

TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

La Responsabilidad Social y la Honestidad en las Empresas

Corporación Universitaria Remington.
Facultad Ciencias Contables

Dina Jurley Urrea Palechor
Vanessa Celorio Ruiz
Tutor María del Socorro Rivera Cobo
Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
2024

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias el apoyo constante y por ser nuestro pilar fundamental durante todo este proceso, a nuestros profesores, por su dedicación, sabiduría y por compartir su conocimiento con generosidad. Sus enseñanzas y orientación han sido clave para alcanzar este logro y a nuestros compañeros, por colaboración y por compartir con nosotras los desafíos y éxitos de nuestra formación académica.

Agradecimientos

Agradecemos a todas las personas que, de una manera u otra, contribuyeron a nuestra formación académica y personal. Cada uno de ustedes ha dejado una huella en nuestro camino y ha contribuido a que este logro sea posible.

Tabla de Contenido

Resumen	6
Palabras clave	7
Metodología de búsqueda de la información	10
Sustentación teórica de la pregunta	12
Conclusiones.	16
Referencias	17

Índice de figuras

Figura 1 **11**

Resumen

Este informe analiza la relación entre la responsabilidad social y la honestidad en las prácticas empresariales.

Actualmente, la responsabilidad social es uno de los valores morales más importantes. Su relevancia, junto con la de otros valores, se basa en la naturaleza humana, siendo la moralidad el principal factor que influye en la formación de la personalidad, tanto a nivel individual como colectivo ya que esto afecta directamente el comportamiento en diferentes contextos sociales, permitiendo tomar decisiones con responsabilidad y honestidad.

Este trabajo se enfoca en examinar los diferentes tipos de responsabilidad social identificables, y las implicaciones éticas de cada uno y cómo puede influir en el éxito de las prácticas empresariales.

Los resultados esperados de este trabajo deben contribuir a una mejor comprensión de los conceptos involucrados, a la identificación de buenas prácticas y a la generación de recomendaciones para mejorar el desempeño de las empresas en este ámbito.

El impacto tanto académico como profesional de este informe final es muy positivo porque proporciona una base sólida para la investigación futura, mejora la toma de decisiones empresariales y fomenta prácticas más responsables y sostenibles. Además, este trabajo puede ser un punto de partida para que un contador público en Colombia se convierta en un profesional integral, capaz de aportar valor a las organizaciones y a la sociedad en general.

Palabras clave

Responsabilidad social, ética y valores, honestidad, impacto social, integridad

Pregunta orientadora de la búsqueda

Actualmente la responsabilidad social y la honestidad son valores cruciales que las empresas deben incorporar para contribuir al desarrollo sostenible. La responsabilidad social implica que las organizaciones deben gestionar sus operaciones de manera ética y transparente, considerando el impacto social, ambiental y económico de sus actividades. La relación entre ética y responsabilidad social en las relaciones cliente-marca es importante para comprender las actitudes de la marca (Cuevas & Rodriguez, 2018)

La responsabilidad social empresarial dejó de ser una política insignificante en las compañías. “El afán de cumplir ciertos estándares empezó como estrategia hasta convertirse en parte esencial de los valores corporativos y del giro del negocio. La sostenibilidad y el desarrollo de la comunidad van juntos”. (Chacón & Rugel, 2018)

Se ha recalcado que “la transparencia y la ética empresarial son cada vez más valoradas por consumidores e inversores, la relación entre la responsabilidad social corporativa y la honestidad se ha convertido en un área crucial de estudio”. (Surajit,2022)

Este informe busca explorar cómo la adopción de prácticas de la responsabilidad social basadas en la honestidad puede influir positivamente en la reputación corporativa y en la sostenibilidad a largo plazo de las empresas.

La pregunta que se aborda en este trabajo es:

¿Qué impacto tiene la responsabilidad social y la honestidad en la empresa?

