

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL LITERATURA Y AVANCES DE SU DESARROLLO

Lloids Kevin Figueroa Varela

Jennifer Tejada Santamaría

Artículo de revisión bibliográfica como requisito para optar el título de Magister en  
Administración de Empresas E Innovación

Tutores

Tutora PhD. Blanco Ariza Ana Beatriz

Cotutor. PhD. Ruz Gómez Alexander

### RESUMEN

**Antecedentes:** Debido a la importancia sobre el concepto de responsabilidad social en el mundo de los negocios, es primordial tratar de comprenderlo y darle un matiz para determinar las acciones que hay que tomar al momento de ser responsables con los agentes que integran el concepto.

**Objetivos:** Analizar por medio de una revisión bibliográfica la conceptualización sobre responsabilidad social empresarial (RSE).

**Materiales y Métodos:** Para el presente proyecto se opta por hacer uso de la revisión documental, en el que se reúne, recopila, precisa, valora, analiza, selecciona, sintetiza, evalúa y discute la indagación publicada sobre la temática, que puede contener una evaluación crítica del estado de los conocimientos reportados en la bibliografía, teniendo en consideración el avance de la clasificación sobre artículos de revisión.

**Resultados:** Como resultado se obtuvieron 60 artículos de investigación relacionados con la responsabilidad social empresarial, estos artículos proceden de distintas partes del mundo y de esa manera se genera una perspectiva desde la cual se permite crear una connotación de lo que enmarca la responsabilidad social empresarial.

**Conclusiones:** Respecto a esto podemos inferir que más allá de sus premurosos procesos que embargan a la humanidad debe prevalecer la responsabilidad social

empresarial desde donde se permita la contribución o aporte por parte de las organizaciones al desarrollo sostenible, en el que a través de la ética y desde el compromiso y la confianza se apunten al equilibrio entre el desarrollo económico, humano y ambiental.

**Palabras clave:** Responsabilidad social empresarial, organizaciones, práctica, cooperación.

## ABSTRACT

**Background:** Due to the importance of the concept of social responsibility in the business world, it is essential to try to understand it and give it a nuance to determine the actions to be taken at the moment to be responsible with the agents that make up the concept.

**Objectives:** Analyze through a bibliographic review the conceptualization of corporate social responsibility (CSR).

**Materials and Methods:** For this project it is chosen to make use of the documentary review, in which the published inquiry on the subject is gathered, compiled, precise, assesses, analyzes, selects, synthesizes, evaluates and discusses the published inquiry on the subject, it may contain an evaluation criticism of the state of knowledge reported in the bibliography, taking into account the progress of the classification on review articles.

**Results:** As a result, 60 research articles related to corporate social responsibility were obtained, these come from different parts of the world and in this way a perspective is generated from which it is possible to create a connotation of what frames corporate social responsibility.

**Conclusions:** Regarding this, we can infer that beyond its pressing processes that affect humanity, corporate social responsibility should prevail from where the contribution or contribution by organizations to sustainable development is allowed, in which through ethics and from the commitment and trust they aim at the balance between economic, human and environmental development.

**KeyWords:** Corporate social responsibility, organizations, practice, cooperation.

## REFERENCIAS

1. Alba Dorado, M. I., Muñoz González, C. M., Joyanes Díaz, M. D., & Jiménez Morales, E. (2019). *Las TIC como apoyo al desarrollo de pensamiento creativo en la docencia de la arquitectura*. [Tesis de grado]. Universidad Politécnica de Catalunya. España
2. Allouche, J., Laroche, P. (2005), A meta-analytical investigation of the relationship between corporate social and financial performance. *Revue de Gestion Des Ressources Humaines*, (57), 1-18
3. Archel, P. (2003) La divulgación de la información social y medioambiental de la gran empresa española en el periodo 1994-1998: Situación actual y

