

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS BASADO
EN LA LITERATURA****Presenta:**

CAMILO ENRIQUE BARRAGÁN MORALES

Proyecto de grado como parte de los requisitos para optar al título de:*Magister en Administración de empresas e Innovación***Directora:**

PhD. INDIRA MEÑACA GUERRERO

Codirector:

Mg. CARLOS URIBE URÁN

RESUMEN

Las organizaciones están llamadas a la creación de vínculos, los cuales fomenten las condiciones ambientales y el bienestar general de sus grupos de interés, lo cual hace parte de una acción socialmente responsable independientemente de su actividad económica. Es decir, las organizaciones cumplen funciones de tipo social y ambiental, más allá de sus funciones económicas; lo cual nace a partir del equilibrio de intereses de la empresa, bien fueren de tipo institucional o social, ello supone una exigencia social hacia una conducta empresarial responsable, la cual esté por encima de la maximización de ganancias.

La responsabilidad social empresarial (RSE), hoy día, toma relevancia en su aplicación dentro de las organizaciones, no solo por el auge y tendencia a nivel empresarial con la que cuenta, sino porque su aplicación, ofrece condiciones que facilitan la

sustentabilidad, mediante una serie de procesos que se ponen en marcha, gracias a la implementación de programas integrales en esta materia.

El objetivo de la investigación consistió en analizar la responsabilidad social empresarial mediante una revisión documental para la fundamentación de acciones de esa literatura académica en las empresas de medios impresos del departamento del Atlántico, para, a partir de ello, diseñar acciones a implementar en correspondencia a la responsabilidad social, las cuales permitieran la instauración de programas, en este sentido, la investigación buscó, en primera medida, establecer los referentes teóricos representativos en responsabilidad social empresarial para la determinación de acciones sociales, para luego determinar las acciones de responsabilidad social empresarial implementadas por las empresas de medios impresos a nivel mundial para la proposición de acciones sectoriales

En este orden de ideas, metodológicamente la investigación desarrolló un enfoque cualitativo, para ello, fueron revisados 70 documentos de diversos circuitos dentro de la comunidad científica encaminados a profundizar el conocimiento y la solución de la problemática través del cual se establecieron los lineamientos para la construcción de resultados y las posteriores conclusiones.

En cuanto a los resultados se refiere, se encontraron en este franco, las acciones implementadas por estas organizaciones, están enfocadas en cinco (5) aristas, siendo las alianzas estratégicas, la articulación de actividades entre empleados y comunidades conexas, las acciones ecológicas, nuevos indicadores de medición para programas en RSE, sumado a la participación de grupos de interés externos a estas organizaciones, estos grupos cumpliendo las funciones de agentes de apoyo en el desarrollo y crecimiento de los

programas instaurados por estas organizaciones representan los hallazgos de la investigación en aras de la satisfacción del objetivo establecido.

Con la finalidad de satisfacer un tercer objetivo específico propuesto por la investigación, el cual estaba dirigido a diseñar acciones de responsabilidad social empresarial para estas organizaciones, es importante destacar la construcción de acciones en cinco (5) frentes: social, económico, ambiental, filantrópico y voluntario, para lo cual se estableció la importancia de llevar a cabo programas integrales en respuesta a las necesidades particulares de las comunidades conexas en las cuales convergen estas organizaciones.

En conclusión, la implementación de RSE en las empresas de medios impresos del departamento del atlántico debe extenderse de manera progresiva en consecuencia con las diferentes presiones por parte del entorno en conjunto con la propia conciencia empresarial. La gestión de esta no debe quedarse en una mera gestión del ámbito operativo, por el contrario, debe encontrar un lugar dentro del corazón estratégico organizacional, como un elemento generador de ventajas competitivas.

Palabras clave: Acciones, Estrategias, Organizaciones, Responsabilidad social.

ABSTRACT

Organizations are called to create links, which promote environmental conditions and the general welfare of their stakeholders, which is part of a socially responsible action regardless of their economic activity. In other words, organizations fulfill social and environmental functions, beyond their economic functions; this is born from the balance of interests of the company, whether institutional or social, which implies a social demand for responsible business conduct, which is above the maximization of profits.

