Por lo cual, deberá realizar un balance social de la gestión empresarial. Aunque todas las visiones se esbozan paralelamente en el siglo XXI, los hechos demuestran que la RSE debe plantearse a lo interior de la empresa, a los fines de garantizar no sólo la sostenibilidad de la organización sino del medio ambiente, del planeta y su ecosistema.

De igual manera, la diferencia fundamental se encuentra en que la RSE cuando se integra en la gestión de la empresa y por ende en su direccionamiento corporativo, garantiza los recursos necesarios para su ejecución.

El Gobierno corporativo y los grupos de interés claves, juegan un papel primordial

sobre el desempeño de la RS en la gestión empresarial, lo que implica realizar la ruta del camino, involucrando desde el inicio una gestión integrada que sea abarcada desde la planificación – visión estratégica de la organización-, en la cual se establece los objetivos a mediano y largo plazo, con los programas, proyectos, recursos, implicando involucrar la RSE en su modelo de negocio a través de las estrategias empresariales.

Para ello, se deberá visualizar y ejecutar su implementación evaluando los impactos económicos, sociales y ambientales, eliminando los considerados negativos. Además, será importante darle seguimiento continuo a través de los diferentes registros e indicadores utilizados para tales objetivos. Por último, la evaluación y auditorias que se harán antes, mediante y después de los procesos, a los fines de implementar el mejoramiento continuo, lo que apoyará la generación de valor sostenido para la empresa, la sociedad, el medio ambiente y sus diferentes *stakeholders* o grupo de interés.

Finalmente, las empresas deberán realizar las modificaciones, adaptaciones que requieren cada vez más la participación de inversionistas, profesionales, consumidores y en incremento de los proveedores, contratistas, Estado y comunidad en general, puesto que hay mayor conciencia sobre las consecuencias del comportamiento del ser humano en el planeta, y por lo tanto exigirán a las empresas, a sus gobiernos y a las personas ser sostenibles, permitiendo que la biodiversidad también pueda serlo.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, S., Espinoza-Gutiérrez, C. L., y Quesada, H. (2006). ¿Cómo integrar la estrategia de una empresa con su sistema de gestión de calidad? *Revista Tecnología en Marcha*, 19(1), 15.
- Appio, J., Madruga, B. P., y Frizon, N. N (2018). Responsabilidad Social Empresarial: Um estudo de caso à luz da concepção

- piramidal de Archie Carroll. *Sistemas & Gestão*, 13(3), 394-401. <https://doi.org/10.20985/1980-5160.2018.v13n3.1422>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibility of the businessman*. Harper.
- Caamal, I., Ávila, J. A., y Ramírez, J. (2011). Tendencias actuales de la responsabilidad social en las empresas de México. *Políticas Públicas y Economía*, 47-68. <https://bit.ly/3x62uBL>
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (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. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definition construct of business and society. *Business and Society*, 38(3), 268-295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Casa Luker (2019). Conoce nuestra historia. <https://www.casaluker.com/historia>
- Chancel, L. (Coord.) (2018). *Informe sobre la Desigualdad Global de 2018. Resumen ejecutivo*. World Inequality Lab. <https://wir2018.wid.world/files/download/wir2018-summary-spanish.pdf>
- Comisión de las Comunidades Europea - CCE (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Comisión de las Comunidades Europe. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>
- Comité de Oxford de ayuda contra el hambre OXFAM (2019). ¿Bienestar público o beneficio privado? Informe de Oxfam - Enero 2019. <https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/620599/bp-public-good-or-private-wealth-210119-es.pdf>
- Compañía Manufacturera Manisól S. A. (2017). Historia. <http://intranet.manisol.com.co/blog/index.php/historia/>
- Correa, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial balance social. *Semestre Económico*, 10(20), 87-102.
- Daniel, O., Alvarado-Peña, L. J., Sansores, E. A., y Navarrete, J. E. (2019). Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 281-299.
- Davis, K. (1967). Understanding social responsibility puzzle - what does businessman owe to society? *Business Horizons*, 10(4), 45-50.
- Díaz, P. G. (2019). Relación costo-beneficio de sistemas de gestión ambiental en empresas manufactureras venezolanas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(1), 143-155.
- Drucker, P. F. (1984). Converting social problems into business opportunities: The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 26(2), 53-63.
- Duque, Y. V., Cardona, M., y Rendón, J. A. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206.
- Frederick, W. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61.

