

Responsabilidad social: una revisión sistemática para la generación de acciones voluntarias y filantrópicas

Social Responsibility: a Systematic Review for the Generation of Voluntary and Philanthropic Actions

Camilo-Enrique Barragán-Morales¹

Corporación Universitaria Americana – Barranquilla, Colombia
barragancamilo@coruniamericana.edu.co

Farides Medina-De Moya²

Corporación Universitaria Americana – Cartagena, Colombia
fmedina@coruniamericana.edu.co

Fredy Gómez-Pedroza³

Corporación Universitaria Minuto de Dios – Barranquilla, Colombia
fredy.gomez-p@uniminuto.edu.co

Joaquín-Pablo Sierra-Arias⁴

Universidad Libre – Cartagena, Colombia
pablosierra07@gmail.co

Cómo citar/ How to cite: Barragán, C., Medina, F., Gómez, F., Sierra, J. (2022). Responsabilidad social: una revisión sistemática para la generación de acciones voluntarias y filantrópicas. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 17(2), 285 – 304. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2022v17n2.9293>

Resumen

El propósito del presente artículo es describir la responsabilidad social en las empresas desde una revisión sistemática, teniendo en cuenta elementos tales como la filantropía y la voluntariedad, sin desestimar aspectos como lo económico, lo social y lo ambiental. Metodológica-

Fecha de recepción: 5 de mayo de 2022
Fecha de evaluación: 9 de junio de 2022
Fecha de aceptación: 30 de junio de 2022

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)
Published by Universidad Libre

- 1 Magíster en Administración e Innovación por la Universidad Simón Bolívar, Corporación Universitaria Americana, docente investigador.
- 2 Magíster en Administración por la Universidad Tecnológica de Bolívar, Corporación Universitaria Americana.
- 3 Ingeniero Financiero, Especialista en Gestión Pública, Magíster en Administración de Empresas, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Barranquilla - Colombia.
- 4 Contador Público. Magíster en Tributación. Docente de Pregrado del Programa de Contaduría de la Universidad Libre, Seccional Cartagena - Colombia. Docente de postgrado de la Universidad Tecnológica de Bolívar y de la Universidad San Buenaventura, Sede Cartagena, profesional en ejercicio. Investigador Asociado, adscrito al grupo de investigación Ciencia Libre de la Universidad Libre, Cartagena - Colombia.

mente, se empleó un enfoque cualitativo, sustentado en la herramienta de revisión bibliográfica documental, como mecanismo para explicar e interpretar los resultados, los cuales indican aspectos como sistemas de recompensas a colaboradores, construcción de espacios dirigidos a aumentar la calidad de vida donde se promueva la responsabilidad social empresarial, considerando los efectos de sus acciones en sus grupos de interés. Finalmente se concluye que estas acciones requieren de una articulación permanente entre distintos grupos de interés para su consolidación.

Palabras clave

Filantropía; organizaciones; Responsabilidad social; voluntariedad.

Abstract

The purpose of this article is to describe social responsibility in companies from a systematic review, taking into account elements such as philanthropy and volunteerism, without neglecting aspects such as economic, social and environmental issues. Methodologically, a qualitative approach was used, based on the documentary bibliographic review tool, as a mechanism to explain and interpret the results, which indicate aspects such as reward systems for collaborators, construction of spaces aimed at increasing the quality of life where it is promoted corporate social responsibility, considering the effects of its actions on its stakeholders. Finally, it is concluded that these actions require permanent coordination between different interest groups for their consolidation.

Keywords

Social responsibility; volunteerism; philanthropy; organization.

Introducción

Desde hace tiempo, se ha venido planteando que las empresas deben estar comprometidas con el impacto que generan en su entorno externo, propiciando condiciones ambientales y de calidad de vida en todos los actores, indistintamente de la actividad económica a la que estén orientadas. Esto es, considerando que tienen una función económica, además de una responsabilidad social y

ambiental, lo que resulta de lo importante de equilibrar los intereses de la organización, tanto sociales como institucionales (Nahuat, 2021; Hartman y Werhane, 2013).

Respecto a esto, Barragán et al. (2019) señalan que la responsabilidad social empresarial (RSE), deviene de una perspectiva de cambio en las organizaciones, relacionada con el desarrollo del entorno social, en un contexto de sustentabilidad y sostenibilidad. Se pretende, facilitar acciones voluntarias que beneficien a grupos de interés, construyendo conciencia empresarial mediante compromisos hacia la comunidad o sociedad, en coincidencia con el bien común, más allá del individualismo, fortaleciendo en las organizaciones la definición de altruismo, sin menoscabo de beneficios para la organización (Fifka y Berg, 2014).

Para Tiep et al. (2021), la RSE corresponde a un proyecto de desarrollo sostenible, vinculado con distintos actores involucrando aspectos ambientales, bienestar social, educación y calentamiento global. En este sentido, cuando el sector empresarial adopta la RSE, se ve beneficiada respecto a factores tales como; una positiva imagen, corporativa, valor de reputación, aumento en su valor, legitimidad social, y potencial de mercado (Togun y Nasieku, 2015, Bahta et al., 2020 y Hu et al., 2021)

Así entonces, la implementación de prácticas voluntarias de RSE genera ventajas para las organizaciones que las asumen como parte de su filosofía, apoyándose en un componente social, organizacional y táctico (García, Durán, Parra y Martínez; 2018), buscando, por tanto, el desarrollo de planes y proyectos de acción social, conjuntamente con sectores que hacen vida en su contexto, como es el caso de actividades de responsabilidad social para mitigar los impactos ambientales u optimizar el aprovechamiento de recursos (Barragán et al. 2019; Porto y Angarita, 2017; Urango, 2019).