Para responder este interrogante se plantea el siguiente objetivo general:

Analizar el papel de la responsabilidad social y la honestidad en la mejora de la imagen corporativa y la competitividad de las empresas.

Los objetivos específicos que corresponde a este objetivo general son:

- Argumentar que las prácticas responsables y honestas no solo benefician a la sociedad y al medio ambiente, sino que también generan valor económico y reputacional para la empresa.
- Investigar los ejemplos de las prácticas éticas en algunas empresas colombianas
- Identificar los beneficios que las empresas obtienen al adoptar prácticas responsables y honestas.

Metodología de búsqueda de la información

La siguiente revisión bibliográfica sobre la responsabilidad social y la honestidad en las empresas, tendrá en cuenta los artículos de bases de datos como Science Direct, Scopus, PubMed, Google Scholar y PEDro. Los artículos fueron palabras claves como “Social responsibility”, “ethics”, “values”, “honesty”, “social impact”, “Integrity” acompañados por los operadores booleanos “AND” y “OR”.

A estas búsquedas se les ha aplicado una serie de filtros con el objetivo de reducir el número de artículos totales, como lo fue las diferentes combinaciones de palabras clave, con la finalidad de obtener la mayor cantidad de artículos válidos posibles, también tener en cuenta que los artículos no fueran mayores de 8 años, es decir, de 2016 a 2024. Una vez realizada la búsqueda con los filtros disponibles, la selección o descarte de los artículos se realizó de forma manual íntegramente.

