

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración

Responsabilidad social corporativa en las empresas de
Latinoamérica: una revisión sistemática de la literatura
científica en los últimos cinco años: 2016-2020

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración

Autores:

Viviana Katuska Molina Palomino

Sandy Elizabeth Quiroz Flores

Asesor:

Eco. César Augusto Acosta Cashú

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

A mis padres y familiares

AGRADECIMIENTO

A todos los que confiaron en nosotras

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	13
CAPÍTULO III. RESULTADOS	16
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	33
CONCLUSIONES	34
RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Análisis PICOC	12
Tabla N° 2: Cantidad de revistas científicas por base de datos	16
Tabla N° 3: Cantidad de revistas científicas por país	17
Tabla N° 4: Resumen de las revistas seleccionadas por autor, país y año	18
Tabla N° 5: Dimensiones de la RSC	22
Tabla N° 6: Dimensiones de la RSC de Carroll.....	23
Tabla N° 7: Dimensiones de la RSC de Carroll.....	23
Tabla N° 8: Dimensiones de la RSC	24
Tabla N° 9: Dimensiones de la RSC	25
Tabla N° 10: Dimensiones de la RSC	27
Tabla N° 11: Dimensiones de la RSC	28
Tabla N° 12: Dimensiones de la RSC	29
Tabla N° 13: Dimensiones de la RSC bajo el modelo ISO 26000	30
Tabla N° 14: Dimensiones de la RSC	31
Tabla N° 15: Dimensiones de la RSC	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Dimensiones comunes de la RSC	11
Figura N° 2: Criterios de elegibilidad de las revistas científicas	14
Figura N° 3: Distribución porcentual de revistas científicas por base de datos	16
Figura N° 4: Distribución porcentual de revistas científicas por país.....	17

RESUMEN

Las diferentes empresas de Latinoamérica consideran la Responsabilidad Social Corporativa -RSC- como algo que dejó de ser voluntario pues ahora los consumidores valoran más a aquellas empresas que sí la aplican y porque la sociedad también se ha vuelto más exigente y es ahí donde cada una de ellas toma como base algunas dimensiones pero luego genera las propias para beneficios de todos los involucrados. Se levantó información de la base de datos cerrada EBSCOhost y ProQuest y abierta Scielo y Redalyc para los años 2016-2020 buscando responder la pregunta ¿ cómo han variado las dimensiones que conforman la RSC en las empresas de Latinoamérica en los últimos cinco años? y como objetivo analizar la variación de las dimensiones de la RSC que las empresas de Latinoamérica. Los resultados nos indican que las dimensiones de la RSC han cambiado y se han adaptado al entorno en el cual se desarrolla la empresa no existiendo mucho consenso entre investigadores salvo por las cuatro dimensiones base de Carroll. Las limitaciones presentadas estuvieron con idiomas extranjeros diversos y artículos que no respondían lo buscado. Las conclusiones nos aseguran que toda empresa hoy en día se siente en la obligación de implementar la RSC y aplicar las dimensiones que se adapten a ella.

Palabras Claves: Responsabilidad Social Corporativa, RSC, Responsabilidad Social Empresarial, RSE, dimensiones.

ABSTRACT

The different companies in Latin America consider Corporate Social Responsibility - RSC- as something that is no longer voluntary because now consumers value more those companies that do apply it and because society has also become more demanding and that is where each of them take as a basis some dimensions but then generate their own for the benefit of all those involved. Information was collected from the closed database EBSCOhost and ProQuest and the open Scielo and Redalyc for the years 2016-2020, seeking to answer the question, how have the dimensions that make up CSR in Latin American companies changed in the last five years? and as an objective to analyze the variation in the dimensions of CSR in Latin American companies. The results indicate that the dimensions of CSR have changed and have adapted to the environment in which the company develops, with little consensus among researchers except for Carroll's four base dimensions. The limitations presented were with diverse foreign languages and articles that did not answer what was sought. The conclusions assure us that every company today feels the obligation to implement CSR and apply the dimensions that are adapted to it.

Keywords: Corporate Social Responsibility, CSR, Corporate Social Responsibility, CSR, dimensions.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La investigación sobre la Responsabilidad Social Corporativa, en adelante RSC, se justifica porque no existe un consenso sobre las diferentes dimensiones que la conforman pues existen diferencias entre autores al ser analizadas desde diferentes sectores económicos; es por esto que buscaremos responder a la pregunta principal ¿cómo han variado las dimensiones que conforman la RSC en las empresas de Latinoamérica en los últimos cinco años? El objetivo es analizar la variación de las dimensiones de la RSC que las empresas de Latinoamérica consideran en los últimos cinco años.

Existen más de 60 años de investigación sobre RSC donde su amplia diversidad de conceptos y perspectivas teóricas así como las tendencias de su investigación han generado confusión en los lectores debido a la falta de consensos generales entre los investigadores haciendo necesario que se realice una investigación que compare diversos puntos de vista para que el lector profundice en su análisis. (Amezaga, Medina, Ramírez y Pineda, 2016). Es así como la finalidad de la investigación es ampliar el conocimiento sobre las diferentes dimensiones que las empresas consideran como parte de la RSC pues muchas veces éstas sólo consideran la responsabilidad con el medio ambiente dejando de lado otros aspectos internos muy importantes.

La palabra responsabilidad deriva del verbo latino *respondeo* que significa “responder” y del sufijo *abilis* que indica la condición “de ser capaz”; por lo tanto, responsabilidad significa que la persona o empresa están en la capacidad de responder frente a determinada situación de forma consistente hasta hacerlo un hábito. (Alfaro, Royett y Marrugo, 2016; Bonilla, 2017).

Una definición amplia de RSC incorpora acciones de la empresa en temas sociales, sustentabilidad, relaciones con el medio ambiente, relaciones con sus trabajadores, relaciones con sus competidores, clientes y grupos menos favorecidos, implica temas relacionados a la equidad de género y al compromiso de la empresa de atender problemas sociales donde desarrollar sus actividades. (Del Carmen y Ramírez, 2018).

El acelerado crecimiento económico de los países donde se ha intensificado el comercio de bienes, servicios y donde el crecimiento poblacional es cada vez mayor, obligan a las empresas a tener mayores responsabilidades que involucren buscar la sostenibilidad social y ambiental aplicando la RSC -también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE)- a través de acciones para buscar desarrollarse de forma equilibrada en el aspecto económico, buscar la prosperidad de la sociedad y el correcto uso de los recursos naturales cuidando el medio ambiente. Es decir, la búsqueda sólo de utilidades ha tenido que ampliarse al campo de la responsabilidad social, al cuidado del medio ambiente, a la preservación de los recursos naturales, pasando de un enfoque netamente económico a uno cada vez más social y ambiental. (Pérez, Espinoza y Peralta, 2016).

Toda empresa es libre de decidir, voluntariamente, de forma proactiva (Acuña, Severino y Cires, 2019; Del Carmen y Ramírez, 2018; Bonilla, 2017) si son o no socialmente responsables pues esta decisión finalmente generará aspectos positivos o negativos en la sociedad y al interior de la empresa al aprovechar las oportunidades que se generan a partir de su implementación. (Alfaro et al, 2016).

Es importante señalar que dentro la RSC están los grupos de interés o *Stakeholders*, las cuales se componen de públicos internos y externos, por lo tanto, la empresa debe alinear la RSC con sus objetivos, valores corporativos, con su conducta y con las expectativas de los grupos de interés (Lizarzaburu y Del Brio, 2016). Estas al buscar mayor desarrollo económico están aplicando prácticas socialmente responsables con la finalidad de mantener una buena relación con estos grupos de interés. (Coba, Díaz, Zurita y Proaño, 2017). Sin embargo, también es preciso señalar que cada empresa adopta la RSC de acuerdo al giro de negocio en el que se encuentra y como señalan, Ormaza, Ochoa, Ramírez y Ochoa, C. (2018), hay pocos estudios sobre el impacto e influencia que tiene la RSC en el comportamiento del consumidor.

