

Inserción de la RSE en los sistemas gerenciales del empresariado colombiano

Insertion of CSR in the managerial systems of Colombian entrepreneurship

PACHECO, Carlos M. ¹
 NIEBLES, William A. ²
 HERNÁNDEZ, Hugo G. ³

Resumen

Se revisan los postulados principales de la RSE y las recomendaciones de expertos sobre la manera de implementar esta iniciativa en las PYMES colombianas. Para el país es muy importante incorporar estos preceptos en todas sus unidades productivas, especialmente en las PYMES pues este tipo de célula económica ha crecido ostensiblemente en los últimos años y actualmente es la mayor generadora de empleos a nivel nacional y, por tanto, su influencia en el ámbito social es de gran importancia.

Palabras clave: RSE, PYMES colombianas, ámbito social

Abstract

This study analyzes the main postulates of CSR and the recommendations of experts on how to implement this initiative in Colombian SMEs will be reviewed. For the country it is very important to incorporate these precepts in all its productive units, especially in SMEs, since this type of economic cell has grown significantly in recent years and is currently the largest generator of jobs nationwide and, therefore, its influence in the social field is of great importance.

keywords: CSR, colombian SMEs, social field

1. Introducción

Las organizaciones durante el último siglo han tenido un importante desarrollo y crecimiento; especialmente en los temas relacionados con los trabajadores y el reconocimiento como eje del éxito organizacional (Valenzuela et al, 2018) o con la vinculación de las nuevas tecnologías para optimizar los resultados y la eficacia de los procesos de las mismas organizaciones, tanto en lo interno como externo (Jiménez, Mojica, Hernández y Cardona, 2018; Lay et al, 2019).

El término Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se origina en Estados Unidos a finales de los años 50, a partir de grandes sucesos mundiales como son la Guerra de Vietnam y el Apartheid. Nace del interés de los ciudadanos

¹ Magister en Administración de Empresas, Especialista en Gerencia de Proyectos, Administrador de Empresas Docente Universidad de Sucre. carlos.pacheco@unisucre.edu.co

² Doctor en Ciencias Gerenciales, Magister en Dirección Estratégica, Administrador de Empresas. Docente de la Universidad de Sucre. william.niebles@unisucre.edu.co

³ Magister en Sistema de Gestión, Especialista en Estudios Pedagógicos, Especialista en Diseño y Evaluación de proyectos, Ingeniero Industrial. Docente Programa de Administración de Empresas Universidad del Atlántico-Colombia. hugoghernandezpalma@gmail.com

que se preguntan de qué manera sus labores y decisiones afectan su entorno y como a través de ellas impactan positiva o negativamente en su comunidad. Más adelante, se plantearon estas interrogantes a nivel empresarial y de esta manera surgió la tendencia de medir el impacto de las organizaciones en su entorno (Aranda, Baldazo y Valdés, 2012, Hernández y Jiménez, 2015).

De acuerdo con la definición de la Comisión Europea, la Responsabilidad Social Empresarial puede considerarse como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores, articulándose con el ámbito o entorno de influencia. Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el ambiente y las relaciones con sus partes de interés (Barros, Retamozo, y González, 2015).

Investigadores del área organizacional han afirmado que la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (RSE) es la obligación inherente que tiene cada entidad empresarial de responder por la forma en que su actividad impacta las dimensiones social, económica y ambiental de su entorno y de garantizar que este impacto genere beneficios equitativos y sustentables y ningún daño a todas las partes interesadas en cuestión, aspecto diferenciador de cualquier otro productivo (Duran, Fuenmayor, Cárdenas y Hernández, 2016; Barrios, et al., 2018).