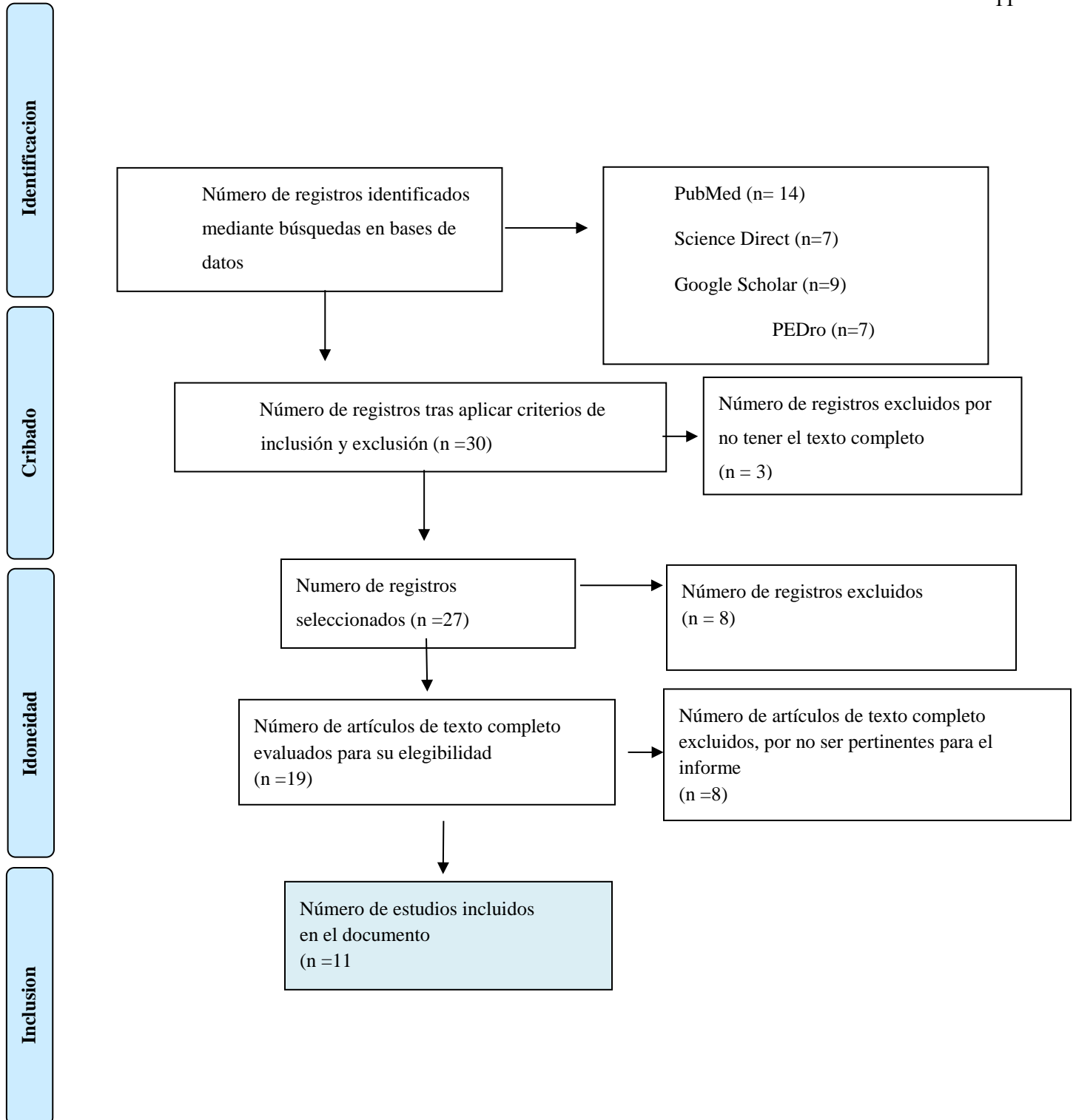


Figura 1. Diagrama de flujo de selección de los artículos.
Figure 1. Article selection flowchart.

Sustentación teórica de la pregunta

El tema de la responsabilidad social empresarial no es nuevo; sus manifestaciones se han hecho evidentes a través de la contribución de una empresa tanto a la equidad como a la sustentabilidad ambiental depende de cómo opera, por lo que cualquier organización, independientemente de su negocio, puede hacerlo.

Los empresarios han sido criticados públicamente por su aparente falta de preocupación por los costos sociales de sus negocios. Se les ha acusado de ser deshonestos y poco confiables.(Chopova, 2023)

Así mismo las organizaciones tenían un único objetivo principal que no era más que la maximización de beneficios con responsabilidades puramente financieras. Esta visión evolucionó hacia la inclusión social. Lo importante es que cuando se trata de la participación de la empresa en la vida social, la responsabilidad social aumenta y puede considerarse parte fundamental de la planificación estratégica de todas las empresas.(Pérez & Topa, 2018)

Se define como “una estrategia corporativa que tiene como objetivo obtener beneficios tanto para la empresa como para la sociedad. Esto sucede si la empresa se da cuenta de que sus objetivos van más allá de la mera obtención de ganancias”. (García 2018)

Por lo tanto, los sectores productivos de varios países respondieron positivamente a esta iniciativa. Actualmente, el pacto mundial es el principal referente para la definición de prácticas sociales en las empresas en el ejercicio de la mayor red mundial de voluntariado para la comunidad corporativa. (Naranjo, Mercado, & Giraldo, 2018)

Se puede señalar que las empresas cuentan con ciertos estándares éticos que se relacionan con la honestidad de la organización con la sociedad, la calidad de los bienes y servicios que brinda la

empresa y la responsabilidad corporativa como medio necesario a través del cual se contribuye al bienestar general de la empresa. (Chacón & Rugel, 2018)

Es importante señalar que las prácticas de la responsabilidad social enfatizan y giran en torno a los empleados. En otras palabras, demuestran un alto cumplimiento de los estándares del lugar de trabajo porque mejoran las condiciones de los trabajadores brindándoles un ambiente de trabajo saludable, salarios y horarios de trabajo justos y respetando sus derechos humanos.

Brevemente se dará el ejemplo de algunas empresas colombianas que a lo largo de los años han implementado la responsabilidad social.