- perspectivas, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 117, pp. 136-152.
4. Bennett, R., & Gabriel, H. (2001). Reputation, trust and supplier commitment: The case of shipping company/seaport relations. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 16, 424–438. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000006018>
  5. Bravo, F. (2016). Forward-looking disclosure and corporate reputation as mechanisms to reduce stock return volatility. *Revista de Contabilidad*, 19(1), 122–131. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2015.03.001>
  6. Cancino, C. y Morales, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. [Tesis de grado]. Universidad de Chile. Santiago de Chile:
  7. Casalo, L. V., Flavián, C., & Guinalíu, M. (2007). The influence of satisfaction, perceived reputation and trust on a consumer's commitment to a website. *Journal of Marketing Communications*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/13527260600951633>
  8. CASTILLO, C. A., RIPOLL, V., & URQUIDI, A. (2017). Revelaciones voluntarias sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Un análisis bibliométrico y sistémico. *Revista Espacios*, 38(26).
  9. Choi, J. P., & Peitz, M. (2018). You are judged by the company you keep: Reputation leverage in vertically related markets. *International Journal of Industrial Organization*, 61, 351–379. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2018.09.004>
  10. Cogollo, J. M., & Ruiz, C. (2019). Prácticas de responsabilidad sostenible de cadenas de suministro: Revisión y propuesta. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 668-683.
  11. Comisión de las Comunidades Europeas (2001), *Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*. COM (2001)
  12. Contreras-Pacheco, O. E., Talero-Sarmiento, L. H., & Camacho-Pinto, J. C. (2019). Efectos de la responsabilidad social empresarial sobre la identificación organizacional de los empleados: autenticidad o falacia. *Contaduría y administración*, 64(4).
  13. Creswell, J. (2002). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall
  14. De los Ríos Berjillos, A., Lozano, M. R., Valencia, P. T. & Ruz, M. C. (2012). Una aproximación a la relación entre información sobre la responsabilidad social orientada al cliente y la reputación corporativa de las entidades financieras españolas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(3), 130-140.
  15. Díaz, Y. C., Andrade, J. M., & Ramírez, E. (2019). Liderazgo Transformacional y Responsabilidad Social en Asociaciones de Mujeres Cafeteras en el Sur de Colombia. *Información tecnológica*, 30(5), 121-130
  16. Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37–51. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>

17. Esenyel, V., & Emeagwali, O. (2019). The relationship between perceived corporate reputation and employee's positive word of mouth behavior: The mediation effect of trust to managers. *Management Science Letters*, 9(5), 673–686. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.2.004>
18. Feldman, P. M., & Reficco, E. (2015). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposición a pagar de consumidores bogotanos. *Estudios gerenciales*, 31(137), 373-382.
19. Fernández-Cruz, F., & Fernández-Díaz, M. (2016). Generation Z's teachers and their digital skills. *Comunicar*, 46, 97-105. <https://doi.org/10.3916/C46-2016-10>
20. Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
21. Glass, R. L., Ramesh, V., & Vessey, I. (2004). An analysis of research in computing disciplines. *Communications of the ACM*, 47(6), 89–94.
22. González, A., Urdaneta, K., & Muñoz, D. (2017). Liderazgo organizacional y responsabilidad socioambiental, una mirada desde la complejidad y postmodernidad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(77), 11-23.
23. González-Millán, J. J., Rodríguez-Díaz, M. T., & González-Millán, O. U. (2019). Floricultura y sus Medidas de Responsabilidad Social en el Departamento de Boyacá-Colombia. *Información tecnológica*, 30(1), 169-184.
24. Heinberg, M., Ozkaya, H. E., & Taube, M. (2018). Do corporate image and reputation drive brand equity in India and China? Similarities and differences. *Journal of Business Research*, 86, 259–268. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.018>
25. Helm, S. (2007). One reputation or many? Comparing stakeholders' perceptions of corporate reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(3), 238–254. <https://doi.org/10.1108/13563280710776842>
26. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mcgraw-hill.
27. Hernández, G. C., Giraldo, C. M. Á., & Naranjovalencia, J. C. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios gerenciales*, 27(118), 163-188.
28. Jung, N. Y., & Seock, Y. K. (2016). The impact of corporate reputation on brand attitude and purchase intention. *Fashion and Textiles*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.1186/s40691-016-0072-y>
29. Kim, S. B., & Kim, D. Y. (2017). Antecedents of corporate reputation in the hotel industry: The moderating role of transparency. *Sustainability*, 9 (6), 951. <https://doi.org/10.3390/su9060951>
30. Kitchenham, B. (2004). Procedures for performing systematic reviews. *Keele, UK, Keele University*, 33(2004), 1-26.
31. Kumar, A., Cantor, D. E., & Grimm, C. M. (2019). The impact of a supplier's environmental management concerns on a buyer's environmental reputation: The moderating role of relationship criticality and firm size. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 122 (C), 448–462. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.01.001>