Diversos autores señalan que existen cuatro dimensiones comunes de la RSC y que presentan un orden jerárquico partiendo de lo principal que tiene toda empresa: 1) La responsabilidad económica, 2) responsabilidad legal, 3) responsabilidad ética y 4) responsabilidad filantrópica (Amezaga et al, 2016; Salas, García, y Azuero (2020); Lyra, Bueno, Barbosa de Souza, Alberton y Marinho, 2017) como aparece en la Figura N° 1.

Los investigadores Lyra et al (2017) llaman a la responsabilidad filantrópica como responsabilidad discrecional, donde la participación de las empresas se da en acciones y programas sociales que promuevan el bienestar común.

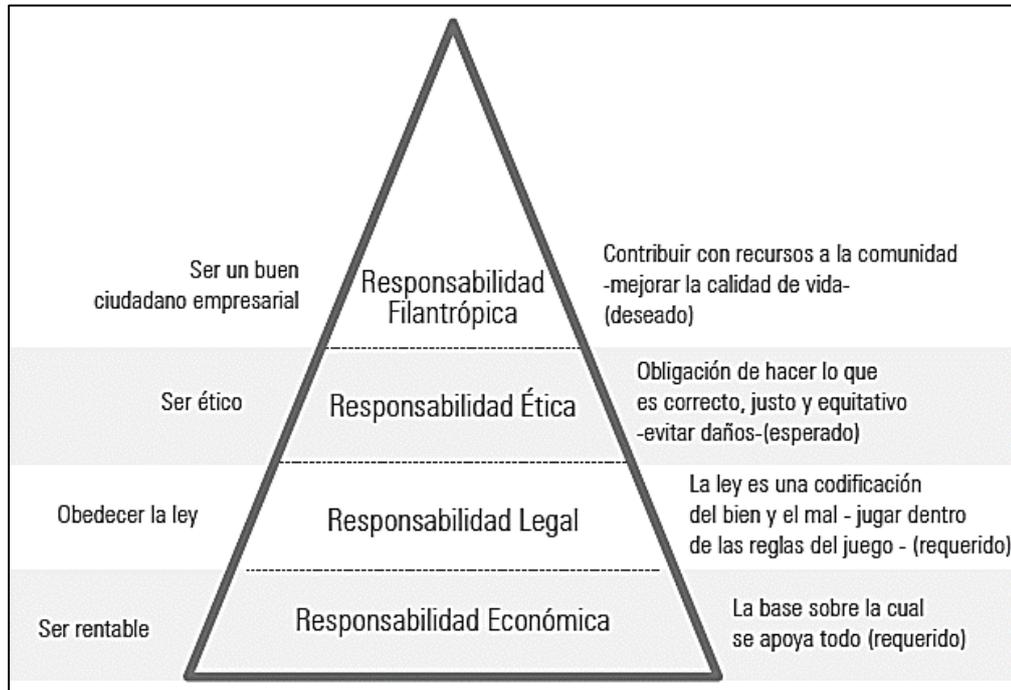


Figura N° 1: Dimensiones comunes de la RSC

Fuente: Amezaga et al, (2016; p. 82).

Es así como, hoy en día muchas empresas, utilizan el marketing para comunicar sus acciones de RSC publicando en sus páginas web, en las etiquetas de productos, en los documentos internos de la empresa. (Del Carmen et al, 2018), pero aún falta mucha conciencia por parte de las empresas para entender que además de generar ganancias deben ofrecer bienestar a la sociedad. (Rubio, 2016).

En la Tabla N° 1 vemos el desarrollo de la investigación desde la metodología PICOC, donde la Población son las empresas públicas y privadas analizadas, la Intervención son las diferentes dimensiones que tiene al RSC, la Comparación que se hace entre diferentes países, el Objetivo que es analizar la variación de las dimensiones de la RSC y el Contexto en los países de Latinoamérica.

Tabla N° 1: Análisis PICOC

Population - Población: Empresas públicas y privadas
Intervention - Intervención: Diferentes dimensiones de la RSC
Comparison - Comparación: Empresas de diferentes países
Outcome - Objetivo: Analizar la variación de las dimensiones de la RSC que las empresas de Latinoamérica consideran en los últimos cinco años
Contex - Contexto: Países de Latinoamérica

Elaboración: Propia

Objetivo de la investigación

La revisión sistemática de la literatura científica tuvo como objetivo analizar la variación de las dimensiones de la RSC que las empresas de Latinoamérica consideran en los últimos cinco años (2016-2020) con el propósito de conocer qué dimensiones consideran las empresas como parte de la RSC y así ampliar el conocimiento sobre esta importante variable.

Pregunta de investigación

- ¿Cómo han variado las dimensiones que conforman la RSC en las empresas de Latinoamérica en los últimos cinco años?

Limitaciones y ética en la investigación

Se presentaron limitaciones en la dificultad de búsqueda y análisis de las base de datos de revistas científicas debido al corto tiempo para realizar la investigación lo que limitó el alcance y profundidad de nuestra investigación.

Por el lado de la ética, se cumplió cabalmente con la estructura y formatos declarados por la Universidad Privada del Norte – UPN así como con las normas APA, respetando los derechos de autor al citar correctamente.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

Se ha desarrollado la revisión documental de revistas científicas aplicando criterios de elegibilidad de las base de datos cerradas ProQuest y EBSCOhost y abiertas Scielo y Redalyc siendo considerada esta investigación de tipo cualitativo.

En ese sentido, es considerada teórica y descriptiva puesto que recopilamos documentos sin hacer ninguna medición cuantitativa y también es considerada de corte longitudinal porque tomamos un período de tiempo de cinco (05) años para realizar el análisis.

Fundamentos del tipo de investigación

El fundamento académico de la investigación se basa en la calidad de contenido y exhaustiva metodología utilizada empleando la herramienta PICOC, una búsqueda metodológica reproducible y una selección de base de dato bajo criterios de inclusión y exclusión que respondieron a la pregunta de investigación y lograron cumplir con el objetivo trazado.

Recopilación De Datos

Se realizaron búsquedas avanzadas en las base de datos cerradas EBSCOhost y ProQuest y abiertas Scielo y Redalyc utilizando las palabras clave “responsabilidad social corporativa” y el conector AND “dimensiones” junto con el período 2016-2020, español e inglés, texto completo, evaluada por expertos, países de Latinoamérica y se obtuvieron un total de 60 artículos de los cuales luego de aplicar los criterios de inclusión y exclusión fueron seleccionados 20.