Bancolombia

Apoya con asesoría y recursos a negocios del campo que generan impacto positivo en materia económica, social y ambiental desde 2019 han financiado a negocios que benefician a 560 familias rurales. (Bancolombia, s. f.)

Crepes & Waffles

Su compromiso social con las mujeres en especial con las madres cabeza de hogar la lucha por la recuperación y protección de ecosistemas, y el trabajo mano a mano con agricultores colombianos. (Crepes&Waffles, s. f.)

Nutresa

Como compañía lideran el “empoderamiento de la mujer en el campo, apoyando durante más de 20 años el trabajo de unas 260 madres cabeza de familia asociadas en cooperativas, a quienes les compran la fruta despitonada. Así mismo, la Fundación Alpina integra 940 mujeres entre los 17 y los 87 años, que son el 44% de sus proveedoras y un grupo donde el 14% son jóvenes y el 13% mayores de 60 años”. (Grupo Nutresa, s.f.)

Los beneficios que las empresas obtienen al adoptar prácticas responsables y honestas pueden clasificarse como se presenta a continuación:

Beneficios de las empresas

Incremento del reconocimiento y la imagen de marca, ya que las empresas socialmente responsables son percibidas como más confiables y atractivas para los consumidores, inversores y empleados.

Incremento de la lealtad de los clientes: los consumidores están cada vez más dispuestos a comprar productos y servicios de empresas que demuestran un compromiso con la sostenibilidad y la ética, ya que se sienten satisfechos de también aportar a una organización que deja huellas en la sociedad

Atracción y retención de talento mejorando la productividad, ya que los empleados sienten mayor motivación de trabajar en empresas que tengan en cuenta sus valores y así mismo un impacto positivo dentro de la sociedad, es decir que esto puede ayudar a atraer a los mejores talentos y así mismo reducir la rotación de personal y las desventajas que están conllevan y mejora el cumplimiento de los objetivos de los equipos de trabajo.

Fortalecimiento de las relaciones con los stakeholders: la RSE implica construir relaciones sólidas y transparentes con todos los grupos de interés de la empresa, como proveedores, comunidades locales, gobierno y accionistas.

Acceso a nuevos mercados: cada vez más, los consumidores y los gobiernos exigen que las empresas demuestren su compromiso con la sostenibilidad, por ello al adoptar prácticas responsables puede descubrir nuevos mercados y oportunidades de negocio que le ayude a impulsar la empresa.

Reducción de riesgos: la RSE puede ayudar a identificar y mitigar riesgos reputacionales, legales y ambientales.

Innovación y mejora de procesos: la búsqueda de soluciones sostenibles y éticas puede impulsar la invención y la mejora de los procesos internos de la empresa.

Mayor eficiencia: al perfeccionar el uso de recursos y reducir el desperdicio, las empresas pueden mejorar su eficiencia y reducir costos.

Licencia social para operar: la RSE puede ayudar a obtener la aceptación y el apoyo de las comunidades locales, lo que es fundamental para operar de manera sostenible a largo plazo.

Beneficios para la sociedad:

Desarrollo sostenible: las prácticas responsables contribuyen a la construcción de un futuro más sostenible, al reducir el impacto ambiental y social de las actividades empresariales.

Mejora de la calidad de vida: la RSE puede contribuir a fortalecer la condición de vida de las comunidades locales a través de iniciativas como la creación de empleo, el apoyo a la educación y la protección del medio ambiente.

Fortalecimiento del tejido social: las empresas socialmente responsables pueden contribuir a fortalecer el tejido social al fomentar la colaboración y la participación ciudadana.

Mayor equidad: la RSE puede ayudar a reducir las desigualdades sociales y económicas.

En resumen, la realización de prácticas responsables y honestas beneficia a las empresas, sino que también contribuye a la construcción de una sociedad más justa y sostenible.