De esta forma, las organizaciones, por su propia dinámica, pueden ser referentes en la construcción de actividades relacionadas con la responsabilidad social empresarial, promoviendo la inversión social en sus grupos de interés. De esta forma, apoyándose en sus capacidades se enfocan en producir productos y servicios sustentados en el rescate de los valores éticos y morales de los ciudadanos (Sisiruca y Salazar, 2014; Hernández, Muñoz y Barrios; 2017), generando conciencia sobre la conservación del medio ambiente, y reforzando los principios,

derechos y deberes que tienen como seres humanos (Paz et al, 2015; Chumaceiro, Hernández y Velazco, 2015).

Con el desarrollo de estas actividades, logran estimular una búsqueda constante para elevar su calidad de vida productiva, proponiendo un cambio de paradigma, aceptación y convicción en la medida en que sus acciones deben dirigirse en pro del beneficio de todos sus grupos de interés (Toro y Pavía, 2011; Hernández, Muñoz y Barrios; 2017).

Por otra parte, en contextos actuales de COVID-19, estas organizaciones se han visto en la obligación de establecer nuevos parámetros para llevar a cabo su actividad comercial y salvaguardar su operación; ello incentivo, entre otras cosas, cambios trascendentales en sus modelos de negocio, por ejemplo, migrar hacia una transformación digital, favoreciendo la sostenibilidad de las organizaciones (Moncayo y Dayanna, 2021); Barragán et al., 2019); Cazallo et al, 2019); Amato, 2016). En este orden de ideas, surge la necesidad de desarrollar una investigación que permita el análisis de la responsabilidad social empresarial, dentro de las dinámicas organizacionales.

Marco teórico

Responsabilidad Social Empresarial

Los antecedentes históricos de la RSE se remontan a los orígenes de las organizaciones que combinan capital y trabajo para generar riqueza y beneficios, aunque muchas veces las organizaciones para maximizar sus beneficios incurran en abusos laborales. Estas condiciones de explotación a la que eran sometidos los trabajadores, especialmente en la época de la Revolución Industrial, se constituyeron en las bases de la economía de las sociedades modernas ((Rabasa, 2005; Ceballos, 2017; Gonzalez et al, 2020).

En Colombia, durante la última década, la responsabilidad social ha adquirido una nueva dimensión asociada con el interés despertado en las organizaciones para integrar esta corriente en sus acciones, lo que exige una gestión detallada, superando lo anecdótico y filantrópico, inherente al desarrollo de estas acciones. Lo anterior de acuerdo con lo expresado por García et al. (2018), esto lleva a considerar la existencia de una pluralidad de acciones para el mismo concepto, dado que las organizaciones asumen a su conveniencia y percepción cómo abordar este tema a sus partes interesadas.

En palabras de Nowajewski et al. (2016), en la actualidad, no se pueden constituir empresas sin considerar los entornos sociales y medioambientales en los que se inserta, es decir, se hace necesaria la adopción de medidas y la integración de aspectos sociales y medioambientales en los objetivos de la empresa (RSE-Ecuador, 2016). El concepto de responsabilidad social empresarial RSE analiza, a partir de los pilares económico, social y ambiental, el impacto de las actividades de las empresas sobre la sociedad (Battaglia et al. 2014; Paulík et al., 2015).

De acuerdo con Aguilera y Puerto (2012), la responsabilidad social empresarial define el compromiso asumido por las empresas de cara a la sociedad en pro del desarrollo sostenible, a través de un equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social. En esta línea, Antelo y Robaina (2015) sostienen que “la responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general” (p.59).

Desde su perspectiva, Paz, Harris y Franco (2016) declaran que la RSE constituye todas aquellas prácticas que demuestran por parte de las organizaciones, apertura y sensibilidad hacia el medio ambiente, además de trabajar juntos por la sociedad y generar confianza. Al respecto, Bateman y Snell (2005: 147), afirman que “la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos en la sociedad y minimiza los efectos negativos”, es decir, aquellas actividades encargadas de estimular beneficios constantes para las comunidades relacionadas, mitigando el producto negativo de sus acciones.

Por su parte, Méndez (2005), describe la RSE como el conjunto de esfuerzos realizados por las empresas, en este caso, el sector de los medios impresos, para dirigir sus acciones hacia las preocupaciones sociales y ambientales, protegiendo dicho accionar encaminado al desarrollo de políticas de RSE en el Departamento del Atlántico. Para los propósitos de este estudio, la responsabilidad social empresarial se considera desde la perspectiva de Carroll (2015), quién la define como un instrumento que abarca las expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas puestas sobre las empresas por la sociedad.

El concepto planteado por Epstein (1987), el cual considera que la RSE se relaciona principalmente con el logro de resultados de decisiones organizativas sobre cuestiones o problemas específicos que tienen efectos beneficio-

Los más que adversos sobre las partes interesadas, hace que se entienda la RSE como el instrumento que abarca la triple perspectiva de la sostenibilidad (económico, social y ambiental) y que debe tener como objetivo la solución de problemas de forma satisfactoria que conglomeren a todos los stakeholders de la empresa.