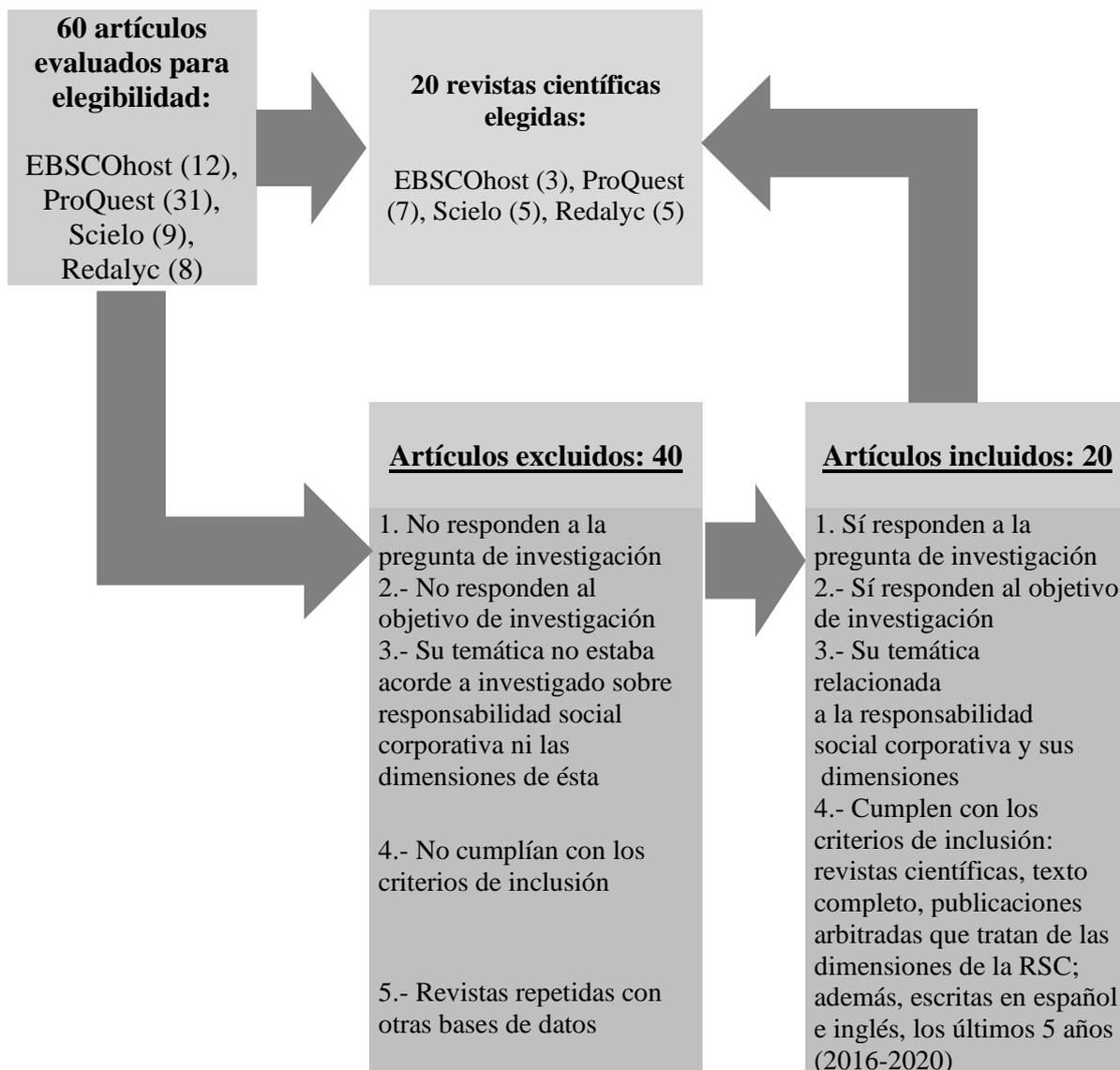


Figura N° 2: Criterios de elegibilidad de las revistas científicas

Elaboración: Propia

Criterios de inclusión

Los artículo que fueron incluidos son aquellos que sí responden a la pregunta y objetivo de la investigación, su temática está relacionada y trata de las dimensiones de la RSC y su aplicación así como cumplen con los criterios de ser revistas científicas, publicaciones arbitradas, publicaciones completas, en español e inglés y dentro del rango de los últimos 5 años (2016-2020).

Criterios de exclusión

Los artículos que fueron excluidos no respondían a la pregunta ni objetivo de la investigación, su temática no estaba acorde a investigado sobre las dimensiones de la RSC y su aplicación, no cumplían con los criterios de inclusión y se eran revistas científicas alojadas en varias bases de datos.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Luego de aplicar los criterios de inclusión y exclusión se eligieron 20 revistas científicas para ser analizadas las cuales tuvieron la siguiente distribución: ProQuest con 7 revistas representando el 35%, Redalyc con 5 revistas representando el 25%, Scielo con 5 revistas representando el 25% y EBSCOhost con 3 revistas con el 15% como observamos en la Tabla N° 2 y Figura N° 3.

Tabla N° 2: Cantidad de revistas científicas por base de datos

Base de datos	Cantidad	%
ProQuest	7	35.00%
Redalyc	5	25.00%
Scielo	5	25.00%
EBSCOhost	3	15.00%
Total general	20	100.00%

Elaboración: Propia

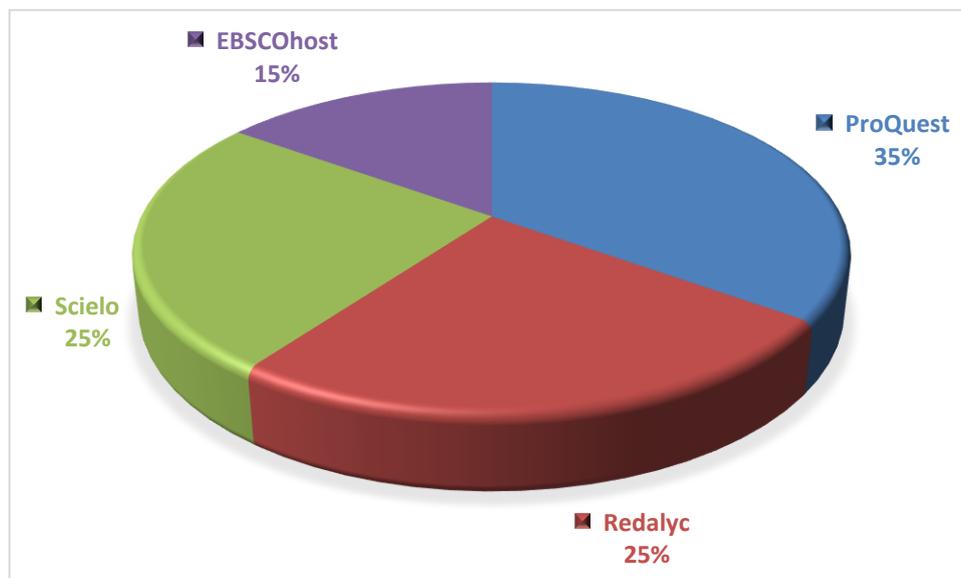


Figura N° 3: Distribución porcentual de revistas científicas por base de datos

Elaboración: Propia

Seguidamente en la Tabla N° 3 y Figura N° 4 observamos la distribución de revistas por países en la cual Colombia representa el 45% con 9 revistas, seguido de Venezuela con 15% para 3 revistas, Brasil y México con el 10% y 2 revistas cada país, finalizando con Chile, Cuba, Ecuador y Perú con el 5% y 1 revista respectivamente.