32. Kuznetsov, A., Kuznetsova, O., Warren, R. (2009), CSR and the legitimacy of business in transition economies: The case of Russia. *Scandinavian Journal of Management*, 25(1), 37-45
33. Lee, M.D. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53-73. Recuperado de [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(11\)70151-6](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(11)70151-6)
34. Licandro, O., Alvarado-Peña, L., Sansores-Guerrero, E., & Navarrete, J. (2019). Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 281-299.
35. Marquina Feldman, Percy, & Reficco, Ezequiel. (2015). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposición a pagar de consumidores bogotanos. *Estudios Gerenciales*, 31(137), 373-382. <https://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2015.10.001>
36. Milkiewicz, L., de Souza Lima, J. E., & Philippi, M. G. (2020). Pesticide and socio-environmental law: understanding of brazilian Supreme Court. *Revista de Direito da Cidade*, 12(1), 652-678
37. Orlitzky, M., Schmidt, F.L., Rynes, S.L. (2003), Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
38. Pastrana, N. A., & Sriramesh, K. (2014). Corporate social responsibility: Perceptions and practices among SMEs in Colombia. *Public relations review*, 40(1), 14-24.
39. Paulík, J., Sobeková, M., Tykva, T., Červinka, M. (2015), Application of the CSR measuring model in commercial bank in relation to their financial performance. *Economics and Sociology*, 8(4), 65-81.
40. Peña Miranda, D. D., Guevara Plaza, A., Fraiz Brea, J. A., & Botero, C. M. (2018). *Prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero*. [Tesis de grado]. Universidad del país vasco. España
41. Porter, M. E., y Kramer, M. R. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review*, 84 (12), 42-56.
42. 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)
43. Sánchez-Torné, I., Morán-Álvarez, J. C., & Pérez-López, J. A. (2020). The importance of corporate social responsibility in achieving high corporate reputation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
44. Scarpato, D., Civero, G., Rusciano, V., & Risitano, M. (2020). *Sustainable strategies and corporate social responsibility in the Italian fisheries companies*. Corporate Social Responsibility and Environmental Management.
45. Serenko, A., & Bontis, N. (2009). A citation-based ranking of the business ethics scholarly journals. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 4(4), 390. doi:10.1504/ijbge.2009.023790
46. Solano, S. E., Casado, P. P. & Ureba, S. F. (2016). Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas

- de transporte público urbano en España. *Revista de contabilidad*, 19(2), 195-203.
47. Contreras-Pacheco, O. E., Talero-Sarmiento, L. H., & Camacho-Pinto, J. C. (2019). Efectos de la responsabilidad social empresarial sobre la identificación organizacional de los empleados: autenticidad o falacia. *Contaduría y administración*, 64(4).
48. Turban, D. B., & Cable, D. M. (2003). Firm reputation and applicant pool characteristics. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 24(6), 733–751. <https://doi.org/10.1002/job.215>
49. Volpentesta J. Las Acciones Sociales en Empresas con Responsabilidad Social. *Revista Visión de Futuro*. 2012; 16:1 - 25.
50. Wu, M.L. (2006), Corporate social performance, corporate financial performance, and firm size: A meta-analysis. *Journal of American Academy of Business*, 8(1), 163-171