La responsabilidad social empresarial implica el cumplimiento integral de la misión de la organización de acuerdo con sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos internos y externos, teniendo en cuenta las expectativas de todos sus participantes. En este sentido, Barragán et al. (2019) citando a González (2005), afirman que la responsabilidad social empresarial conlleva el desempeño comprometido hacia una mejora continua, lo que permite a la empresa aumentar su competitividad, respetando y promoviendo el pleno desarrollo de las personas, de las comunidades en las que opera, atendiendo las expectativas de todos sus participantes, como pueden ser: clientes o consumidores, proveedores, accionistas, autoridades, competidores, personal, directores, organizaciones sociales, medio ambiente (Paz, Harris y Franco, 2016; Freeman, 2010). Lo previamente expuesto, hace especial énfasis en los elementos que determinan la dimensión económica de la responsabilidad social, que indican, de manera específica, la generación de valor agregado entre empleados y accionistas, considerando no solo las condiciones del mercado sino también la equidad o la justicia.

Por otro lado, la responsabilidad social empresarial en su dimensión social interna implica la promoción de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral de sus trabajadores (Chumaceiro, Chirinos y Reyes; 2016), la responsabilidad total de los impactos sociales y ambientales de sus procesos y productos. Su dimensión social externa, lleva a la implementación de acciones seleccionadas para contribuir a la generación de condiciones que favorezcan el pleno desarrollo de las comunidades además de la preservación del patrimonio ecológico común.

Si bien es cierto que en teoría debería haber una voluntad altruista estimulada por el interés en el entorno en el que opera la organización, la realidad es diferente, de esta manera, las actividades socialmente responsables deben establecerse por ley, políticas públicas y fortalecerse con contribuciones del público y sectores privados.

De esta forma, las organizaciones conciben acciones de responsabilidad social de acuerdo con su impacto en el medio ambiente con el que están vinculados, cubriendo tanto al personal como a sus familias, dando importancia a las acciones de protección contra la degeneración ambiental, considerando la aplicación asertiva de la responsabilidad social empresarial, promovido por una apropiación francamente necesaria en estas organizaciones y generando contenido sobre este tema (Ferré y Tolotti, 2010, Chumaceiro y Hernández, 2012), que tienen el poder de influir en el comportamiento y las acciones de individuos, comunidades y organizaciones por igual.

Filantropía

Desde la perspectiva asociada a la filantropía, los aportes realizados por Porter y Kramer (2003) quienes relacionan las acciones de responsabilidad social con la ética, dando como ejemplo, la práctica de actos caritativos al prójimo, quienes, a su vez, asumen una posición positiva respecto a este tipo de actuaciones como facilitadores de ventajas competitivas para la empresa, por tanto, la utilización de recursos se dirige hacia la creación de valor de tipo social.

Sin embargo, estas acciones pueden llegar a ser malinterpretadas por la sociedad, en la medida que suelen incluir un trasfondo, vinculado a los posibles beneficios tributarios -y digo posibles, por cuanto es una cuestión de institucionalidad de cada nación- derivado de estas prácticas, sin dejar de lado el hecho de los métodos de “selección” de los grupos que se impactan con estas iniciativas, donde generalmente terminan siendo beneficiados aquellos grupos con los cuales existe una afinidad conceptual, produciendo así, un sesgo.

En esta línea de ideas, a nivel nacional, son importantes los beneficios tributarios dirigidos a motivar al sector empresarial al desarrollo de actividad en pro de la sociedad en la cual convergen, a través de la implementación de programas de RSE dentro de sus agendas corporativas, lo cual, para Torres y Cajigas (2015), es aprovechado por las organizaciones del país para reducir cargas tributarias y de impuestos.

Voluntariedad

Desde la perspectiva de la voluntariedad, Urán (2012) exponía que la RSE es el compromiso asumido por una empresa frente a la sociedad, partiendo de

esta base, se asume una postura hacia entender que la generación de utilidades no es la única manera para destacarse en el mundo empresarial, de hecho, autores como Epstein y Yuthas (2014) y García et al. (2019), refieren el impacto en términos de crecimiento y desempeño y efectividad empresarial, como producto de mejoras en las acciones dirigidas a mejorar el entorno conexo, bien sea desde lo social o lo medioambiental, ambas inclusive, lo cual es respaldado a través del trabajo mancomunado con organizaciones de distintos sectores, bien fueren públicos, privados o sin ánimo de lucro.

Con base en lo anterior, se puede decir que todas las organizaciones, tienen un impacto en el entorno, asociado de forma directa con su actividad económica, en este sentido, la exigencia por parte de clientes en general, es sentirse identificados con las organizaciones con las cuales tiene contacto, donde uno de los mecanismos puede ser, el conocimiento de aquellas actividades/acciones realizadas en pro de las comunidades, es decir, empresas que sean socialmente responsables, sin la obligación de una normativa jurídica, sino de cuenta propia, donde se penetren las esferas sociales, lo cual refleja una relación causal entre las acciones entabladas y el impacto producido por dichas acciones.

En este orden de ideas, Epstein y Yuthas (2014) relacionan la voluntariedad con el compromiso asumido por una organización frente a la sociedad, asumiendo una postura hacia entender que la generación de utilidades no es la única manera para destacarse en el mundo empresarial; por su parte, autores como Klein (2001), Comisión Europea (2001), y Klisberg (2003) asumen la voluntariedad como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores lo cual va en línea con lo planteado por el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (2004; 2018), el cual plantea el compromiso asumido por una organización en pro de mejorar la calidad de vida para contribuir al desarrollo de la economía a través de la satisfacción de sus grupos de interés.