Tabla N° 3: Cantidad de revistas científicas por país

País	Cantidad	%
Colombia	9	45.00%
Venezuela	3	15.00%
Brasil	2	10.00%
México	2	10.00%
Chile	1	5.00%
Cuba	1	5.00%
Ecuador	1	5.00%
Perú	1	5.00%
Total general	20	100.00%

Elaboración: Propia

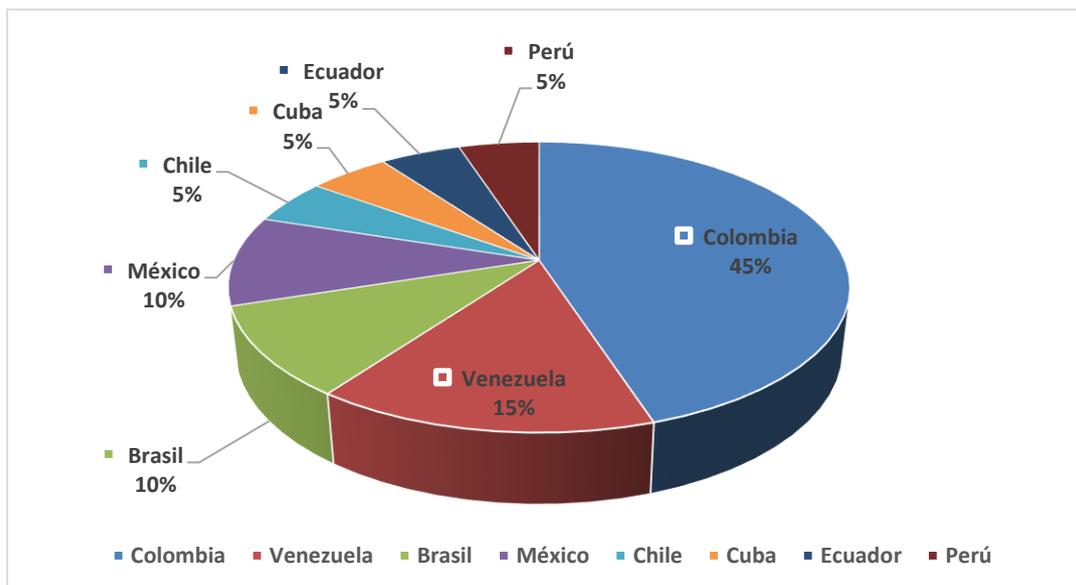


Figura N° 4: Distribución porcentual de revistas científicas por país

Elaboración: Propia

En esa misma línea, en la Tabla N° 4 presentamos los autores de las revistas científicas por país y año junto con el título de la investigación y un resumen personalizado.

Tabla N° 4: Resumen de las revistas seleccionadas por autor, país y año

N°	Autores	Título de la investigación	Resumen personalizado	País	Año
1	Askari, Sadrabadi, Sharifabadi Y Mirfakhradini (2020)	<i>A Model For Corporate Social Responsibility Ranking On Iron Ore Mining Companies In Yazd Province. //</i> Un Modelo Para La Clasificación De Responsabilidad Social Corporativa En Empresas Mineras De Mineral De Hierro En La Provincia De Yazd.	La RSC parte de las decisiones que tomen las empresas en cuanto a su preocupación por diversos aspectos al interior y exterior de sus empresas que finalmente tendrán impactos tangibles e intangibles en todos los sectores de la sociedad.	Brasil	2020
2	Lyra, Bueno, Barbosa de Souza, Alberton y Marinho (2017).	Hacer El Bien Sin Mirar A Quién: El Caso Del Mundo Parque Beto Carrero	Analiza las dimensiones de la RSC: económica, ético, legal y filantrópica	Brasil	2017
3	Acuña, Severino y Cires (2019)	Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva. El estudio de pequeñas empresas mineras de Chile	La RSC es considerada un factor clave de éxito para los negocios en su constante búsqueda por un desarrollo sustentable.	Chile	2019
4	Salas, García, y Azuero (2020)	Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes	Analiza 4 dimensiones de la RSC: económica, ético, legal y filantrópica	Colombia	2020
5	Severino, Giacomozzi y Pujol (2018)	Responsabilidad social en escuelas de educación primaria en Chile: tensiones y desafíos	En las últimas décadas, han existido muchas presiones para que las empresas incorporen valores -como la probidad, el respeto, la diversidad, la tolerancia, la equidad, la igualdad, el compromiso social, la empatía que- reflejen un comportamiento ético y socialmente responsable.	Colombia	2018
6	Del Carmen y Ramírez (2018)	Factores Determinantes En La Adopción De Prácticas De Responsabilidad De Social Empresarial: Un Análisis Sectorial En Las Franquicias Mexicanas	Considera que la RSC tiene 4 dimensiones: medioambiente, sociedad, producto y servicios, gobernanza corporativa	Colombia	2018

7	Flores y Gaytán (2018)	The level of corporate social responsibility in Mexican franchises	Considera que la RSC tiene 4 dimensiones: medioambiente, sociedad, producto y servicios, gobernanza corporativa	Colombia	2018
8	Satsumi, Ortega y Ortiz (2017)	<i>Strategies Of Corporate Social Responsibility In Latin America: A Content Analysis In The Extractive Industry. //</i> Estrategias De Responsabilidad Social Corporativa En América Latina: Un Análisis De Contenido En La Industria Extractiva.	La RSC está inmersa en las estrategias de las principales empresas extractivas en América Latina y señalan 13 dimensiones en donde el desarrollo sustentable y medio ambiente fueron las más mencionadas.	Colombia	2017
9	Bonilla (2017)	Comentarios Sobre La Responsabilidad Social Empresarial, El Derecho Societario Y La Empresa De Grupo	Menciona conceptos y motivos del auge de la RSE así como dificultades en las empresas de aplicar la RSC	Colombia	2017
10	Alfaro, Royett y Marrugo (2016)	Caracterización De Las Dimensiones De La Responsabilidad Social Corporativa En La Empresa Hotelera Almirante Cartagena.	La RSC está adquiriendo mayor relevancia en todos los países del mundo, tanto desarrollados como en vías de desarrollo y las empresa están considerando evaluar todos los factores o dimensiones que tienen relación en ésta. Es el accionar que le toca llevar a cabo a las empresas para favorecer el desarrollo sostenible, esto quiere decir, buscar el equilibrio entre el progreso económico, la prosperidad de la sociedad y el debido aprovechamiento de los recursos naturales y del medio ambiente, desde una perspectiva de desarrollo económico.	Colombia	2016
11	Rubio (2016)	La Responsabilidad Social Empresarial En Las Instituciones Financieras De Ibagué: Un Análisis Multivariante	Buscó analizar la RSC en las instituciones financieras donde se consideraron las dimensiones relacionadas con estrategia y estructura, grupos de interés (clientes y trabajadores); comunidad y medio ambiente.	Colombia	2016
12	Sapién, Piñón y Gutiérrez (2016)	Responsabilidad social empresarial en empresas chihuahuenses que obtuvieron el distintivo ESR 2013	Analizaron la RSC con las siguiente dimensiones: 1) Gobernabilidad empresarial, 2) Vinculación con la comunidad, 3) Vinculación con el medioambiente, 4) Ética	Colombia	2016

13	Pérez, Espinoza y Peralta (2016)	La Responsabilidad Social Empresarial Y Su Enfoque Ambiental: Una Visión Sostenible A Futuro	Las empresas han cedido de sólo obtener beneficios económicos a pensar en la RSC adaptando sus operaciones a una situación actual de mayor compromiso con el medio ambiente y la sociedad en su conjunto. Analiza 5 dimensiones de la RSC: económica interna, económica externa, social interna, sociocultural y política externa, ecológica interna, ecológica externa	Cuba	2016
14	Ormaza, Ochoa, Ramírez y Ochoa, C. (2018)	Percepción De La Responsabilidad Social Empresarial En Los Consumidores De Supermercados De La Ciudad De Azogues	La RSC genera ventajas competitivas debido a que los clientes perciben de manera diferente a la empresa que las aplica generando lealtad a partir de las emociones que genera. La parte específica de la RSE que ha recibido poca atención es la referida al comportamiento de los consumidores y poco se conoce sobre la RSE para estos Stakeholders y sobre sus percepciones.	Ecuador	2018
15	Reyes y Briano (2018)	Las mujeres en posiciones de liderazgo y la sustentabilidad empresarial: evidencia en empresas cotizadas de Colombia y Chile	Considera la RSC con 3 dimensiones principales: ambiental, social y económica	México	2018
16	Amezaga, Medina, Ramírez y Pineda (2016)	Validación De Un Instrumento Para Medir La Responsabilidad Social Empresarial En Consumidores De México	Analiza las dimensiones de la RSC: económica, ético, legal y filantrópica	México	2016
17	Lizarzaburu y Del Brio (2016)	Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el sector financiero de países en desarrollo	La investigación busca relacionar la RSC con la reputación corporativa que está correlacionada con un fortalecimiento del valor de la empresa. Presentan 4 dimensiones de la RSC: a) beneficios de la RSC en las empresas, b) la actuación política de la empresa en la sociedad, c) las demandas sociales sobre la RSC y c) los valores éticos.	Perú	2016