Corporate social responsibility (CSR), today, takes relevance in its application within organizations, not only because of the boom and trend at the business level, but also because its application offers conditions that facilitate sustainability, through a series of processes that are put in place, thanks to the implementation of comprehensive programs in this area.

The objective of the research consisted in analyzing corporate social responsibility through a documentary review for the foundation of actions of this academic literature in the print media companies of the department of Atlántico, in order to, from this, design actions to implement in correspondence to social responsibility, which would allow the establishment of programs, in this sense, the research sought, firstly, to establish the representative theoretical references in corporate social responsibility for the determination of social actions, to then determine the actions of corporate social responsibility implemented by the print media companies worldwide for the proposal of sectorial actions.

In this order of ideas, methodologically, the research developed a qualitative approach, for which 70 documents from different circuits within the scientific community

were reviewed, aimed at deepening the knowledge and the solution of the problem through which the guidelines for the construction of results and subsequent conclusions were established.

As far as the results are concerned, the actions implemented by these organizations are focused on five (5) aspects, being the strategic alliances, the articulation of activities between employees and related communities, the ecological actions, new measurement indicators for CSR programs, added to the participation of interest groups external to these organizations, these groups fulfilling the functions of support agents in the development and growth of the programs established by these organizations represent the findings of the research in order to satisfy the established objective.

To satisfy a third specific objective proposed by the research, which was aimed at designing corporate social responsibility actions for these organizations, it is important to highlight the construction of actions on five (5) fronts: social, economic, environmental, philanthropic, and voluntary, for which the importance of carrying out comprehensive programs in response to the needs of the related communities in which these organizations converge was established.

In conclusion, the implementation of CSR in print media companies in the department of Atlántico should be extended progressively in accordance with the different pressures from the environment, together with the business conscience itself. On the contrary, it should find a place in the strategic heart of the organization as an element that generates competitive advantages.

Keywords: Actions, Strategies, Organizations, Social responsibility.

REFERENCIAS

- Abella Miranda, M. E., Alcocer Toloza, F., Baena Torne, K. L., & Grimaldo, L. (2008). Revisión documental acerca de la responsabilidad social empresarial (RSE). <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/3247>
- Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & gestión*, (32), 1-26.
- Álvarez, E. A. H., y Paredes, J. M. M. (2016). Responsabilidad social empresarial para MiPymes: un escenario de cumplimiento metodológico para el desarrollo sostenible. *Revista de economía & administración*, 72-82.
- Andrade, S., y Fernández, M. (2010). Responsabilidad social empresarial: significados e implicaciones a partir de la evolución de los procesos productivos. *Producción Económica 2005*, Recuperado de http://148.206.107.15/biblioteca_digital/capitulos/375-5207icc.pdf
- 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.
- Apospori, E., Zografos, K. G., & Magrizos, S. (2012). SME corporate social responsibility and competitiveness: a literature review. *International Journal of Technology Management*, 58(1/2), 10-31.

- Arias, E., & Sarmiento, D. (2016). Responsabilidad social empresarial en Falcón: Un análisis de contenido. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 1(1), 22-42.
- Asociación para las Naciones Unidas España – ANUE (s. f.). *Responsabilidad social*. Recuperado de [http:// www.anue.org/es/content/responsabilidad-social](http://www.anue.org/es/content/responsabilidad-social)
- Avendaño, W. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. *Revista Lasallista de Investigación*, 152-163.
- Barbosa, D., Medina, C., y Vargas, M. (2014). Globalización, capitalismo financiero y responsabilidad social empresarial: tensiones estructurales. *Civilizar*, 14(27), 135-154.
- 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 Morales, C. E., Salazar Araujo, D. R., García Guilianny, J. E., & Martínez Caraball, H. R. (2020). Creación empresarial en el departamento del Atlántico sustentada en la estrategia universidad-empresa-Estado.
- Bateman, T. S. & Snell, S.A. (2005). Administración: Un nuevo panorama competitivo. (4a ed., pp.147, 150-151). México: McGraw-Hill/Interamericana.
- 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
- Briceño, A., Lavín, J., & García, F., (2011). Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales de la empresa. *Contaduría y Administración*, 233, 73-83.