Por su parte, Cruz, Vélez y Romero (2020) expresan que la voluntariedad resulta de la concientización por el impacto directo o indirecto producido por las organizaciones en función de sus procesos sobre los grupos de interés, en este sentido, se destaca el comportamiento libre de parte de la organización para instalar acciones que van más allá de las presiones legales o sociales, por tanto estrecha la relación con todos los niveles de la sociedad, por lo cual resulta fundamental su inclusión dentro de la estrategia de las organizaciones.

Metodología

La investigación presentada se clasificó dentro del tipo documental, puesto que realiza una revisión de literatura y, a partir de dichos hallazgos, se proponen una serie de acciones soportadas en el desarrollo de argumentos gracias a la revisión de diversas fuentes documentales (recursos bibliográficos, hemerográficos, reportes oficiales, entre otros), distinguidos en términos de confiabilidad y validez científica (Behar, 2008). De igual forma, el enfoque cualitativo inicialmente representa el estilo de manejo de datos más conveniente para esta investigación, por tanto, ya que se procuró por medio del desarrollo argumentativo, claro, preciso y profundo cada variable objeto de estudio, con el fin de retratar el estado actual de las mismas (Hernández et al. 2014).

La investigación utiliza, dada la naturaleza del proceso de investigación, una serie de herramientas, tales como buscadores académicos de primer nivel tipo SCOPUS y WOS, por mencionar algunos, para compilar información, real, veraz y fidedigna, tanto de la realidad como de la problemática a presentar, de forma que todo análisis y argumento establecido dentro de la investigación presente sustento válido y confiable para la comunidad científica, en este sentido, se presentan las herramientas y estrategias a utilizar por esta investigación para soportar el proceso transversal de revisión documental, de igual manera los criterios utilizados para su selección y tratamiento, los cuales son expuestos a continuación:

Periodicidad: Dentro del contexto de la investigación, se toma como consideración periódica el espacio entre los años 2016 – 2021.

Idiomas: En este sentido, se procedió a elegir artículos en idiomas inglés y español como aquellos de carácter relevante para el constructo teórico de la investigación.

Espacial: Fueron incluidos artículos a nivel mundial, siendo definidos en función de los idiomas mencionados, 50 artículos correspondientes a idioma inglés y 20 correspondientes a idioma español, ello sin considerar aquellos documentos utilizados como apoyo para la construcción argumentativa.

Acceso: La selección de documentos fue establecida con base en su disponibilidad de acceso, es decir, si hacían parte de lo conocido como Open Access.

El carácter documental exige contar con información de fuentes secundarias, destacando en este sentido, los artículos publicados en revistas científicas, se recurrió a fuentes secundarias entre libros resultados de investigación, artículos científicos, y otros recuperados desde SIREs de alto impacto los cuales han permitido la construcción argumentativa relacionada con lo teórico dentro de la investigación.

Es de destacar que en la comunidad científica el acceso, se fundamenta en la disposición del conocimiento científico de los investigadores en diferentes circuitos internacionales para su consulta, a partir de este principio emergen los Sistemas de Información y Resumen (SIREs), definidos por Minciencias (2017) como aquellos centros de acopio de información científica que diferentes comunidades académicas e instituciones generan para divulgar conocimiento científico; siguiendo a Miguel, Chinchilla-Rodríguez y De Moya-Anegón (2011), una masa crítica de la información científica se condensa en los SIREs: *Scopus* y *Web of Science*, a nivel internacional y en contextos como Latinoamérica, *SCIELO*, *REDALYC* y *LATINDEX*, sin desconocer otros sistemas que igualmente, aglutinan documentos científicos pero distinguiéndose dichos SIREs como aquellos de mayor cobertura de información científica pertinente y relevante para proyectos y actividades de ciencia, tecnología e innovación.

El proceso de revisión documental se establece en función de los autores teóricos relevantes en cuanto a sus aportes significativos relacionados con Responsabilidad Social Empresarial, esto con tal de conocer los aspectos principales que componen dichos temas y los diversos ejes temáticos de investigación, por tanto, se compila la documentación e información científica de carácter relevante y pertinente como: artículos en revistas científicas, libros de investigación y demás fuentes académicas; en el mismo sentido, se ha recurrido a documentos disponibles en la web, dicha contrapartida se denomina información de divulgación, pertinente para el desarrollo de investigación.

Con relación a la comprensión del problema de la investigación, fueron compiladas fuentes secundarias, las cuales fueron utilizadas en la construcción teórico-argumentativa donde se definen los conceptos relacionados a la RSE. Una vez se compile y analice la información, se procede a construir el documento de este trabajo. Por último, se realizan las recomendaciones y conclusiones conforme al objetivo de investigación trazado.

En una búsqueda inicial al concepto “corporate social responsibility” en la base de datos Scopus se encontró como resultado un total de 18.504 documentos, mientras que, al combinar “corporate social responsibility” y “Colombia” se encontraron 77 documentos para un total cercano a los 18.600 documentos sobre el tema (ver tabla 1).