18	Daniel, Alvarado, Sansores y Navarrete (2019)	Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones	La RSC plantea dimensiones como: 1) Solución de problemas sociales del entorno en el que opera, 2) Gestión de las expectativas y demandas de los Stakeholders, 3) Impactos o externalidades de su operación sobre sus Stakeholders, la sociedad y el medioambiente, 4) La ética en la gestión, 5) Creación de valor compartido y contribución al desarrollo sostenible.	Venezuela	2019
19	Coba, Díaz, Zurita y Proaño (2017)	La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero	Ahora, las empresas al buscar mayor desarrollo económico están aplicando prácticas socialmente responsables con la finalidad de mantener una buena relación con estos grupos de interés. Las dimensiones de la RSC fueron: social, ética, medioambiental, colaborativa y redes	Venezuela	2017
20	Tello y Rodríguez (2016).	Fundamentos ético disciplinares de la responsabilidad social organizacional	Plantea la RSC con dimensiones relacionadas con los valores, la ganancia privada y su dimensión pública; por lo tanto, siempre estará presente en la conducta humana y en los actos organizacionales y por tanto no es opcional.	Venezuela	2016

Elaboración: Propia

La RSC tiene más de 60 años de analizada y utilizada por diferentes empresas de Latinoamérica donde sus dimensiones han cambiado también debiéndose que cada empresa, muchas veces, toma las dimensiones que más se adapten a su sector económico. Es así entonces, que presentaremos los autores que muestran coincidencias en la aplicación de dimensiones y aquellos que presentan otras totalmente diferentes:

- Los investigadores Amezaga, Medina, Ramírez y Pineda (2016); Salas, García, y Azuero, (2020); Reyes y Briano (2018); Lyra, Bueno, Barbosa de Souza, Alberton y Marinho (2017); Bonilla (2017); Pérez, Espinoza y Peralta (2016) coincidieron que la RSC tiene 04 dimensiones bien definidas como observamos en la Tabla N° 5:

Tabla N° 5: Dimensiones de la RSC

Autores	Dimensiones
Amezaga, Medina, Ramírez y Pineda, (2016); Salas, García, y Azuero (2020); Reyes y Briano (2018); Lyra, Bueno, Barbosa de Souza, Alberton y Marinho, (2017); Bonilla (2017); Pérez, Espinoza y Peralta (2016)	1) Responsabilidad económica
	2) Responsabilidad legal
	3) Responsabilidad ética
	4) Responsabilidad filantrópica

Elaboración: Propia

1. **Responsabilidad económica**, las empresas tienen la obligación de ser productivas y rentables, así como satisfacer las necesidades de los consumidores de cada sociedad.
2. **Responsabilidad legal**, son las expectativas que tiene la sociedad de que las empresas cumplan con sus obligaciones económicas dentro del marco de los requisitos legales.
3. **Responsabilidad ética**, las empresas deben cumplir normas y valores que no sólo sean las legales sino que vayan más allá. Sea reconocido como una empresa confiable.
4. **Responsabilidad filantrópica**, la empresa realiza acciones voluntarias por naturaleza y reflejan el deseo de las empresas de mejorar la sociedad. Ofrece servicios a la población de bajos ingresos.

Los investigadores Lyra et al. (2017) cambian la responsabilidad filantrópica por **Responsabilidad discrecional**, que es la participación de las organizaciones en acciones y programas sociales que promuevan el bienestar de la sociedad, pero que ambas van por la misma línea. Todos en conjunto se basan en el modelo de Carroll (1979) como apreciamos en la Tabla N° 6

Tabla N° 6: Dimensiones de la RSC de Carroll

Autores	Dimensiones
Carroll (1979)	<i>Philanthropic</i> / Filantropía
	<i>Economic</i> / Economía
	<i>Legal</i> / Legal
	<i>Ethical</i> / Ética

Elaboración: Propia

Los investigadores Pérez et al. (2016) descompusieron aun más estas dimensiones señaladas anteriormente de la siguiente manera (Tabla N° 7):

Tabla N° 7: Dimensiones de la RSC de Carrol

Autores	Dimensiones
Pérez, Espinoza y Peralta (2016)	1) Responsabilidad económica interna
	2) Responsabilidad económica externa
	3) Responsabilidad social interna
	4) Responsabilidad sociocultural y política externa
	5) Ecológica interna
	6) Ecológica externa

Elaboración: Propia

1. **Responsabilidad económica interna**, que la empresa sea sustentable económicamente generando utilidades, prioriza la generación y distribución del valor agregado considerando la equidad y la justicia entre accionistas y colaboradores.
 2. **Responsabilidad económica externa**, implantación de planes económicos para su país o región, generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad que carece de dichos recursos.
 3. **Responsabilidad social interna**, los proveedores, directivos, inversionistas y colaboradores comparten y subsidian la responsabilidad buscando mejorar la calidad de vida, excelentes condiciones de trabajo y el pleno desarrollo de todos en lo que respecta a competencias y habilidades profesionales.
 4. **Responsabilidad sociocultural y política externa**, realización de acciones adecuadas para preservar y mejorar la comunidad en el cual se desarrolla la empresa y los recursos que utiliza.
 5. **Ecológica interna**, absoluta responsabilidad sobre cualquier tipo de daño ambiental que ocasiona la empresa por el desarrollo de sus actividades productivas.
 6. **Ecológica externa**, todas las medidas de preservación general del medio ambiente que realiza la empresa.
- Otros autores como Del Carmen y Ramírez (2018); Flores y Gaytán (2018); Tello y Rodríguez (2016); Sapién, Piñón y Gutiérrez (2016) hablan de la Gobernanza Corporativa o Gobernabilidad Empresarial o dimensión pública que tiene la RSC como vemos en la Tabla N° 8

Tabla N° 8: Dimensiones de la RSC

Autores	Dimensiones
Del Carmen y Ramírez (2018); Flores y Gaytán (2018); Tello y Rodríguez (2016); Sapién, Piñón y Gutiérrez (2016)	1) Vinculación con el Medioambiente
	2) Sociedad o Vinculación con la Comunidad
	3) Producto y servicio o Ética
	4) Gobernanza Corporativa o Gobernabilidad Empresarial o Dimensión Pública