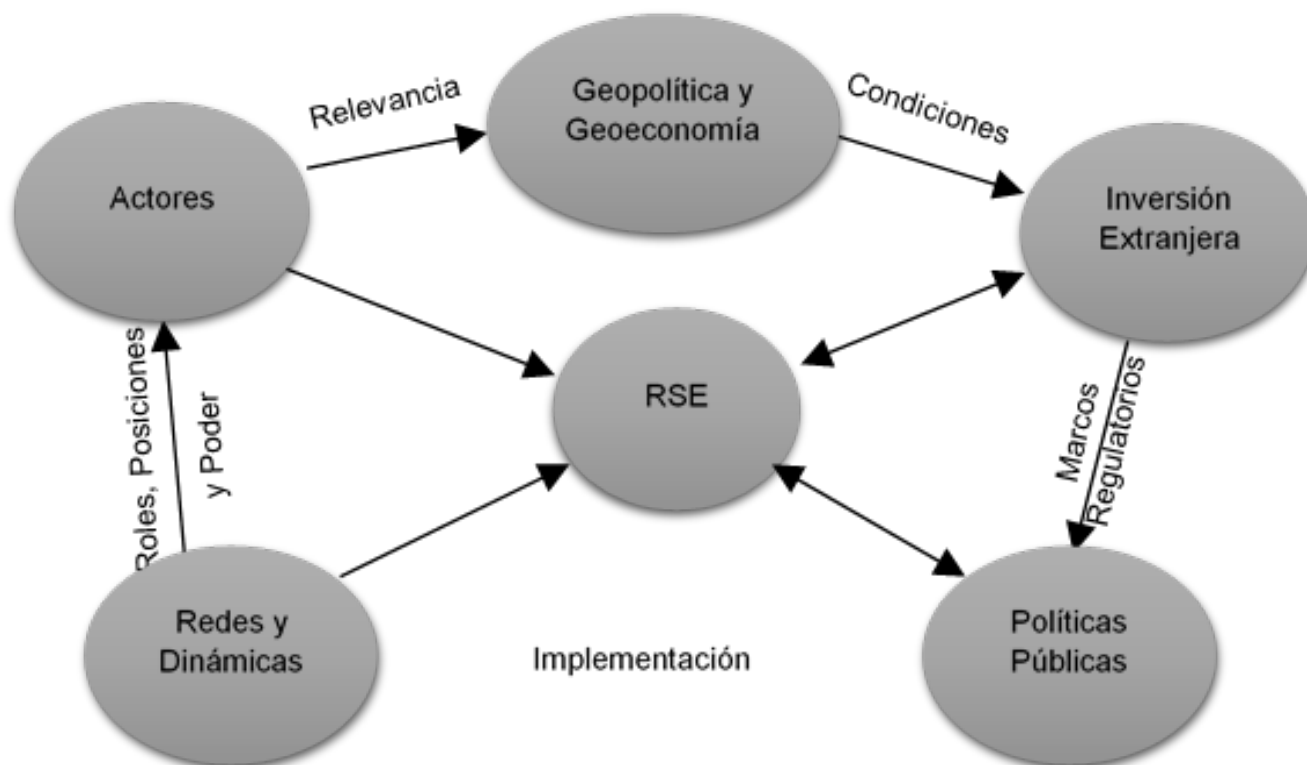
Por su parte otras posiciones, enuncian que la RSE es el estado de conciencia de la empresa, en el cual, para la toma de decisiones, se está comprometido a hacer lo correcto, en el momento correcto, en el lugar correcto y con los medios correctos para lograr los resultados esperados, dentro del marco del desarrollo sustentable que respeta el equilibrio entre sociedad, naturaleza y rentabilidad (Hernández, Barrios y Jiménez, 2017). En función de lo planteado, seguidamente se realiza una profundización de estos aspectos sobre la RSE y la gerencia actual.

1.1. Desarrollo de la RSE

La empresa durante el desarrollo de su objeto social afecta directamente el entorno y a los grupos de interés con los cuales se relaciona tales como: empleados, socios, clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno y público en general (Jones, Wicks y Freeman, 2017). La RSE se constituye como el compromiso de la organización para que su actividad corporativa genere un impacto positivo y promueva un desarrollo sostenible de todos los agentes participantes (Agudelo, 2009).

Anteriormente, la generación de riqueza y la rentabilidad económica eran el factor determinante del éxito de un negocio; debido a los procesos de competitividad, las empresas están encauzando sus proyectos con el fin de aportar al desarrollo de las comunidades en su área de influencia (Cardozo, 2003). Gracias a los procesos de apertura y globalización de la economía, las PYMES colombianas se vieron abocadas a incorporar las prácticas de responsabilidad social, con el fin de responder a los requerimientos del mercado actual y poder competir en igualdad de condiciones con otras compañías a nivel internacional (Hernández, Duran, Barrios y Castro, 2020; Prandi y Lozano, 2010). A continuación, en el gráfico 1 se ilustran los conceptos que se pueden articular para dar paso a la RSE.