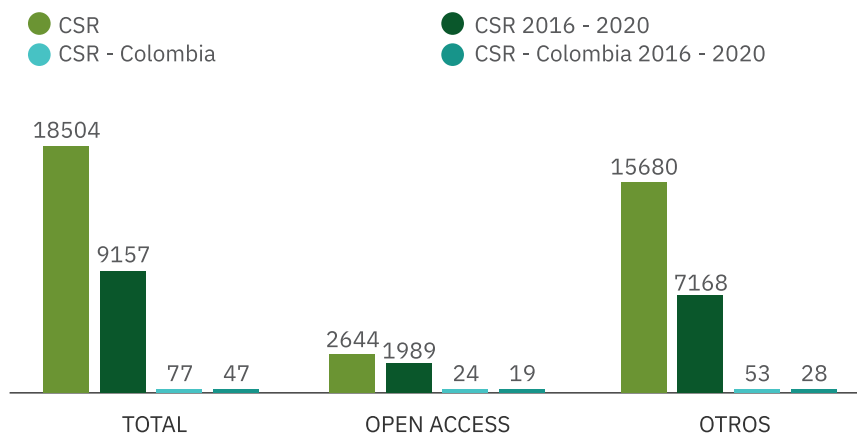
Tabla 1. Búsqueda preliminar de Literatura

Término de búsqueda	Base de Datos	Documentos resultados de búsqueda
“Corporate Social Scopus Responsibility”	Scopus	18.504 (2644*) (15680**)
“Corporate Social Scopus Responsibility” “Colombia”	Scopus	77 (24*) (53**)

*Open Access **Otros
Fuente. Scopus (2021)

Al refinar los filtros de búsqueda para ambas combinaciones, y acotar términos como “Corporate Social Responsibility además de “Corporate Social Responsibility” y “Colombia” en un rango de publicaciones entre 2016 y 2021, fueron encontrados un total de 9.157 y de 47 respectivamente (Ver Gráfico 1).

Resultados Búsqueda Base de Datos SCOPUS



Gráfica 1. Búsqueda preliminar de Literatura (Periodo 2016-2021) Fuente. Elaboración Propia basado en Información de Scopus (2021).

A partir de esta información, se procedió a consultar para la construcción teórico-conceptual referente al análisis de RSE un total de 70 referencias bibliográficas luego de la búsqueda realizada la base de datos SCOPUS, utilizando como instrumentos los argumentos y proyectos, los cuales fueron concebidos e interpretados desde una perspectiva analítica y crítica.

Resultados y Discusión

Como resultado de la revisión de la literatura, se formulan las siguientes acciones a manera de propuesta. En la tabla 2 se muestran las acciones diseñadas con base en la segmentación de los componentes sociales, ambientales, económicos, filantrópicos y de voluntariedad.

Tabla 2. Diseño de acciones RSE

DISEÑO DE ACCIONES RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	
Social	<ul style="list-style-type: none"> - Fijar sistema de recompensas para los colaboradores de acuerdo con los logros alcanzados - Generar información veraz, la cual permita construir criterio y pensamiento lógico - Identificación y control de diálogos con las partes interesadas de la comunidad - Abanderar campañas relacionadas con cuidados COVID-19 (Facilitar mascarillas, recordatorios en medios entre otros)
Económico	<ul style="list-style-type: none"> - Presupuestos destinados al surgimiento de planes - Rubros para capacitación de personal - Impactos económicos indirectos - Destinación de rubros presupuestales para responder a procesos de transformación digital
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Construcción zonas verdes en comunidades conexas - Dirigir campañas de concientización ambiental en temas neurálgicos como el cambio climático
Filantrópico	<ul style="list-style-type: none"> - Construcción de espacios de educación y desarrollo - Capacitación en sectores productivos dentro de comunidades conexas
Voluntariedad	<ul style="list-style-type: none"> - Creación hoja de ruta sectorial sobre RSE - Adherencia a planes de gobierno

Fuente. Elaboración Propia (2022)

Exponían Epstein y Yuthas (2014), que independiente de su actividad, todas las organizaciones generan impactos de tipo social; en este orden de ideas, se debe contar con acciones elocuentes y congruentes con las comunidades conexas y sus necesidades particulares, sin dejar de lado, la importancia del incremento en el desempeño como organización y agente de cambio para la sociedad, en consecuencia, resultaría de vital importancia para estas organi-

zaciones la ejecución de programas integrales en materia de responsabilidad social dispuestos a solucionar, o en su defecto, mitigar los problemas de sus comunidades conexas partiendo de una base social, más allá del hecho, que la responsabilidad social, de acuerdo con lo expuesto por Barragán et al (2019), signifique una pluralidad de acciones bajo un mismo precepto.

En lo económico, resulta importante establecer una serie de rubros destinados a la instauración de programas en RSE, los cuales puedan garantizar su permanencia dentro de las estrategias organizacionales a desarrollar por estas empresas, ello, permitirá la adherencia organizacional con las comunidades conexas; por otra parte, ambientalmente hablando, se habla del desarrollo de políticas que hilvanan los intereses organizacionales y la iniciativa de aportar al medio ambiente y a temas neurálgicos para la sociedad, como el cambio climático, aspecto refrendado por autores como Orozco y Arboleda (2018) quienes manifiestan la importancia del crecimiento organizacional en función del desarrollo humano, sin dejar de lado, las necesidades económicas de las empresas.

Con referencia al componente ambiental, Zimmerman (2013) exponía la importancia de crear un énfasis organizacional en lo medioambiental, de cara a generar sostenibilidad en sus comunidades conexas, para ello, mencionaba como necesario la gestión responsable de recursos y la construcción en conjunto empresa- sociedad de aspectos relacionados con ecología, reciclaje, medio ambiente entre otros; en esta línea de pensamiento Apospori et al (2012) defienden la integración del aspecto medioambiental en las actividades de las empresas.