Elaboración: Propia

1. **Vinculación con el Medioambiente**, las empresas buscan aplicar la norma ISO 26000, apoyar con becas educativas para los colaboradores y las familias y el contar con el distintivo “*Great Place to Work*”.
 2. **Vinculación con la Comunidad**, las empresas mantienen alianzas con organizaciones a beneficio de la comunidad, promueve el bienestar económico y social de la comunidad donde se desarrolla, otorga donativos en efectivo a asociaciones civiles con causa social y participa con apoyos no financieros en diversas actividades de la comunidad.
 3. **Producto y servicio o Ética**, las empresas buscan comprar productos y equipos ambientalmente amigables, tienen código de ética y conducta, políticas y procedimientos alineados con el código de ética, así como con instrumentos de comunicación entre los colaboradores para la toma de decisiones y sugerencias.
 4. **Gobernanza Corporativa o Gobernabilidad Empresarial o Dimensión Pública**, las empresas aplican control de activos, prevención de pérdidas y políticas de despido, la empresa se relaciona con los grupos de interés mediante políticas de Gobierno, actividades relacionadas con la transparencia en la gestión administrativa.
- Alfaro et al. (2016) señalan 06 dimensiones de la RSC que se relacionan (Tabla N° 9):

Tabla N° 9: Dimensiones de la RSC

Autores	Dimensiones
Alfaro, Royett y Marrugo (2016: p. 122)	1) Valores y coherencia
	2) Público interno
	3) Proveedores
	4) Consumidores
	5) Comunidad
	6) Medioambiente

Elaboración: Propia, adaptado de Alfaro, Royett y Marrugo (2016; p. 122)

1. **Con los valores y coherencia**, es el comportamiento ético de la empresa en su forma de relacionarse desde adentro hacia afuera con los proveedores, los consumidores, el medioambiente y la comunidad. La empresa debe establecer Código de ética, Transparencia de informes contables, Competencia leal y Reportes de sustentabilidad.
2. **Con el público interno**, la empresa debe preocuparse por sus empleados, potenciando el crecimiento profesional y personal, promoviendo el sentido de pertenencia, lealtad y compromiso. Es la dimensión donde se puede apreciar el compromiso de la empresa más allá de lo puramente legal. Aquí la empresa debe establecer SST, Políticas con los Sindicatos, Políticas de Capacitación, Conciliación de la vida laboral y personal, Políticas de diversidad, Políticas de acoso.
3. **Con los proveedores**, busca establecer relaciones de largo plazo con los proveedores teniendo en cuenta aspectos laborales y de subcontratación.
4. **Con los consumidores**, la empresa debe implementar buenas prácticas orientadas a lograr el bienestar de los clientes y su fidelización, buscando resolver conflictos y aplicando políticas que señalen los posibles daños de sus productos o servicios.
5. **Con la comunidad**, son las relaciones que se establecen con el entorno más cercano a la empresa, debe aplicar la transparencia para ganarse la confianza, establecer políticas de diálogos con públicos de interés, inversión social y voluntariado corporativo.
6. **Con Medioambiente**, son las políticas que debe implementar la empresa para minimizar su repercusión con el medioambiente que muchas veces no es inmediato sino se visualiza recién en el largo plazo. Incluye cumplir exigencias medioambientales y sistemas de gestión ambiental.

- Los investigadores Lizarzaburu et al. (2016) señalan 04 dimensiones de la RSC que se relacionan con (Tabla N° 10):

Tabla N° 10: Dimensiones de la RSC

Autores	Dimensiones
Lizarzaburu y Del Brio (2016)	1. Beneficios de la RSC en las empresas
	2. La actuación política de la empresa en la sociedad
	3. Las demandas sociales sobre la RSC
	4. Los valores éticos.

Elaboración: Propia, adaptado de Lizarzaburu y Del Brio (2016)

1. **Lograr beneficios en las empresas**, las empresas apuesta por la RSC si esta aporta ventajas competitivas a la empresa. Buscan maximizar el precio de la acción para el inversionista, tener incidencia en los resultados económicos de la empresa y ampliar los efectos del marketing.
2. **La actuación política de la empresa en la sociedad**, la empresa tiene poder social que debe usar responsablemente y debe realizar acciones para que la sociedad las legitime.
3. **Las demandas sociales**, la sociedad demanda que la empresa tenga un buen comportamiento social, que la empresa no sólo respete la ley sino que implemente más políticas, las decisiones de la empresa pueden afectar a otros grupos de interés.
4. **Los valores éticos**, cada uno de los Stakeholders merece un reconocimiento propio donde la empresa tiene que contribuir al bien común.

- Los investigadores Acuña et al. (2019) señalan 04 dimensiones de la RSC (Tabla N° 11):

Tabla N° 11: Dimensiones de la RSC

Autores	Dimensiones
Acuña, Severino y Cires (2019)	1. Calidad de vida en la empresa
	2. Compromiso con la comunidad
	3. Cuidado y preservación del medio ambiente
	4. Competitividad de la empresa y su relación con los Stakeholders.

Elaboración: Propia, adaptado de Acuña, Severino y Cires (2019)

1. **Calidad de vida en la empresa**, las empresas aplican políticas de no discriminación, maneja eficientemente despidos de forma digna, fomenta trabajo de equipo, escucha sugerencias y reclamos de sus trabajadores.
2. **Compromiso con la comunidad**, las empresas entregan donativos, hacer publicidad para beneficio social, contribuir al bienestar económico y social de la comunidad en la cual se desarrolla.
3. **Cuidado y preservación del medio ambiente**, las empresas adquieren productos reciclables reduciendo el uso de materiales no degradables, promueve entre sus trabajadores la conciencia ambiental, busca reducir la contaminación.
4. **Competitividad de la empresa y su relación con los Stakeholders**, las empresas presentan políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez de sus transacciones, poseen políticas compromiso con terceros, tienen programas de apoyo y desarrollo para sus proveedores, aplican marketing responsable y cumplen con sus obligaciones financieras.

- Los investigadores Severino, Giacomozzi y Pujol (2018) señalan 09 dimensiones de la RSC que se relacionan con (Tabla N° 12):

Tabla N° 12: Dimensiones de la RSC

Autores	Dimensiones
Severino, Giacomozzi y Pujol (2018).	1. Dignidad de la persona
	2. Libertad de las personas
	3. Ciudadanía, democracia y participación
	4. Solidaridad
	5. Bien común e igualdad
	6. Medio ambiente y desarrollo sostenible
	7. Honestidad y Transparencia
	8. Excelencia
	9. Equidad en las relaciones laborales.

Elaboración: Propia, adaptado de Severino et al. (2018)

1. **Dignidad de la persona**, La empresa fomenta un ambiente de respeto a los trabajadores.
2. **Libertad de las personas**, La empresa permite la libertad de expresión de los trabajadores.
3. **Ciudadanía, democracia y participación**, La empresa promueve actividades colectivas respecto de derechos y deberes de los miembros.
4. **Solidaridad**, La empresa ayuda a sectores vulnerables.
5. **Bien común e igualdad**, la empresa implementa acciones para lograr la integración e inclusión de los trabajadores y con habilidades diferentes.
6. **Medio ambiente y desarrollo sostenible**, la empresa desarrolla práctica del buen manejo de recursos y fomentan la concientización y sensibilización sobre los problemas medioambientales.
7. **Honestidad y Transparencia**, son las decisiones y prácticas de la empresa que reflejan valores como la verdad, honestidad y transparencia.
8. **Excelencia**, la empresa reconoce y premia el desempeño superior.
9. **Equidad en las relaciones laborales**, la empresa brinda sueldos justos y equitativos de acuerdo a los esfuerzos realizados.

- Los investigadores Ormaza, Ochoa, Ramírez, Ochoa, C. (2018) y Askari, Sadrabadi, Sharifabadi Y Mirfakhradini (2020, citando a Castka & Balzarova) señalan que la RSC debe estar alineada al Modelo ISO 26000 señalando 07 dimensiones como vemos en la Tabla N° 13. En el modelo ISO 26000 la empresa asume responsabilidades con los consumidores, brindando educación e información verás fomentando el uso responsable y sostenible.