Gráfico 1
Modelo de red de la responsabilidad social empresarial



Fuente: Elaboración propia (2020)

Actualmente en Colombia, a raíz del proceso del Postconflicto muchas empresas han aprovechado la oportunidad de direccionarse a la promoción de una nueva cultura dentro del país a través de procesos de responsabilidad social que promuevan el desarrollo de las comunidades más afectadas (Hernández, Virviescas, Martínez y Hernández, 2018); así como también el aprovechamiento de las buenas prácticas de marketing para generar efectos sostenibles dentro de los mercados (Redondo, De Ávila y Palma, 2018; De la Hoz et al, 2020).

2. Metodología

Para el desarrollo del artículo se empleó un enfoque cualitativo, a fin analizar la RSE de una perspectiva amplia y con énfasis en las ideas expresadas por autores en la literatura. Por tal motivo, se realizó un abordaje de la RSE desde el contexto teórico que contribuyera a comprender los componentes fundamentales y cómo se articula con la gerencia. De acuerdo con Bengtsson (2016) este acercamiento a la problemática permite al investigador reflexionar desde una posición crítica sobre los rasgos y características del fenómeno.

Por otra parte, se elaboran los resultados de tipo descriptivo partiendo de un diseño documental, revisando artículos científicos que muestran los avances más relevantes que se han alcanzado en esta materia en los últimos años, además, se identifican los ejes centrales de la RSE que puedan fomentar su implementación en las empresas modernas. Desde el punto de vista teórico, este diseño es sustentado por Viswambharan y Priya (2016) como un mecanismo para indagar a profundidad en el contenido de publicaciones, permitiendo construir una visión propia del conocimiento y los hechos de la realidad.

En este orden ideas, se utiliza un razonamiento inductivo que sirvió de base para analizar las posturas de los diferentes autores identificados y así llegar a establecer las conclusiones del caso (Zalaghi y Khazaei, 2016). Por lo tanto, el procedimiento de recolección de información se basó en la consulta de documentos de corriente

principal generados en los últimos 6 años, empleando términos de búsqueda relacionados con la temática, tales como: RSE, sistemas gerenciales, Colombia, prácticas sociales, grupos de interés y gerencia, catalogando los artículos tanto en idioma inglés como español.

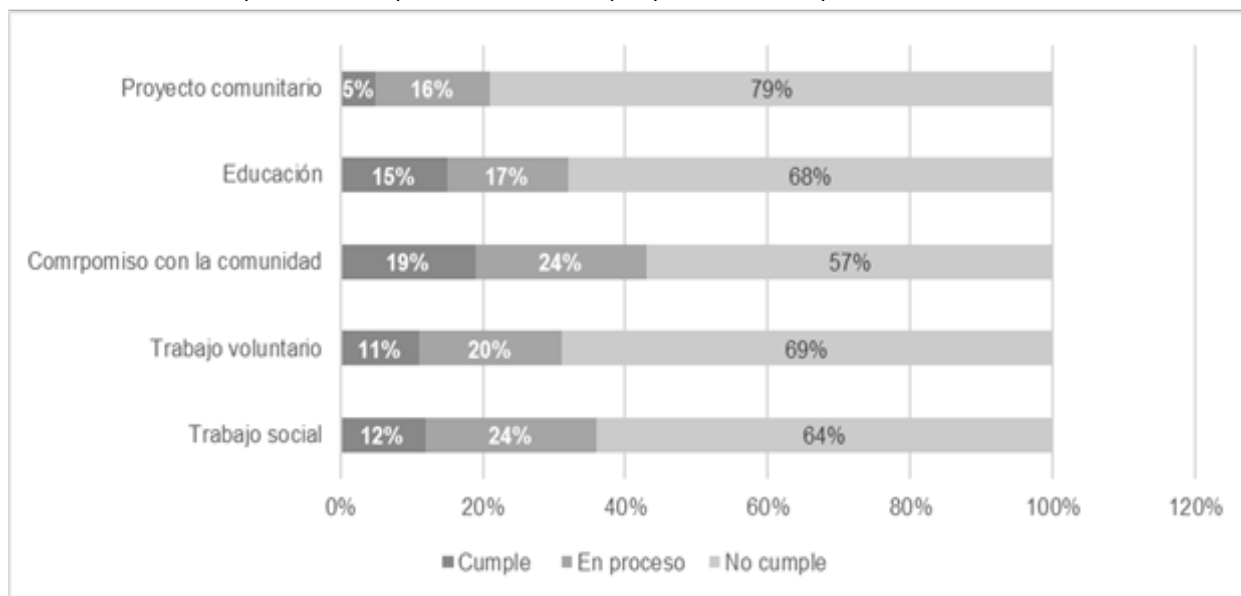
Como fuente de información, se usaron bases de datos científicas, entre las cuales destacan: Springer, Scielo, Emerald, Scopus, ProQuest, entre otras; con ello, se dio una revisión a la literatura internacional, nacional y local, descartando aquellas que no cumplieran con criterios de inclusión (últimos 6 años, idioma inglés/español, asociadas al tema de investigación). En función de este proceso, se localizaron alrededor de unas 50 publicaciones y se analizaron las de mayor relevancia, clasificándose en orden de prioridad de acuerdo con el propósito de la investigación.