En cuanto a lo filantrópico y voluntario, proponen Epstein y Yuthas (2014) el conocimiento de las necesidades de las comunidades conexas, sus necesidades y requerimientos, ello permitirá a las organizaciones establecer una hoja de ruta hacia el cual dirigir sus acciones y, a partir de eso, su impacto dentro de la sociedad como empresa, donde la base es, en primera medida, un sentido altruista, y en segunda medida, la capacidad de iniciativa y preocupación por el entorno en el cual convergen como organización.

En este sentido se permite establecer la importancia de la integración de las perspectivas de responsabilidad social empresarial mencionadas, así como otras que hacen parte del amplio compendio de lo que concierne a la RSE, las organizaciones podrán multiplicar los esfuerzos percibidos, al ejecutar acciones de responsabilidad social empresarial. Por lo tanto, es necesario que, para el

surgimiento e implementación de tales acciones, las organizaciones tengan un carácter voluntario, que motive una filosofía filantrópica o altruista dentro de sus acciones, además de la dirección en gran magnitud de estas acciones hacia la preservación del patrimonio ecológico, que va más allá de simplemente preservar el entorno en el que opera tal como se presenta.

Si no, igualmente, tomar la iniciativa dentro de la sociedad para acercarla a la importancia de la naturaleza y hacer que el medio ambiente sea más sostenible para las generaciones futuras, dándose cuenta de manera práctica de lo que propuso Guédez (2006), un acercamiento entre sociedad y naturaleza, asumiendo los efectos previstos que se lograrán mediante el uso de su capacidad de difusión.

En términos generales, la apropiación de RSE por parte de las organizaciones daría entrada a la generación de cambios significativos en el territorio en que se desenvuelven, en términos específicos, estas acciones o iniciativas, según lo expuesto por Barragán et. Al (2019), consideran una pluralidad de posibilidades, puesto que cada organización concibe la responsabilidad social empresariales y sus diferentes postulados o perspectivas a su conveniencia, haciendo consideraciones en referencia a su sector y el posible impacto positivo generado dentro de sus partes interesadas, como el producto de estas acciones, sin descuidar, de qué manera se pueden beneficiar económicamente.

Conclusiones

Respondiendo al propósito de la investigación, se analizó la responsabilidad desde una técnica bibliográfico-documental, a partir de ello, fueron propuestos una serie de objetivos por la investigación, entre los cuales, se encuentra, la identificación de referentes teóricos en materia de responsabilidad, en este sentido, la investigación encontró un compendio de autores, de acuerdo con la línea de pensamiento establecida por la investigación. Una vez identificados estos referentes, se procedió a diseñar acciones de responsabilidad social empresarial.

En este sentido, las acciones propuestas están enfocadas en cinco (5) factores, donde las alianzas con organizaciones, en articulación con empleados y demás comunidades, esto incluye las acciones medioambientales, además de indicadores de medición para los programas de responsabilidad social donde prima la participación de stakeholders externos a la empresa.

Con la finalidad de satisfacer el objetivo del presente artículo, el cual giró en torno a formular acciones de RSE, en este sentido, es válido destacar que dichas acciones son construidas desde los aspectos sociales, económicos, ambientales, filantrópicos y voluntarios, a partir de esto, fue expuesta la relevancia de poner marcha a programas integrales de RSE como mecanismos de respuesta a las necesidades específicas de las comunidades cercanas al área de impacto de las organizaciones

En conclusión, la implementación de RSE debe extenderse progresivamente en las empresas como consecuencia de las exigencias del entorno en comunión con las intenciones empresariales. En esta línea de pensamiento, gestionar la responsabilidad social requiere de actuaciones incluidas en el núcleo de las compañías y su proyección como organización estar sustentada en este aspecto, dadas sus posibilidades a la hora de generar ventajas competitivas; en este sentido, instaurar acciones de RSE en concordancia con lo expuesto por la relación entre dichas acciones y sus efectos dentro de las organizaciones.

Por otra parte, la apropiación de la responsabilidad social empresarial basada en modelos de nuevas tendencias resulta vitales para las organizaciones, la cual, si bien no es propiamente teoría de Responsabilidad Social Empresarial, amplían el espectro del principio de una organización que gestiona y lidera iniciativas con enfoque social. Aspectos como el carácter voluntario buscan encontrar soluciones consistentes y sobre todo sostenibles a los distintos problemas que afligen a sus partes interesadas, sirviendo como mecanismo de apoyo a la perspectiva de gestión, con el objetivo de convertirse en agentes transformadores de cambio para la sociedad, que no solo operen para la obtención de beneficios económicos, sino también que consideren las necesidades de su entorno inmediato.

Por todo lo anterior, se recomienda, la articulación de los esfuerzos organizacionales para impulsar las iniciativas de responsabilidad social hacia los actores involucrados en el proceso (Yepes et. Al, 2007; León, 2015) De igual forma, se recomienda que la aplicación de estas acciones se vea en mayor medida, motivadas por los principios autónomos de cada organización, estableciendo así precedentes para la integración de organizaciones de diferentes naturalezas.

De igual forma, se recomienda, desde lo particular de esta investigación, una ampliación del espectro de desarrollo, es decir, el establecimiento de diversas estrategias metodológicas, por ejemplo, la aplicación de instrumentos

de medición acordes con el sector, los cuales permitan robustecer los estudios realizados, y por ende, una formulación de estrategias que permitan a estas organizaciones operar en nuevos horizontes asociados a la incorporación y apropiación de RSE dentro de su estructura empresarial.