Tabla N° 13: Dimensiones de la RSC bajo el modelo ISO 26000

MODELO	DIMENSIONES
ISO260000	1) <i>Responsiveness</i> / Sensibilidad
	2) <i>Transparency</i> / Transparencia
	3) <i>Ethical behavior</i> / Comportamiento ético
	4) <i>Respect for shareholders' equity</i> / Respeto por el patrimonio de los accionistas
	5) <i>Respect for rule of law</i> / Respeto por el estado de derecho
	6) <i>Respect for international behavioral norms</i> / Respeto por las normas de conducta internacional
	7) <i>Respect for human rights</i> / Respeto por los derechos humanos

Elaboración: Propia, adaptado de Severino et al. (2018)

- En esa misma línea, Satsumi, Ortega y Ortiz (2017) plantearon 10 dimensiones para la RSC como vemos en la Tabla N° 14.

Tabla N° 14: Dimensiones de la RSC

Autores	Dimensiones
Satsumi, Ortega y Ortiz (2017)	1) Sustainable development / Desarrollo sostenible
	2) Environment / Ambiente
	3) Health / Salud
	4) Safety in workplace / Seguridad en el trabajo
	5) Education / Educación
	6) Community welfare / Bienestar a la comunidad
	7) Human Rights / Derechos humanos
	8) Transparency / Transparencia
	9) Culture - Indigenous people / Cultura-Pueblos indígenas
	10) Sustainability / Sostenibilidad

Elaboración: Propia

- Finalmente, Rubio (2016); Coba, Díaz, Zurita y Proaño (2017); Daniel, Alvarado, Sansores y Navarrete (2019) plantean una serie de dimensiones con aspectos concordantes y otros no como vemos en la Tabla N° 15:
 1. **Estrategias**, la empresa busca implementar y desarrollar los principios, políticas, unidades organizativas de seguimiento, inversiones en el desarrollo del talento humano, estabilidad laboral, conocimiento que tiene la empresa de la sostenibilidad y responsabilidad social y apoyo a emprendedores o estudiantes en práctica.
 2. **Estándares de desempeño**, la empresa realiza Pacto Global, establece principios y políticas de contratación a discapacitados.
 3. **Medioambiente**, la empresa participa en las iniciativas de sostenibilidad que propone el Estado y relaciones que tiene la empresa con asociaciones ecológicas
 4. **Comunidad**, la empresa designa fondos para causas sociales o medioambientales de la comunidad, aplica liderazgo de jornadas promocionales y políticas de gestión ambiental.
 5. **Empresa y comunidad**, la empresa realiza programas de sensibilización medioambiental a través de los productos y servicios al cliente, participa en programas medioambientales de la comunidad, involucra a sus colaboradores en estos programas.
 6. **Divulgación**, la empresa realiza informes de RSE y sensibilización social a través de los productos y servicios al cliente.

7. **Cientes**, la empresa promueve políticas de igualdad en cuanto a la participación de los empleados y participación de los trabajadores en los beneficios corporativos.
8. **Colaborativa**, la empresa tiene buenas condiciones de salud y seguridad ocupacional, igualdad de oportunidades sin discriminación a la fuerza laboral.
9. **Redes**, la empresa posee un portal en internet sobre actividad empresarial, Slogan de prácticas responsables, Sección de noticias sobre actividades realizadas.
10. **Creación de valor compartido y contribución al desarrollo sostenible**, la empresa busca triple rentabilidad del desempeño económico, social y ambiental.

Tabla N° 15: Dimensiones de la RSC

Autores	Dimensiones
Rubio (2016)	1) Estrategias
	2) Estándares de desempeño
	3) Medio ambiente
	4) Comunidad
	5) Empresa y comunidad
	6) Divulgación
	7) Clientes
Coba, Díaz, Zurita y Proaño (2017)	1) Social
	2) Ética
	3) Medioambiental
	4) Colaborativa
	5) Redes
Daniel, Alvarado, Sansores y Navarrete (2019)	1) Solución de problemas sociales del entorno en el que opera
	2) Gestión de las expectativas y demandas de los Stakeholders
	3) Impactos o externalidades de su operación sobre sus Stakeholders, la sociedad y el medioambiente
	4) La ética en la gestión
	5) Creación de valor compartido y contribución al desarrollo sostenible.

Elaboración: Propia

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

Durante muchos años diversos investigadores como como Amezaga, Medina, Ramírez y Pineda (2016), Salas, García, y Azuero (2020), Reyes y Briano (2018), Lyra, Bueno, Barbosa de Souza, Alberton y Marinho (2017) y Bonilla (2017) han tomado las dimensiones elaboradas por Carroll (1979) cuya base son la ética, económica, legal y filantrópica para aplicarlas en la RSC de sus empresas; sin embargo otros autores como Pérez, Espinoza y Peralta (2016), Del Carmen y Ramírez (2018), Flores y Gaytán (2018), Tello y Rodríguez (2016) y Sapién, Piñón y Gutiérrez (2016) partiendo de esta base han ampliado esas dimensiones adaptándolas a sus giros de negocio o sectores económicos añadiendo la parte Gobernanza Corporativa o Dimensión Pública, descomponiendo las dimensiones en interna y externa, agregando la Solidaridad, la Dignidad de la persona, la Honestidad y Transparencia. Esto nos ha llevado a comprender que la RSC al ser un acto voluntario se adapta a cada tipo de empresa la cual elige, siempre sobre la base de Carroll, añadir algunas dimensiones más que considera indispensables para el sector económico en el cual se desenvuelve.

Ahondando más en la RSC, algunos investigadores como Severino, Giacomozzi y Pujol (2018) consideran que las empresas actuales están considerando implementar las dimensiones del modelo de ISO 26000, Guía de la RSC, como la Sensibilidad, Respeto por las normas de Conducta Internacional, Respeto por los Derechos Humanos. En esa misma línea Satsumi et al. añade a la RSC las dimensiones de Salud, Seguridad en el Trabajo, Educación, Cultura y Pueblos Indígenas y Sostenibilidad. Esto refuerza nuestro punto de vista que las dimensiones de la RSC variarán de acuerdo al tipo de empresa y sector económico en el cual se quieran implementar.

Finalmente, investigadores como Rubio (2016), Coba, Díaz, Zurita y Proaño (2017) y Daniel, Alvarado, Sansores y Navarrete (2019) añaden las dimensiones de Estrategia, Estándares de Desempeño, Divulgación, Colaborativa, Redes y Valor Compartido a la RSC adaptando algunas dimensiones que señala el modelo ISO 26000.

CONCLUSIONES

Las dimensiones de la RSC han cambiado a lo largo de los años, adaptándose al tipo de empresa en la cual se desee implementar sea del sector financiero, del sector hotelero, del sector minero, empresas comerciales de bienes y servicios, agroindustriales, etc. Esto se da porque la RSC es voluntaria para las empresas y ellas son las que deciden hasta dónde desean ampliar su alcance partiendo siempre de la base las cuatro dimensiones que son la económica, legal, ética y filantrópica.

Las empresas quieren aplicar la RSC pues, a pesar de ser voluntaria, la sociedad exige que estas sean socialmente responsables y que no sólo generen beneficios económicos sino que también se preocupen tanto por sus inversionistas como por todos los involucrados y afectados por la empresa como los trabajadores, proveedores, clientes, comunidad, sociedad, Gobierno.

Las dimensiones de la RSC son económicas, legales, éticas, filantrópicas, políticas, gubernamentales, se vinculan con el medio ambiente, con la sociedad, con el producto, con la ética, con las políticas corporativas, con los clientes, proveedores, con los valores de las empresas, con los trabajadores y, en general, serán amplias tal y como lo decida la empresa.