En pocas palabras la responsabilidad social busca balancear la responsabilidad financiera con la responsabilidad social y ambiental, con la finalidad de obtener un impacto demostrable en la sociedad y el medio ambiente

Conclusiones.

A través de la búsqueda se determinó que, desde una perspectiva ética, los valores se entienden como normas morales que los individuos adoptan conscientemente en situaciones específicas para guiar su comportamiento y regular su conducta. Esta dualidad de valores está determinada por la naturaleza del entorno en el que se formulan los juicios valorativos y está influenciada no sólo por la internalización de normas, sino también por creencias personales, referencias culturales, intereses socioeconómicos y otros factores.

Así mismo se identificó que las empresas actualmente son más conscientes del desarrollo de proyectos y planes corporativos con responsabilidad ética, social y ambiental ya que no sólo mejora su imagen, sino que también fortalece las relaciones con los grupos de clientes potenciales y así mismo promoviendo el desarrollo sostenible a largo plazo obteniendo un impacto de integridad en la cultura corporativa, creando un entorno de confianza y transparencia lo cual es fundamental para el éxito organizacional.

Se propone realizar más estudios sobre el impacto específico de la responsabilidad y la honestidad en diferentes industrias, contextos culturales y cómo esto podría proporcionar un impulso adicional para la práctica empresarial.

Referencias

- Chacón, J., & Rugel, S. (2018). Responsabilidad social corporativa y su impacto positivo en la empresa y la sociedad. <http://www.2.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p20.pdf>.
- Chopova, T. &. (2023). The importance of morality for collective self-esteem and motivation to engage in socially responsible behavior at work among professionals in the finance industry. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/beer.12472>.
- Cuevas, R., & Rodriguez, R. (2018). Responsabilidad social y ética profesional en la gestión de la administración pública y empresarial. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8647/10452>.
- Garcia, C. (2018). La cultura y la responsabilidad social: análisis de empresas exitosas en México. <https://revistas.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/147/121>.
- Martín, P. R. (2021). Corporate social responsibility and capital budgeting. *Contabilidad, Organizaciones y Sociedad*,. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S036136822100012X>.
- Naranjo, A., Mercado, R., & Giraldo, M. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en medianas empresas del departamento del Atlántico, Colombi. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058776008/29058776008.pdf>.
- Pérez, S., & Topa, G. (2018). Percepciones sobre la responsabilidad social corporativa de las empresas: relación con las actitudes y conductas de sus clientes. https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1578-908X2018000100008&script=sci_arttext&tlng=en.
- Surajit Bag a, S. G. (2022). Impact of ethics training and audits on the relationship quality of business-to-business partners in sharing economy. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850122002267>.

Gould, AM, Julio, E., y Gould, K. (2024). Primero lo primero: Virtuosismo corporativo inconsciente y desempeño corporativo. *Estrategia empresarial y medio ambiente*, 33 (2), 692-706.

<https://doi.org/10.1002/bse.3510>

Ferrell, O., Harrison, D. E., & Ferrell, L. (2019). Business éticas, corporate social responsibility, and Brand attitudes: An exploratory study. *Revista de Investigación Empresarial*, 95, 491-501.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.039>

Hace, A. K., Chaidaroon, S. (., Poroli, A., & Pang, A. (2023). Capturing the dynamic tension in CSR discourses: Toward an integrative circuit of culture model. *Revisión de Relaciones públicas*, 49(2),

102308. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102308>

Las cinco iniciativas de Bancolombia que dejan huella en materia social. (s. f.). Bancolombia.

<https://www.bancolombia.com/acerca-de/sala-prensa/noticias/economia-finanzas/acciones-dejan-huella-materia-social>

Crepes&Waffles. (s. f.). Crepes&Waffles, Empresa B Certificada ® desde el 2016. Crepes & Waffles.

<https://crepesywaffles.com/blog/crepeswaffles-empresa-b-certificada-r-desde-el-2016>