- Capriotti, P., (2008). Fundamentos de la reputación mediática. Recuperado el 15 de agosto de 2011, <http://www.analisisdemedios.com/images/WhitePaperEspanol.pdf>
- Carrasco, G. (2016). La responsabilidad social de los medios impresos: estudio comparativo 2013-2014. *Quórum Académico*, 13(2), 253-272.
- Carvajal, L. J. O., & Mazo, W. H. A. (2018). Desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial (RSE): un panorama integrador desde lo ambiental, social, tecnológico y económico. *Unaciencia*, 11(20), 22-26.
- Cazallo, A., Meñaca, I., Lechuga, J., Medina, H., Uribe, C., & Barragán, C. (2019). Modeling foreign investment received in the Colombian oil sector during the period 1996-2016. *Revista Espacios*, 40(20), 13-23.
- 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.
- Chumacero, A. y Hernández, J. (2012). La legislación tributaria venezolana como promotora de la responsabilidad social empresarial. *Revista OIKOS*, 16(33), 53–68.
- Chumacero, 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>
- Chumacero, 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
- Comisión de las comunidades europeas, Bruselas (2001). Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, Bélgica.

COSO, W. (2018). Enterprise risk management: Applying enterprise risk management to environmental, social, and governance-related risks by the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) and the World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

Río-Cortina, J. L. D., Cardona-Arbeláez, D., & Guacará-Villalba, A. (2017). Responsabilidad social empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8(1), 49-60.

Epstein, M. J., & Yuthas, K. (2014). *Measuring and improving social impacts: A guide for nonprofits, companies, and impact investors*. Barrett-Koehler Publishers.

Estadísticas Culturales [Boletín informativo en línea]. 2011 [Citado el 4 de febrero de 2013].

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

Ferreira Abaunza, L. M. (2014) Emisoras on-line en las organizaciones: un nuevo camino de la RSE.

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. (1994). The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business ethics quarterly*, 409-421.

Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.

- Freeman, R. E., Phillips, R., & Sisodia, R. (2020). Tensions in stakeholder theory. *Business & Society*, 59(2), 213-231.
- 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).
- Giraldo-Cárdenas, L. M., Kammerer-Mejía, Y. Y., & Ríos-Osorio, L. A. (2016). Responsabilidad social en pymes del área metropolitana de Medellín, Colombia. *Dimensión Empresarial*, 14(1), 123-135.
- Gómez Gómez, V. A. (2014). La responsabilidad social empresarial empieza por casa. Visibilizarla es un deber: Caso: Periódico La Patria.
- 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; R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill Interamericana.

- 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, A. C. C., Ripoll, R. R., de Velazco, J. J. H. G., & Hernández, I. V. R. (2020). University Social Responsibility in the Organizational Happiness Management/Responsabilidad social universitaria en la gestion organizacional de la felicidad. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(S2), 427-441.
- Huerta, E. & García, J. (2009). Estrategias de gestión ambiental: Una perspectiva de las organizaciones modernas. *Revista Clío América*, 3 (5), 15-30
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social. (Ethos 2011) Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial.
- Klein, R. (2001, March). European Commision-Head of Unit enterprise, directorate-General Tourism. In *Public Policies and Cultural Tourism-EU actities, paper presented at the 1 st Conference on Cultural Tourism Economy and values in the XXI century, Barcelona* (pp. 29-31).
- Klisberg, B. (2003). Responsabilidad Social para Latinoamericanos. Madrid: Editorial Deusto.
- Lechuga Cardozo, J. I. (2019). Estrategia de responsabilidad social empresarial de una terminal portuaria en Barranquilla, Colombia. Corporate social responsibility strategy of a harbour terminal in Barranquilla, Colombia. *Signos Investigación en Sistemas de Gestión*, 11(1), 131-144.
- León, M. C., & León, R. C. (2015). La responsabilidad social empresarial, en el sector alimenticio venezolano. *Revista Negotium*, (30), 87-107.