3. Resultados

En el mismo seno del sistema capitalista que impera, surge la iniciativa para que las empresas amplíen sus objetivos y mediante la aplicación de prácticas amigables favorezcan a todos los participantes en el giro ordinario de su operación, o en su defecto, mitiguen los efectos negativos en los mismos (Roldán, 2013). Aun cuando muchas organizaciones ven este concepto como una moda, son muchas las implicaciones de esta cultura organizacional, la cual se constituye para muchas compañías en estrategia de negocios y eje de proyección al futuro (Backman, 2012, Calderón, Álvarez y Naranjo, 2010).

En principio, surgió una corriente de cuidado ecologista y se pensó que el objetivo principal de la RSE era el cuidado del medioambiente; sin embargo, fue demostrado que el marco de referencia va más allá del tema ambiental (Rulli y Bautista, 2012). Sin duda alguna, la organización debe cuidar el entorno y velar por los recursos naturales que usa; no obstante, las iniciativas de RSE deben dirigirse a todos los agentes participantes en el ciclo productivo de bienes y servicios (Cajiga, 2011, Brito, Hernández y Pitre 2018). De ahí otros temas sensibles como: trabajo infantil, derechos de la mujer, ética empresarial, bienestar social de los empleados, etc. En el contexto colombiano, investigaciones adelantadas por Arango, Mercado, Del Giudice y Oliveros (2018) reflejan que en el departamento del Atlántico existe una percepción importante de incumplimiento de la RSE a nivel de la comunidad, tal como se detalla en la gráfica 2.

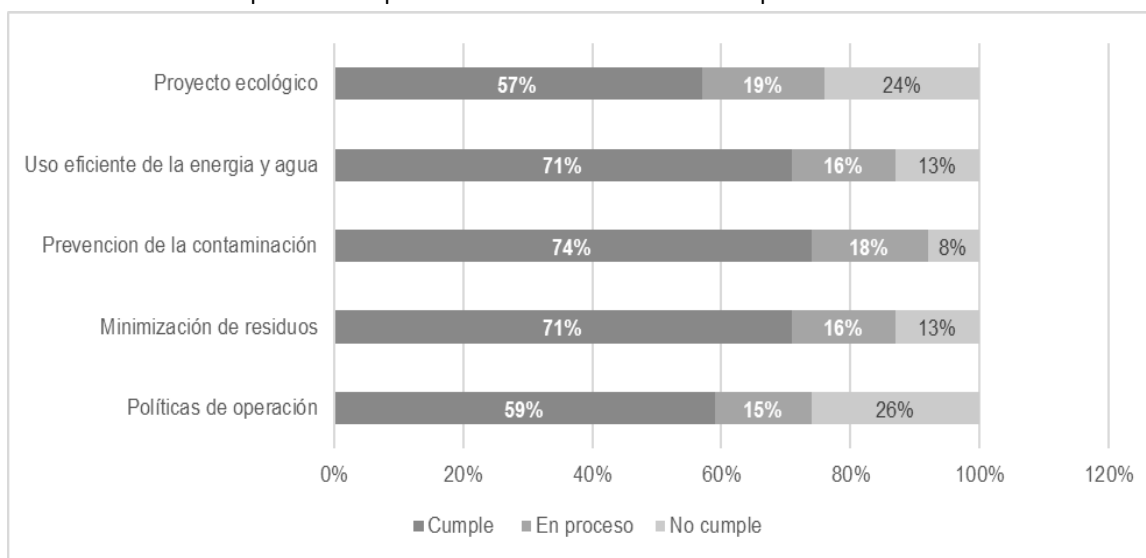
Gráfico 2
Percepción del cumplimiento de la RSE por parte de las empresas en la comunidad



Fuente: Arango et al., (2018)

Con base en los datos sugeridos, los proyectos comunitarios presentan deficiencias importantes, pues en la opinión de los sujetos participantes en el estudio elaborado por Arango et al. (2018), el 79% no cumple con estos procesos, adicionalmente, la educación (68%) y el trabajo voluntario (69%), son los que mayores porcentajes exponen. No obstante, el compromiso con la comunidad revela una percepción menor con respecto a las anteriores, al igual que el trabajo social, cifras que indican claramente la ardua labor que deben realizar las empresas para fortalecer su imagen de RSE en el entorno. Asimismo, estos autores evalúan las políticas ambientales en la gráfica 3.

Gráfico 3
Percepción de las políticas de medioambiente en empresas del Atlántico



Fuente: Arango et al., (2018)

Se destaca de los datos que en la comunidad existe una alta percepción de cumplimiento con respecto a las políticas en favor del medioambiente, así se logra detallar en aspectos como uso eficiente de la energía y agua, prevención de la contaminación, minimización de residuos; a su vez, aspectos como el proyecto ecológico y las políticas de operación aún deben mejorarse. En función de lo anterior, la RSE no debe limitarse al concepto de filantropía tradicional y obras sociales; de la misma manera, sus beneficios deben proyectarse más allá del tema fiscal (Duran, Fuenmayor, Cárdenas y Hernández, 2016). El ideal sería que a través del diálogo entre los diversos actores se genere una dinámica de cambio que permita el desarrollo común. A través de las alianzas con los diversos sectores, la organización piensa como generar un valor agregado y un impacto social en la comunidad (Hernández y Jiménez, 2015).

Según Parra, Rascón, Espinoza y Caballero (2015), la empresa socialmente comprometida es aquella que asume todas sus decisiones; el compromiso social radica en la acción y decisión de los directivos, así como en todo su personal de mando, para traspasar este enfoque, programas y políticas con mayor seguridad a toda la organización, reafirmando el compromiso de la empresa y de quienes la dirigen. Transformando su cultura empresarial, incorporando de forma voluntaria valores éticos en sus acciones, de manera de no depender del cumplimiento obligatorio de reglamentos y normas, sino actuar con prioridad, responsabilizándose por sus decisiones, respetando el medioambiente y trabajando para que sus operaciones no impacten de manera negativa en este.

Así también, trabajando por entregar al mercado productos y servicios con un valor agregado, que corresponda a la contribución que hace la empresa al medio y a su comunidad externa e interna, enfocándose también en el bienestar y desarrollo de las personas que integran su equipo de trabajo, como una forma de valorarlas y

considerarlas parte fundamental para el alcance de sus objetivos (Ağan, Kuzey, Acar y Açıkgöz, 2016). La RSE es un tema novedoso, y en la mayoría de los casos, las empresas no participan de esta corriente debido a que lo ven como una exigencia legal que implica grandes inversiones de recursos para su implementación (Nollet, Filis y Mitrokostas, 2016).

A pesar de ello, es posible realizar un autodiagnóstico y evaluación, a través de herramientas de caracterización diseñadas para tal fin; mediante las cuales la compañía realiza la medición de los ejes temáticos de la RSE. Las siguientes son las variables del modelo de RSE que se deben analizar en principio y que autores como Cardona (2014) ilustra mediante una pirámide, ver seguidamente en gráfico 4.



Fuente: Cardona, 2014

Los componentes citados por el autor se describen así:

- Dirección y Gobierno Corporativo: conjunto de principios y valores éticos y generales en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos.
- Derechos humanos y organización interna: Políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, ambiente laboral, trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.
- Bienes y servicios: políticas relacionadas con sus consumidores, como calidad del producto, prácticas comerciales, precios, marketing y publicidad, etc.
- Proveedores y relaciones comerciales: Exigencias y condiciones pactadas con proveedores de materias primas y servicios, así como las condiciones de pago y negociación, etc.
- Medio Ambiente: Compromiso de la organización con el medioambiente y el desarrollo sostenible: uso de recursos naturales, manejo de residuos, etc.

- Apoyo a la comunidad. Conjunto de acciones que la empresa realiza para apoyar el crecimiento de la sociedad y las comunidades en las cuales opera.

Luego de conocer la situación de la compañía en las 6 categorías del modelo propuesto por Cardona (2014), se analizan los resultados y se procede a elaborar planes de acción y estrategias encaminadas al cumplimiento de los estándares internacionales; los cuales se van revisando con expertos en el tema (Cabrero, 2013; Solarte, 2013). Ver a continuación, tabla 1 con información de referencia al respecto.

Tabla 1
Herramientas y estándares de la RSC más usados

Denominación	Autor, país de origen y año	Idiomas disponibles	Tipología	Puntos fuertes	Áreas de mejora
AA1000	The Institute of Social and Ethical Accountability U.K., 1999	Inglés	Teórica	Método basado en la mejora continua. Implica a los grupos de interés. Es auditado periódicamente Compatible con el GRI Se aplica en procesos de comunicación/difusión	- Define la estrategia de la compañía únicamente basándose en los intereses de los grupos de interés - Especifica qué hay que cumplir, pero no dice cómo hacerlo
Norma SGE 21	FORETICA España, 2008	Inglés y español	Teórica	Integrable con el resto de sistemas de gestión de la empresa Estándar certificable por entidades de acreditación internacionales	- A pesar de ser teórica, la edición del año 2005 propone algún ejemplo de indicador social. - No valora el impacto del producto o servicio de forma explícita, aunque lo menciona a la hora de establecer proveedores.
GRI 63.1	Global Reporting Initiative Holanda, 2002, 2006 y 2011	Inglés y español	Práctica	Herramienta con más prestigio a nivel internacional para el reporting de indicadores. Facilita la comunicación y la integración de la sostenibilidad en la estrategia de la empresa.	- Se utiliza habitualmente para informar a los grupos de interés y no como herramienta de gestión. - No valora el impacto del producto o servicio de forma explícita dentro de sus indicadores.
Norma ISO 26000	I.D.T.F. Internacional, 2010	Francés y español	Teórica	Pautas Internacionales sobre la estandarización de la Responsabilidad Social. Guía muy completa y específica apoyada en la normativa y legislación internacional.	- No es certificable por una entidad de acreditación - Por querer pretender el consenso internacional, carece de indicadores de medida, lo cual es algo que podía haber sido positivo para poder armonizar.

Fuente: Elaboración propia (2017)

Los programas anteriores son los que en la actualidad se utilizan de forma reiterada para cimentar los planes de acción en cuanto a la RSE, por lo tanto, su difusión en las PYMES será de gran ayuda para la adhesión, adopción y comprensión de los mismos, especialmente en los procesos iniciales o de expansión de las empresas activas en este sentido (Díaz, 2014).

4. Conclusiones

La RSE se entiende como el compromiso que tiene una compañía frente a la sociedad en general. Esta práctica corporativa se convierte en el medio para constituir una organización sostenible y competitiva, basándose en una estrategia de negocios donde se trabaja conjuntamente con los grupos de interés para la evolución y

desarrollo de todos los participantes, lo que le permitirá obtener ventajas competitivas frente a otras empresas en el futuro (Niebles y Niebles, 2019). En Colombia este tema surgió hace 10 años, debido a la necesidad de las compañías nacionales de normalizarse con su casa matriz, las cuales ya aplicaban estos estándares y la ley les obligaba a adoptar estas prácticas corporativas (Ortega, Niebles & Hernandez, 2018). Otras, como el caso de las compañías que cotizan en bolsas de valores, también debieron acogerse a estas políticas como requisitos legales (Valenzuela, Linares y Suárez, 2015).

El mensaje para los gestores de microempresas es claro, en un momento de crisis, cuando las grandes empresas están viendo más que cuestionada su responsabilidad, las microempresas deben empoderarse e incluir la RSE en sus estrategias para mejorar su competitividad. Se trata de que la RSE de las pequeñas empresas, que depende fundamentalmente de la voluntad de sus gestores, aumente su fortaleza para impulsar cambios positivos que emanen de la confianza en sus propias capacidades. En este sentido, la escala de medida de la RSE para microempresas puede ser utilizada como check-list de autoanálisis y patrón para medir el cambio hacia una gestión más responsable (Gallardo y Sánchez, 2013).

Actualmente son muchas las instituciones dedicadas a apoyar a las PYMES en la implementación de estas tendencias, ejemplo de ellos las universidades, centros de investigación y apoyo empresarial, empresas de asesorías y firmas de auditorías especializadas que poseen vasta experiencia en estos procesos (Niebles, Niebles & Santamaria, 2018). No obstante, alcanzar mayor acogida en las PYMES requiere de un trabajo constante que vaya de la mano de los actores del sistema socio-económico, para lograr mayor cobertura y alcance para este eje vital del crecimiento nacional.

Referencias bibliográficas

- Ağan, Y.; Kuzey, C.; Acar, M. F.; y Açıkgöz, A. (2016). The relationships between corporate social responsibility, environmental supplier development, and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 112, 1872-1881.
- Agudelo, S. A. (2009). Responsabilidad social empresarial, una mirada desde Colombia. *Negocios Internacionales*, 2(1), 3-11.
- Aranda, M.; Baldazo, F. y Valdés, O. (2012). El método del estudio de caso para estudiar las empresas familiares. *Pensamiento y Gestión*, 33(1). 125-139.
- Arango, R. N.; Mercado-Caruso, N.; Del Giudice, O. N. y Oliveros, M. E. G. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en medianas empresas del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(84).
- Backman, J. (2012). La responsabilidad social en la Mipyme colombiana, desde una postura alternativa. Recuperado de: <http://www.cladea.org/index.php?.responsabilidad-social...pyme-colombiana>.
- Barrios, I., Hernández, H., Niebles, L., Niebles, W., & Rodero, A., (2018). The Organizational Climate and its Impact on Business Competitiveness: Perception of Colombian SMEs. *Contemporary Engineering Sciences*, Vol. 11, 2018, no. 54, 2669 - 2677
- Barros, M.; Retamozo, M. y González, D. (2015). Responsabilidad social empresarial en la ciudad de barranquilla. *Revista de Semilleros de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Barranquilla*, 5(4) 25-36.
- Brito, J., Hernández, H., & Pitre, R., (2018), Decision Making Under the Multicriteria Approach to Identify Marketing Mix Strategies. *Contemporary Engineering Sciences*, Vol. 11, 2018, no. 52, 2581 - 2589
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8-14.

- Cajiga J. (2011). El concepto de responsabilidad social Empresarial RSE. Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Recuperado de: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf.
- Calderón, G.; Álvarez, C. y Naranjo, J. (2010). Estrategia Competitiva y desempeño Organizacional en las empresas industriales colombianas. *Revista Innovar*, 20(38)13-26.
- Cardona, O. (2014). Director Ejecutivo de Alianzas por el Desarrollo en las Pyme les apuestan a prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Recuperado de: <http://www.rsnoticias.com>.
- Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3). 127-144.
- Gallardo-Vázquez, D. y Sánchez-Hernández, M. I. (2013). Análisis de la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*, 1(38).
- Hernández, H. G., Barrios, I., & Jiménez, A. (2017). El aporte del empresario barranquillero en el postconflicto: una mirada desde la responsabilidad social empresarial. *NOVUM*, (7), 131-145.
- Hernández, H. y Jiménez A. (2015). Responsabilidad social empresarial, zona urbana del distrito de Barranquilla: estudio etnográfico. *Económicas CUC*, 36(2). 9–18.
- Hernández, J., Caraballo, H. M., Ventura, J. M., Palma, H. H., Herazo, J. C. M., Orozco, S. M. A., Rodríguez, A. & Silva, J. (2020). Good Practices in Logistics for SMEs: A Strategy for the Global Marketplace. In *Marketing and Smart Technologies* (pp. 435-443). Springer, Singapore.
- Hernández, P. H.; Virviescas, J.; Martínez, J. L. & Hernández, H. (2018). Deontology and university social responsibility: foundations for social innovation in the post-conflict era. Universidad de la Costa, Barranquilla.
- Jones, T. M.; Wicks, A. C. & Freeman, R. E. (2017). Stakeholder theory: The state of the art. *The Blackwell guide to business ethics*, 17-37.
- Niebles, W. A., & Niebles, L. D. (2019). Gestión sustentable en pymes de Barranquilla. En *Herramientas gerenciales para la sostenibilidad de las organizaciones de la Costa Caribe Colombiana* (1a ed., pp. 51–60). <https://doi.org/10.32012/cul.9.8>
- Nollet, J.; Filis, G. y Mitrokostas, E. (2016). Corporate social responsibility and financial performance: A non-linear and disaggregated approach. *Economic Modelling*, 52, 400-407.
- Ortega, D., Niebles, W., & Hernandez, H. (2018). Organizational Challenges in Small and Medium Enterprises on the Colombian. *Indian Journal of Science and Technology*, Vol 11(45), DOI: 10.17485/ijst/2018/v11i45/137681
- Ortiz, N. P. D. (2013). Responsabilidad social empresarial como expresión de avance del conocimiento del hombre desde la cultura organizacional. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 9(16), 121-131.
- Parra V.; Rascón L.; Espinoza M. y Caballero G. (2015). Responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva. *Revista investigación académica sin frontera*, 4(2) 15-23.
- Prandi, M. y Lozano, J. (2010). La RSE en contextos de conflicto y posconflicto: de la gestión del riesgo a la creación de valor (eds.). Bellaterra: Escola de Cultura de la Pau.
- Redondo, R. P., de Avila, W. M., & Palma, H. H. (2018). Digital Marketing as a Promoter of Entrepreneurship in the Footwear Sector in Colombia. *Contemporary Engineering Sciences*, 11 (82), 4059-4067.

- Roldán, L. (2013). La inclusión laboral de los desmovilizados del conflicto en Colombia: auténtico mecanismo emancipador de la violencia en Colombia. *Revista Univ. Estud*, 10, 107-123.
- Rulli, M. y Bautista, J. (2012). *Guía de derechos humanos para empresas. Proteger, respetar y Remediar: Todos Ganamos*. Programa Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD; Red Argentina Pacto Global. CD-ROM. Recuperado de www.pactoglobal.org.ar.
- Serra, I. y Moreno, A. (2009). *Impacto Económico y Social de la Responsabilidad Social Empresarial en la Comunidad de Valencia*. España: Universidad de Valencia.
- Valenzuela, L. F.; Linares, M. C. y Suárez, Y. M. (2015). Una aproximación teórica y bibliométrica a la Responsabilidad Social Empresarial (1971-2015): Análisis mundial, latinoamericano y colombiano. *Lúmina*, (16), 168-193.
- Viswambharan, A. P. y Priya, K. R. (2016). Documentary analysis as a qualitative methodology to explore disaster mental health: insights from analysing a documentary on communal riots. *Qualitative Research*, 16(1), 43-59.
- Zalaghi, H. y Khzaei, M. (2016). The role of deductive and inductive reasoning in accounting research and standard setting. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 8(1), 23-37.
- Valenzuela, I., Parra M., Duran, S., Márceles, V., Yarzagaray, J., Payares, K., Alvarino, C., Navarro, N., Charris, P., & Ramírez, J., (2018), Factores del clima organizacional existentes en el área administrativa en empresas de Barranquilla, *Revista Espacios*, 39 (51), 21-35, <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p21.pdf>
- Lay, N., Márceles, V., Parra, M., Pirela, A., De Castro, N., Yarzagaray, J., Alvarino, C., Navarro, N. Castro, L., Cabarcas, A. & Ramírez, J. (2019). Uso de las herramientas de comunicación asincrónicas y sincrónicas en la banca privada del municipio Maracaibo (Venezuela). *Espacios*, 40(4).
- Duran, S., Fuenmayor, A., Cárdenas, S., & Hernández, R. (2016). Emprendimiento como proceso de responsabilidad social en instituciones de educación superior en Colombia y Venezuela. *Desarrollo gerencial*, 8(2), 58-75.
- Jiménez, J., Mojica, J. C., Hernández, H. G., & Cardona, D. (2018). Diagnóstico de la innovación y desarrollo tecnológico en el sector hotelero de la región Caribe colombiana. *Información tecnológica*, 29(5), 157-164.
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8-14.
- Niebles L. D., Niebles, W. A., & Santamaria, A. E. (2018). Las habilidades gerenciales y el liderazgo transformacional como escenario de fortalecimiento organizacional en las MIPYMES turísticas de Barranquilla - Colombia. En J. A. Navarro Beltran (Ed.), *Herramientas gerenciales para la sostenibilidad de las organizaciones de la Costa Caribe Colombiana* (1 edición, pp. 1–29). <https://doi.org/10.32012/cul.9.5>
- Hernández, R., Duran, S., Barrios, D., & Castro, R. (2020). Responsabilidad Social: eje transversal en la formación gerencial de universidades venezolanas. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*. 25(3), 448-459.