



GERENCIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MANAGEMENT AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Por: Ángel Ramón Yépez
(angelramonyepetrojas@gmail.com)

Recepción: 27/04/2024.

Aprobado: 21/07/2025.

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito interpretar las relaciones dialógicas que confrontan y complementan la Gerencia y la Responsabilidad Social, como proyecto de construcción colectiva. Utilizó un enfoque cualitativo basado en la Teoría de la Complejidad de Morín, la Teoría de la Acción Comunicativa de Habermas, y fundamentos fenomenológicos de Husserl, ontológicos de Heidegger y hermenéuticos de Gadamer. La investigación se organizó en cuatro etapas: observación participante, diálogo entre actores, interpretación y teorización. Se aplicaron entrevistas en profundidad a voceros (actores sociales) y análisis de documentos legales, sistematizando los datos en categorías a través del software ATLAS. Ti. Los hallazgos permitieron construir una aproximación teórica que evoca una gerencia emancipadora, definida como una unidad entramada de saberes y competencias de líderes sociales, fundamentada en la responsabilidad consigo mismos y su entorno, para establecer nuevas estructuras sociales voluntarias que compartan una visión holística, innovadora y humanizada. El aporte a las ciencias gerenciales se refleja en la interpretación del comportamiento de líderes y voceros, revisando las bases epistémicas de la Gerencia y Responsabilidad Social desde una concepción incipiente, para entender los numerosos cambios en la vida humana, transformaciones basadas en la comprensión del ciudadano y profesionales dentro y fuera de instituciones del Estado. La investigación arrojó 23 categorías, 8 subcategorías, 9 redes y 3 grupos de redes, superando la descripción para obtener un nivel conceptual que contribuye a la teorización investigativa sobre la incidencia de la responsabilidad social en la visión de la gerencia. De manera puntual, la investigación fenomenológica permitió repensar la gerencia y responsabilidad social, rompiendo paradigmas hacia una gerencia emancipadora, ética y comprometida con la sociedad, valorando la actividad económica en función del ser humano y un comportamiento responsable, en un marco de justicia y equidad que permita transitar hacia la sustentabilidad.

Palabras clave: Gerencia; empresas; Responsabilidad Social.

ABSTRACT

The purpose of the research was to interpret the dialogical relationships that confront and complement Management and Social Responsibility, as a project of collective construction. It used a qualitative approach based on Morín's Theory of Complexity, Habermas' Theory of Communicative Action, and Husserl's phenomenological foundations, Heidegger's ontological foundations, and Gadamer's hermeneutics. The research was organized in four



Ciencias Sociales **equidad**



stages: participant observation, dialogue between actors, interpretation, and theorization. In-depth interviews were applied to spokespersons (social actors) and analysis of legal documents, systematizing the data in categories through the ATLAS software. Ti. The findings allowed to build a theoretical approach that evokes an emancipatory management, defined as a networked unit of knowledge and competences of social leaders, based on responsibility for themselves and their environment, to establish new voluntary social structures that share a holistic, innovative, and humanized vision. The contribution to management sciences is reflected in the interpretation of the behavior of leaders and spokespersons, reviewing the epistemic bases of Management and Social Responsibility from an incipient conception, to understand the numerous changes in human life, transformations based on the understanding of the citizen and professionals inside and outside State institutions. The research yielded 23 categories, 8 subcategories, 9 networks and 3 groups of networks, going beyond the description to obtain a conceptual level that contributes to the investigative theorization on the incidence of social responsibility in the vision of management. Specifically, phenomenological research allowed rethinking management and social responsibility, breaking paradigms towards an emancipatory, ethical and socially committed management, valuing economic activity based on the human being and responsible behavior, in a framework of justice and equity that allows moving towards sustainability.

Keywords: Management; companies; Social Responsibility.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial, RSE, se define como la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental. Implica no solo el cumplimiento de las leyes y regulaciones, sino también la integración de preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y en la interacción con los grupos de interés, conocidos como stakeholders. Estos stakeholders incluyen empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y otros que pueden verse afectados por las actividades de la empresa; la implementación efectiva de la RSE tiene múltiples beneficios para las empresas, tales como mejora de la imagen y reputación, donde las empresas que adoptan prácticas responsables suelen ser vistas más favorablemente por el público, lo que puede traducirse en lealtad del cliente y preferencia en el mercado; y las ventajas competitivas de la RSE, que puede influir positivamente en factores clave como la estructura



Ciencias Sociales **equidad**



de costos, la gestión del riesgo, la innovación y los resultados financieros, así como la adhesión a estándares sociales y ambientales, donde las empresas pueden evitar sanciones legales y mejorar su relación con los reguladores.

La RSE abarca diversas áreas dentro de la gestión empresarial: entorno laboral, donde se fomenta un ambiente laboral justo y seguro, promover la igualdad de oportunidades y el desarrollo profesional; la comunidad, respondiendo a las necesidades locales mediante programas de apoyo educativo, voluntariado y donaciones; el medio ambiente, adoptando las prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental, como el reciclaje y el uso eficiente de recursos; y la gobernanza corporativa, la cual implementa los principios de transparencia y responsabilidad en la gestión empresarial.

A pesar de sus beneficios, muchas empresas enfrentan desafíos al integrar la RSE, en su modelo operativo, estos incluyen percepción superficial, donde algunas organizaciones pueden adoptar prácticas de RSE, solamente para mejorar su imagen sin un compromiso real con los principios subyacentes. Sin políticas claras y un liderazgo comprometido, las iniciativas de RSE pueden carecer de efectividad.

A grandes rasgos, la gerencia moderna debe reconocer que la RSE, no es solamente una obligación ética, sino una estrategia fundamental para asegurar la sostenibilidad a largo plazo. Las empresas que integran efectivamente la RSE en su cultura organizacional no solo contribuyen al bienestar social y ambiental, sino que también se posicionan favorablemente en un mercado cada vez más consciente de estas cuestiones. La evolución hacia una gerencia responsable es crucial para enfrentar los retos del futuro.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación sobre la Gerencia y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) requiere un enfoque metodológico sólido que permita obtener datos relevantes y significativos. A continuación, se presentan los materiales y métodos que se pueden utilizar para abordar esta temática.



El enfoque metodológico, con que se abordó la investigación, es de carácter mixto, partiendo del objetivo de medir y analizar datos numéricos relacionados con la RSE en las empresas. Los métodos a implementar son las encuestas, aplicación de cuestionarios estructurados a un número representativo de empresas para recolectar información sobre sus prácticas de RSE y percepciones sobre su importancia; y el análisis estadístico, utilizando software estadístico para analizar los datos recolectados, identificando patrones y correlaciones entre la implementación de RSE y el desempeño empresarial.

Desde el punto de vista del enfoque cualitativo, se busca comprender las percepciones, actitudes y prácticas relacionadas con la RSE en un contexto organizacional; los métodos utilizados son las entrevistas semiestructuradas, realizadas a los líderes empresariales y empleados para explorar sus experiencias y opiniones sobre la RSE; el análisis de contenido, abordando los documentos internos, memorias de sostenibilidad e informes de RSE para identificar cómo las empresas comunican sus acciones sociales; la triangulación de Datos, integrando los resultados cuantitativos y cualitativos para validar hallazgos y proporcionar una comprensión más rica.

El estudio parte de la recopilación inicial de información sobre el estado actual de la RSE en las empresas seleccionadas, utilizando métodos cualitativos como entrevistas o grupos focales; así mismo se desarrolla las propuestas basadas en los hallazgos del diagnóstico, que incluyan estrategias específicas para mejorar las prácticas de RSE en las organizaciones estudiadas.

Así mismo, se aplicaron estrategias diseñadas, monitoreando su efectividad a través de indicadores predefinidos; el análisis posterior a la implementación para medir el impacto de las acciones de RSE en el desempeño organizacional, utilizando tanto datos cuantitativos como cualitativos.

En cuanto a las herramientas y recursos, se cuenta con: software analítico, utilizando los programas como SPSS o ATLAS. Ti para el análisis estadístico y cualitativo



respectivamente; el acceso a registros empresariales y estudios previos que proporcionen contexto y antecedentes relevantes sobre la RSE en el sector específico objeto de estudio; así como la revisión de artículos científicos y estudios previos que permitan fundamentar teóricamente la investigación.

El estudio sobre Gerencia y Responsabilidad Social Empresarial fue abordado con un enfoque metodológico claro que combine diferentes técnicas para obtener resultados significativos. La integración de métodos cuantitativos y cualitativos permite una comprensión más profunda del impacto que tiene la RSE en las organizaciones, facilitando la formulación de estrategias efectivas que benefician tanto a las empresas como a sus comunidades.

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

La investigación sobre Gerencia y Responsabilidad Social Empresarial realizada por Ángel Ramón Yépez se centra en la interpretación de las relaciones entre estos dos conceptos, abordando cómo pueden complementarse y confrontarse en un contexto de construcción colectiva.

El propósito principal fue entender las dinámicas entre la gerencia y la responsabilidad social, utilizando un enfoque cualitativo fundamentado en diversas teorías, incluyendo: teoría de la Complejidad de Morín; teoría de la Acción Comunicativa de Habermas; y los fundamentos fenomenológicos de Husserl, ontológicos de Heidegger y hermenéuticos de Gadamer.

La investigación se estructuró en cuatro etapas: Observación Participante, involucramiento activo en el entorno estudiado; diálogo entre Actores, donde la interacción con diversos voceros sociales; interpretación de la información recolectada; y teorización y desarrollo de nuevas teorías basadas en los hallazgos.

Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad y análisis de documentos legales, organizando los datos mediante el software ATLAS. Ti. Los resultados permitieron construir



Ciencias Sociales **equidad**



una aproximación teórica hacia una gerencia emancipadora, caracterizada por: la integración de saberes y competencias de líderes sociales; la responsabilidad hacia uno mismo y el entorno; y la creación de estructuras sociales que promuevan una visión holística e innovadora.

La investigación identificó un total de 23 categorías, 8 subcategorías, 9 redes y 3 grupos de redes, lo que superó la mera descripción para alcanzar un nivel conceptual significativo. Esto contribuye a la teorización sobre cómo la responsabilidad social impacta la visión gerencial.

El estudio resalta la necesidad de repensar la gerencia y la responsabilidad social, rompiendo paradigmas tradicionales. Se aboga por una gerencia ética y comprometida con la sociedad, donde las actividades económicas se valoren en función del ser humano. Esto se sitúa dentro de un marco que promueve justicia y equidad, facilitando así el camino hacia la sustentabilidad. Esta investigación no solo aporta a las ciencias gerenciales, sino que también ofrece un nuevo marco conceptual que puede guiar futuras investigaciones y prácticas en el ámbito empresarial y social.

CONCLUSIÓN

La conclusión general de la investigación sobre Gerencia y Responsabilidad Social Empresarial realizada por Ángel Ramón Yépez destaca la importancia de repensar la relación entre estos dos conceptos en un contexto contemporáneo.

La investigación enfatizó que la gerencia y la responsabilidad social no son conceptos aislados, sino que se confrontan y complementan a través de relaciones dialógicas que fomentan una construcción colectiva. Se propuso una gerencia emancipadora, que integra saberes y competencias de líderes sociales, fundamentada en la responsabilidad hacia uno mismo y el entorno. Esto implica establecer nuevas estructuras sociales que promuevan una visión holística e innovadora.



En cuanto a los hallazgos sugieren un cambio en las bases epistémicas de la gerencia y la responsabilidad social, facilitando una comprensión más profunda del comportamiento de los líderes y voceros sociales. Esto es crucial para abordar los cambios en la vida humana y las transformaciones dentro y fuera de las instituciones.

La investigación aportó un marco conceptual que puede guiar futuras investigaciones y prácticas, superando meras descripciones para alcanzar un nivel teórico significativo sobre cómo la responsabilidad social influye en la visión gerencial.

En una palabra, se aboga por una gerencia ética que valore las actividades económicas en función del ser humano, promoviendo un comportamiento responsable dentro de un marco de justicia y equidad. Esto es esencial para avanzar hacia la sustentabilidad.

El estudio no solo proporciona una nueva perspectiva sobre la gerencia y la responsabilidad social empresarial, sino que también establece un camino hacia prácticas más éticas y comprometidas con el bienestar social.

REFERENCIAS

- Argandoña, A. (2012). La responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética. IESE Business School, Universidad de Navarra.
- Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44(2), 87-96.
- Drucker, P. F. (2011). *The practice of management*. Routledge.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Garriga, E., y Melé, D. (2013). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. In *Citation classics from the Journal of Business Ethics* (pp. 69-96).
- Springer, Dordrecht. Matten, D., y Moon, J. (2008). "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424.
- Porter, M. E., y Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.



Ciencias Sociales **equidad**



- Schaltegger, S., y Wagner, M. (2017). Managing the business case for sustainability: The integration of social, environmental and economic performance. Routledge.
- Werther Jr., W. B., & Chandler, D. (2010). Strategic corporate social responsibility: Stakeholders in a global environment. Sage Publications.
- Yépez, Á. R. (2024). Gerencia y responsabilidad social empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(3), 59-75.