- Méndez, J., y Peralta, D. (2014). Reflexiones respecto a la responsabilidad social empresarial y la creación de valor económico desde la perspectiva de los proveedores. *Cuadernos de Contabilidad*, 15(38), 625-645.
- Méndez C (2005), La responsabilidad social de empresarios y de empresa, Caracas: Grupo Editorial Strategos Consultores.
- Mercado, P. & García, P., (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. Universidad ICESI. Revista Estudios Gerenciales, 23(102), 119-135.
- Moliner M (2004). Marketing social la gestión de las causas sociales. Madrid: Editorial. ESIC.
- Momberg, M. R. (2006). Responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva. *Santiago de Chile: Universidad Tecnica Federico Cantamaria*.
- Moreno, O. C. M., Andrade, J. G. R., & Quiñones, R. V. (2012). Utilización de la prensa como medio de divulgación de las acciones de RSE. *Sotavento MBA*, (20), 40-47.
- Naranjo Arango, R., Mercado-Caruso, N., Naranjo Del Giudice, O., & Giraldo Oliveros, M. E. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en medianas empresas del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 23(84), 913-927.
- Navarro, A., Alcaraz, F., y Ortiz, D. (2010). La divulgación de información sobre responsabilidad corporativa en administraciones públicas: un estudio empírico en gobiernos locales. *Revista de Contabilidad*, 13(2), 285-314.
- Nowajewski, F., A. Pérez y E. Schlesinger, Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Evolución, Presente y Futuro. Departamento de Ingenieria 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>
- Perdomo-Ortiz, J., Villa Castaño, L. E., & Dueñas Ocampo, S. (2017). Corporate Social Responsibility and ProPeace Practices in Colombia. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 33(58), 30.
- 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/>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2003). Corporate philanthropy: Taking the high ground. *The accountable corporation*, 2, 47-58.
- Rabasa, B. (2005), *Marketing Social*, Madrid: Editorial Pirámide
- Reyes, P., & Leal, R. (2019). Responsabilidad social corporativa desde la contabilidad: un mapeo sistemático de la literatura para-Colombia (Corporate Social Responsibility from Accounting: A Systematic Mapping of the Literature for Colombia). *Apuntes Contables*, (24).
- Ruiz Malbarez, M. C., & Tamayo Cevallos, C. D. (2019). El doble rol de la Responsabilidad Social Empresarial en los medios de comunicación. *Cofin Habana*, 13.
- Quisocala lipa, M. M. (2018). Responsabilidad social en los medios de comunicación: caso diarios correo y sin fronteras.

- Romero, C. A. V., Botache, L. P. C., & Restrepo, M. R. (2020). Beneficios tributarios por la adopción de políticas de responsabilidad social empresarial (RSE). *Dictamen Libre*, (26).
- Sierra, (2010), Principios de Responsabilidad Social Empresarial. Bogotá: Panamericana formas e impresos S.A.
- 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>
- Taylor, S. J., y Bogdan, R. (1986) Introducción: ir hacia la gente. En *Introducción a los métodos cualitativo de investigación*. México D. F., México: Paidós.
- 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.
- Torres, y Cajigas (2015) Responsabilidad Social y Beneficios Tributarios: Empresas Manufactureras Zona Franca Departamento del Cauca-Colombia. Red Internacional de Investigadores en Competitividad Memoria del IX Congreso ISBN 978-607-96203-0-4, 2015. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/download/104/24>
- Urán, A. U. (2012). *Responsabilidad social empresarial como estrategia competitiva: un enfoque latinoamericano*. Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Vargas Niello, J. (2006). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores.

Weiss, W. J. (2006). Ética en los negocios: Un enfoque de administración de los Stakeholders y de casos (4a ed.). México: Thomson.

World Business Council for Sustainable Development. (2004). *Mobility 2030: meeting the challenges to Sustainability*. World Business Council for Sustainable Development.

Ye, N., Kueh, T. B., Hou, L., Liu, Y., & Yu, H. (2020). A Bibliometric Analysis of Corporate Social Responsibility in Sustainable Development. *Journal of Cleaner Production*, 122679.

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.