Para investigaciones futuras, se plantea la consideración de este documento como base de tipo teórica para la construcción de nuevos materiales de producción científica que permitan contar con una abundante bibliografía que vislumbre un panorama amplio respecto a la problemática, así mismo, la utilización de herramientas metodológicas tales como la revisión documental-bibliográfica como insumo principal para acercar realidades con las acciones implementadas a nivel mundial, ello, dirigido a la creación de productos científicos con posibilidad de ser divulgados a nivel internacional.

Referencias

- Antúnez, A. M. C., Morales, C. E. B., & Araujo, D. R. S. (2019). La sostenibilidad global en una empresa de transporte urbano de viajeros en autobús: Estudio de caso. In Memorias del III Congreso internacional en administración de negocios internacionales (CIANI): Retos y oportunidades del desarrollo sostenible en los negocios internacionales (pp. 28-42). Universidad Pontificia Bolivariana.
- Aguilera, A y Puerto, P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y gestión*, N° 32 ISSN 1657-6276 Universidad del Norte, 1-26, Colombia.
- Bahta, D., Yun, J., Islam, M. R., & Ashfaq, M. (2020). Corporate social responsibility, innovation capability and firm performance: evidence from SME. *Social Responsibility Journal*. Ahead-of-print (ahead-of-print) <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2019-0401>
- Bateman, T. S. & Snell, S.A. (2005). *Administración: Un nuevo panorama competitivo*. (4a ed., pp.147, 150-151). México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Barragán Morales, C. E. (2021). Responsabilidad social empresarial: un análisis basado en la literatura.
- Barragán Morales, C. (2021). Modelos de triple fondo como respuesta a la reactivación económica. *Revista ADGNOSIS*, 10(10), 9–10. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.10.10.465>
- Barragán Morales, C. (2020). La investigación como eje para el desarrollo empresarial. *Revista ADGNOSIS*, 9(9), 8–9. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.9.9.445>

- Barragán Morales, C., García-Guilianny, J., Meza-Rodríguez, V., Mercado Zapata, M., & Olarte Durán, L. (2019). Corporate Social Responsibility in print media in the Atlántico and Magdalena departments (Colombia). *Económicas CUC*, 41(1), 187.
- Barragán, C., García Guilianny, J. E., Meza Rodríguez, V. A., Mercado Zapata, M., & OLARTE, L. (2019). Responsabilidad social empresarial en medios impresos en los Departamentos del Atlántico y Magdalena (Colombia). *ECONÓMICAS CUC*.
- Battaglia, M., F. Testa, L. Bianchi, F. Iraldo y M. Frey (2014), Corporate Social Responsibility and Competitiveness within SMEs of the Fashion Industry: Evidence from Italy and France, *Sustainability*, 872-893
- Caro, F. J. (2006), *Gestión de Empresas Informativas*, Madrid: McGraw Hill.
- Cazallo, A.; Barragán, C.; Meñaca, I.; Lechuga, J.; Uribe, C. y Martínez, H. (2019). Mercosur y la Alianza del Pacífico. Dos modelos de competitividad – país. *Revista Espacios*, 40 (18), 26 - 37.
- Ceballos Betancur, W. A. (2017). Tendencias de la responsabilidad social universitaria (RSU) de las instituciones de educación superior (IES) en la ciudad de Medellín - Colombia. *Revista Ad-Gnosis*, 6(6), 85–100. <https://doi.org/10.21803/adnogsis.v6i6.193>
- Chumaceiro, A. y Hernández, J. (2012). La legislación tributaria venezolana como promotora de la responsabilidad social empresarial. *Revista OIKOS*, 16(33), 53–68.
- Chumaceiro, A., Chirinos, E. & Reyes, I. (2016). Antecedentes de políticas y organizaciones sociales orientadas a la promoción de la responsabilidad social empresarial en el siglo XX. *Búsqueda*, 3(16), 20-32. <https://doi.org/10.21892/01239813.163>
- Chumaceiro, A., Hernández, J. & Velazco, J. (2015). Reflexiones sobre los modelos de políticas públicas de responsabilidad social empresarial en Europa. *Revista OIKOS*, 19(39), 77-91
- Fedriani, E. M., & Romano Paguillo, I. (2017). Análisis cualitativo comparativo difuso para determinar influencias entre variables socioeconómicas y el rendimiento académico de los universitarios//Fuzzy-Set Qualitative Comparative Analysis to Determine Effects from Socio-Economical Factors and University Students Performance.
- Ferré, C. & Tolotti, C. (2010). Un modelo de análisis en Latinoamérica: La responsabilidad social corporativa (RSC) de las empresas de comunicación [A model of analysis in Latin America: corporate social responsibility (CSR) of the media companies]. *Cuadernos de Información*, (27), 97–110. Doi: 10.7764/cdi.27.26