Finalmente podemos señalar que las dimensiones de la RSC no pueden ser únicas y que existe la libertad de tomar modelos similares al giro de negocio y también adaptarlas a cada empresa en particular.

RECOMENDACIONES

Podemos recomendar que cualquier empresa que desee implementar la RSC tenga presente las cuatro dimensiones básicas propuestas por Carroll, pero que también tenga la libertad de ampliarlas como lo han hecho diferentes empresas a nivel Latinoamericano acorde a sus necesidades.

Recomendamos que toda empresa, indistintamente de su tamaño, debería implementar la RSC en su empresa pues los consumidores ahora son más exigentes y valoran más a las empresas que sí lo hacen de aquellas que no generando lealtad en la marca e impactando en sus ventas.

Finalmente, recomendamos que esta investigación sea utilizada por cualquier estudiante, investigador o tesista que desee comprender las diversas dimensiones de la RSC y cómo éstas varían de acuerdo a las empresas y su giro de negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña-Moraga, O., Severino-González, P., & Cires-Gómez, A. (2019). Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva. el estudio de pequeñas empresas mineras de Chile. *Encuentros*, 17(2), 178-186. DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/encuent.v17i02.979>
- Alfaro, A. C., Royett, J. H., & Marrugo, E. B. (2016). Caracterización De Las Dimensiones De La Responsabilidad Social Corporativa en La Empresa Hotelera Almirante Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertas*, 11(2), 121–132. <https://doi.org/10.22525/sabcliber.2016v11n2.121132>
- Amezaga, T. R. W., Medina, M. T. Á., Ramírez, M. A. N., & Pineda, D. I. V. (2016). Validación De Un Instrumento Para Medir La Responsabilidad Social Empresarial En Consumidores De México/Validation Of An Instrument To Measure Corporate Social Responsibility In Consumers Of Mexico. *Ad-Minister*, (29), 79-100. DOI: <http://Dx.Doi.Org/10.17230/Ad-Minister.29.4>
- Askari, M., Sadrabadi, A. N., Sharifabadi, A. M., & Mirfakhradini, S. H. (2020). A Model for Corporate Social Responsibility Ranking on Iron Ore Mining Companies in Yazd Province. *Revista Gestão & Tecnologia*, 20(3), 59–85. <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=bf23b9be-8634-47a9-9e9f-e9da82ce4f02%40pdc-v-sessmgr01&bdata=JkF1dGhUeXBIPXNoaWImbGFuZz1lcYzZaXRIPWVob3N0LWxpdmU%3d#AN=145251311&db=bsu>
- Bonilla-Sanabria, Fabio Andrés (2017). Comentarios Sobre La Responsabilidad Social Empresarial, El Derecho Societario Y La Empresa De Grupo. *Vniversitas*, (134),21-58. ISSN: 0041-9060. Disponible En: <https://Www.Redalyc.Org/Articulo.Oa?Id=825/82550740002>

Coba Molina, Edison, & Díaz Córdova, Jaime, & Zurita Meza, Estefanía, & Proaño López, Pául (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V(18),23-44. ISSN: 1856-8327. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2150/215052403003>

Daniel Licandro, Oscar; Alvarado-Peña, Lisandro José; Sansores Guerrero, Edgar Alfonso; Navarrete Marneou, Juana Edith. Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 24, núm. 85, 2019. Universidad del Zulia, Venezuela Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864016>

Del Carmen, M., & Ramírez, G. (2018). Factores Determinantes En La Adopción De Prácticas De Responsabilidad De Social Empresarial: Un Análisis Sectorial En Las Franquicias Mexicanas. *Ad-Minister*, (33), 21-38. DOI: <Http://Dx.Doi.Org/10.17230/Ad-Minister.33.2>

Flores Villanueva, Cesario Armando, & Gaytán Ramírez, María del Carmen. (2018). The level of corporate social responsibility in Mexican franchises. *Revista EAN*, (85), 15-35. <https://dx.doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2046>

Lyra, Franciane Reinert, Bueno, Giovana, Souza, Maria José Barbosa de, Alberton, Anete, & Marinho, Sidnei Vieira. (2017). Hacer el bien sin mirar a quién. El caso del mundo parque Beto Carrero. *Revista Electrónica de Administración (Porto Alegre)*, 23(1), 234-251. <https://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.167.60637>

Lizarzaburu, E., & del Brio, J. (2016). Responsabilidad social corporativa y reputación corporativa en el sector financiero de países en desarrollo/Corporate social responsibility and corporate reputation in the financial sector of developing countries/Responsabilidade social corporativa e reputação corporativa no setor financeiro dos países em desenvolvimento: GCG. *Revista De*

Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, 10(1), 42-65. DOI:

<http://dx.doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N1.02>

Ormaza, Ochoa, Ramírez y Ochoa, C. (2018). Percepción De La Responsabilidad Social Empresarial En Los Consumidores De Supermercados De La Ciudad De Azogues. / Perception Of Corporate Social Responsibility In The Supermarket Consumers Of The City Of Azogues.

Revista Científica ECOCIENCIA, 2018 Retrieved from
<https://search.proquest.com/docview/2229617136?accountid=36937>

Pérez Espinoza, María José, Espinoza Carrión, Cacibel, & Peralta Mocha, Beatriz. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial Y Su Enfoque Ambiental: Una Visión Sostenible A Futuro. Revista Universidad Y Sociedad, 8(3), 169-178.

http://Scielo.Sld.Cu/Scielo.Php?Script=Sci_Arttext&Pid=S2218-36202016000300023&Lng=Es&Tlng=Es

Reyes-Bastidas, Carolina, & Briano-Turrent, Guadalupe del Carmen. (2018). Las mujeres en posiciones de liderazgo y la sustentabilidad empresarial: evidencia en empresas cotizadas de Colombia y Chile. Estudios Gerenciales, 34(149), 385-398.

<https://dx.doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2877>

Rubio Guerrero, Germán. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial En Las Instituciones Financieras De Ibagué: Un Análisis Multivariante. Revista EIA, (25), 119-134. Retrieved

http://Www.Scielo.Org.Co/Scielo.Php?Script=Sci_Arttext&Pid=S1794-12372016000100009&Lng=En&Tlng=Es

Salas-Arbeláez, L., García-Solarte, M., & Azuero-Rodríguez, A. R. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: El caso de las pymes. Estudios Gerenciales, 36(154), 80-90. DOI: <http://dx.doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3547>

- Sapién Aguilar, Alma Lilia, & Piñón Howlet, Laura Cristina, & Gutiérrez Diez, María del Carmen (2016). Responsabilidad social empresarial en empresas chihuahuenses que obtuvieron el distintivo ESR 2013. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 16(30),223-231. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1002/100246672014>
- Satsumi López, J., Ortega-Ridaura, M. I., & Ortiz-Betancourt, I. (2017). Strategies of Corporate Social Responsibility in Latin America: A Content Analysis in the Extractive Industry. *Ad-Minister*, 31, 115–135. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.31.7>.
- Severino-González, P., Giacomozzi, Á. M., & Pujol-Cols, L. (2018). Responsabilidad social en escuelas de educación primaria en Chile: Tensiones y desafíos. *Encuentros*, 16(2), 11-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/encuent.v16i02.974>
- Tello Castrillón, Carlos, & Rodríguez Córdoba, María del Pilar (2016). Fundamentos ético disciplinares de la responsabilidad social organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(75),491-508. ISSN: 1315-9984. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=290/29048812008>