- Friedman, M. (september 13, 1970). A Friedman doctrine - The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>
- Fundación Empresarial para la Acción Social - FUNDEMAS (2012). *Guía práctica de RSE para PYMES: Mejores prácticas para mayor productividad*. FUNDEMAS.
- Grupo Epm - Chec (2019). Gobierno corporativo. <http://www.chec.com.co/gobierno-corporativo>
- Henao, A. V., Bom-Camargo, Y. I., Ovalles, A. M., y Ocampo, O. L. (2020). Gestión de la innovación en empresas de economía solidaria de Caldas-Colombia. *Económicas CUC*, 41(2), 65-82. <https://doi.org/10.17981/econcuc.41.2.2020.Org.4>
- Jiménez, M. D. A. (2013). *La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. estudio de casos múltiples* (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, España.
- Juan Valdez (2019). *Café premiun colombiano*. <https://www.juanvaldezcafe.com/es-co/>
- Londoño, T., y Mejía, S. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas Jabonerías Hada S.A, Riduco S.A y Frigo centro de Manizales año 2014* (Tesis de pregrado). Universidad de Manizales, Manizales, Colombia.
- McGuire, J. W. (1963). *Business and society*. McGraw-Hill.
- Mendoza, D. L., Jaramillo, M. C., y López, D. D. (2020). Responsabilidad social de la Universidad de La Guajira respecto a las comunidades indígenas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2), 95-106. <https://dx.doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32426>
- Moneva, J. M., y Lizcano, J. L. (2004). Marco conceptual de la Responsabilidad Social. <https://ciberconta.unizar.es/leccion/medio13/MARCO%20CONCEPTUAL%20RSC.pdf>
- Moon, J. (2005). An explicit Model of Business-Society Relations. In A. Habisch, J. J. Martina y R. Schmidpeter (Eds.), *Corporate Social Responsibility Across Europe* (pp. 51-65). Springer. https://doi.org/10.1007/3-540-26960-6_5
- Moon, J., y Knudsen, J. S. (2018). Corporate Social Responsibility and Government. *Academy of Management*, 2018(1). <https://journals.aom.org/doi/10.5465/AMBPP.2018.12777abstract>
- Organización Internacional de Normalización - ISO (2010). *ISO 26000:2010(es) Guía de responsabilidad social*. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., y Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(3), 176-193. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33241>
- Perrini, F., y Tencati, A. (2007). *Corporate Social Responsibility: Un nuovo approccio strategico alla gestione d'impresa*. EGEA.
- Popper, K. R. (1980). *La lógica de la investigación científica*. Tecnos.
- Porter, M. E., y Kramer, M. R. (2006). Estrategia y sociedad: El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. *Harvard Business Review. América Latina*, 84(12), 42-56.
- Puentes, R., Antequera, J. M., y Velasco, M.

- D. M. (2008). La Responsabilidad Social Corporativa y su importancia en el espacio europeo de educación superior. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2740076>.
- Rincón, Y. A., Caridad, M., y Salazar, C. (2017). Responsabilidad social en universidades de gestión privada en Barranquilla. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIII(3), 48-62.
- Romero, N. (2010). La responsabilidad social corporativa: ¿Una estrategia de cambio hacia un modelo ético de desarrollo? *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XVI(3), 456-467.
- Server, R. J., y Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53), 137-161.
- Vilanova, M., y Dinarès, M. (2009). *Gestión de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en las pymes. Modelo de indicadores de RSE para pymes. Manual de uso*. Instituto de Innovación Social ESADE Business School. Universitat Ramon Llull. http://www.mas-business.com/docs/Modelo_indicadores.pdf
- Viteri, J., y Jácome, M. (2011). La responsabilidad social como modelo de gestión empresarial. *EIDOS*, 4, 92-100.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718. <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616>