- Fifka, M. S., y Berg, N. (2014). Managing corporate social responsibility for the sake of business and society. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(5), 253-257.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- García, J., Cazallo, A., Barragan, C. E., Mercado, M., Olarte, L., Meza, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia. *Revista ESPACIOS*, 40(22).
- García, J., Durán, S.E., Parra, M.A., & Caraballo, H. R. M. (2018). Inserción, integración y equidad en el ámbito laboral: Escenario empresarial posconflicto en Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 24(3), 36-49.
- Gonzalez Beleño, C. ., Rodríguez Arias, C. ., & Cabarcas Solano, A. . (2020). Calidad de la Gerencia: un análisis bibliométrico. *Revista Ad-Gnosis*, 9(9), 109–118. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.9.9.442>
- González, M. (2005). *Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá: Grupo Editorial Norma Boletín Económico de Información Comercial Española, Volumen 2813, PP.: 45-58, agosto septiembre
- Guédez, V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial*. Caracas: Editorial Planeta.
- Hartman, L. P. & Werhane, P. H. (2013). Proposition: Shared value as an incomplete mental model. *Business Ethics Journal Review*, 1(6), 36-43.
- Hernández, H., Muñoz, D., & Barrios, I. (2017). Estilos gerenciales y su influencia en la generación de valor de las Instituciones Prestadoras de Salud de la Región Caribe. *ECONÓMICAS CUC*, 38(1), 133-146. <https://doi.org/10.17981/econcuc.38.1.06>
- Hernández; R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Huerta, E. & García, J. (2009). Estrategias de gestión ambiental: Una perspectiva de las organizaciones modernas. *Revista Clío América*, 3 (5), 15-30
- Hu, Q., Zhu, T., Lin, C. L., Chen, T., & Chin, T. (2021). Corporate social responsibility and firm performance in china's manufacturing: A global perspective of business models. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su13042388>

- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social. (Ethos 2011) Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial.
- Klisberg, B. (2003). Responsabilidad Social para Latinoamericanos. Madrid: Editorial Deusto.
- León, M. C., & León, R. C. (2015). La responsabilidad social empresarial, en el sector alimenticio venezolano. *Revista Negotium*, (30), 87-107.
- Méndez C (2005), La responsabilidad social de empresarios y de empresa, Caracas: Grupo Editorial Strategos Consultores.
- Mendel, J. M., & Korjani, M. M. (2013). Theoretical aspects of Fuzzy set Qualitative Comparative analysis (FsQCA). *Information Science*, 237, 137-161.
- Moliner M (2004). Marketing social la gestión de las causas sociales. Madrid: Editorial. ESIC.
- Nahuat Román, Bernardo, Rodríguez Vargas, Miriam, & Gómez de la Fuente, Ma del Carmen. (2021). Innovación, Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas. *Investigación administrativa*, 50(128), 12801. Epub 23 de agosto de 2021. <https://doi.org/10.35426/iav50n128.01>
- Nowajewski, F., A. Pérez y E. Schlesinger, Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Evolución, Presente y Futuro. Departamento de Ingeniería Civil Industrial, Universidad de Chile, Chile (2016)
- Paulík, J., M. Sobeková, M., T. Tykva y M. Cervinka, Application of the CSR measuring model in commercial bank in relation to their financial performance, *Economics and Sociology*, 8 (4), 65-81 (2015)
- Paz, A., Harris, J., & Franco, F. (2016). Responsabilidad social gestión compartida con el emprendedor social en empresas mixtas del sector petrolero. *ECONÓMICAS CUC*, 37(2), 47-68. <https://doi.org/10.17981/econcuc.37.2.2016.03>
- Pelekais, C., Finol, M., Neuman, N., & Parada, J. (2012). El ABC de la investigación. *Maracaibo. Venezuela*.
- Pérez Espinoza, J.M., Espinoza Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad [seriada en línea]*, 8 (3). pp. 169 - 178. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>

- Porto Solano, A., & Angarita Álvarez L. (2017). Estructuras organizacionales: nuevas tendencias. *Revista Ad-Gnosis*, 6(6), 77–83. <https://doi.org/10.21803/adnognis.v6i6.192>
- Rabasa, B. (2005), *Marketing Social*, Madrid: Editorial Pirámide
- Ragin, C. C. (2009). Qualitative Comparative analysis using Fuzzy sets (FsQCA). *Configurational Comparative methods: Qualitative Comparative analysis (QCA) and related techniques*, 51, 87-121.
- Simanca, J. A., Araujo, D. S., Porras, L. S., Vilorio, M. R., Morales, C. B., & Guiliany, J. G. (2019). Efectos de los Stakeholders sobre el turismo sostenible en Barranquilla. *Liderazgo Estratégico*, 9(1), 82-96.
- Sisiruca, M., & Salazar, C. (2014). Valores éticos de la responsabilidad social interna en centros de producción audiovisual. *ECONÓMICAS CUC*, 35(1), 79-90. Recuperado a partir de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/259>
- Tiep, L. T., Huan, N. Q., & Hong, T. T. T. (2021). Effects of corporate social responsibility on SMEs' performance in emerging market. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1878978. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1878978>
- Torres, D. V., Morales, C. E. B., Herazo, S. A. H., Rodríguez, V. A. M., & Guiliany, J. E. G. (2017). Responsabilidad social empresarial: una aproximación teórico-conceptual. *Liderazgo Estratégico*, 7(1), 108-118.
- Togun, O. R., & Nasieku, T. (2015). Effect of corporate social responsibility on performance of manufacturing companies in Nigeria. *International Journal of Current Advanced Research*, 4, 228–233. <https://www.journalijcar.org/issues/effect-corporate-social-responsibility-performance-manufacturing-companies-nigeria>
- Toro, J. A. O., & Pavía, C. F. (2011). Los Stakeholders de las empresas de comunicación en el ámbito de la responsabilidad social corporativa. *Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones*, (25), 107.
- Urango de la Rosa, Y. . (2019). Marketing digital como recurso táctico para las microempresas. *Revista Ad-Gnosis*, 8(8). <https://doi.org/10.21803/adnognis.v8i8.372>
- Weiss, W. J. (2006). *Ética en los negocios: Un enfoque de administración de los Stakeholders y de casos* (4a ed.). México: Thomson.
- Yepes, G. A., Peña, W. & Sánchez, L. F. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia