

**Percepciones de los trabajadores de la Responsabilidad Social Empresarial en los call
center de Manizales a 2022**

Felipe Mejía Botero

Juan Felipe Montes

Santiago Marín Castro

Facultad de ciencias contables, económicas y administrativas

Universidad de Manizales

Docente

Ana Cristina Ocampo Wilches

Junio de 2023

Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Introducción | 3 |
| 2. Planteamiento del Problema | 4 |
| 3. Afirmación | 8 |
| 4. Justificación | 8 |
| 5. Pregunta de Investigación | 10 |
| 6. Objetivos: | 10 |
| 6.1 Objetivo general: | 10 |
| 6.2 Objetivos específicos: | 10 |
| 7. Marco teórico | 10 |
| 7.1 Estado del arte | 10 |
| 7.2 Responsabilidad Social Empresarial | 16 |
| 7.2.1 Concepto | 17 |
| 7.2.2 Teorías | 20 |
| 7.2.3 Modelos de RSE | 25 |
| 7.3 Responsabilidad Social Empresarial desde las condiciones laborales | 25 |
| 7.4 Responsabilidad Social Empresarial desde los call center | 27 |
| 8. Metodología | 28 |
| 8.1 Tipo de investigación | 28 |
| 8.2 Población y muestra | 29 |
| 8.3 Elementos clave | 30 |
| 8.4 Instrumento de medición y análisis de la información | 32 |
| 9. Resultados y discusión | 33 |
| 10. Conclusiones | 60 |
| Referencias | 63 |

1. Introducción

La responsabilidad social empresarial para las organizaciones se convierte en un reto y una herramienta de acción, que les permite evidenciar el trabajo con la sociedad y su compromiso con el cuidado del medio ambiente, para evidenciar que no solamente han sido creadas en pro de generar rendimientos económicos sino para garantizar el cuidado y el respeto por el entorno. Para los call center el reto es mayor, las empresas de outsourcing presentan una necesidad de incluirse dentro de un mercado que es acaparado por otros y del cual ellas solo van a prestar un servicio, lo que genera una necesidad de enfocar su trabajo y sus acciones en consolidar el personal para garantizar su posicionamiento en el mercado.

De esta forma, la idea del análisis de los call center en este estudio pretende contribuir a la comprensión de la responsabilidad social empresarial desde el enfoque de los trabajadores, mostrando como ellos conocen o interactúan con las diferentes herramientas y acciones que toman las empresas para el desarrollo de las mismas, y en las cuales debería ser el empleado quien conozca los enfoques, formas de trabajo, acciones a realizar y en general todas las relaciones internas y externas que se dan y que pueden generarle mejores condiciones de vida.

En este caso se tomaron como ejemplo los call centers de Manizales, con los cuales se realizaron encuestas a diferentes trabajadores de cargo medio, los cuales reseñaron cómo y qué relación existía entre lo que ellos hacían con el cuidado del ambiente, los ingresos económicos y el respeto por la sociedad, de allí que este trabajo se dividen en el problema de investigación, la afirmación, la justificación, la pregunta que orienta todo lo investigado, los objetivos.

Además, se incluye el marco teórico dividido en los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial, la misma vista desde las condiciones laborales y el estado del arte. Posteriormente se explica la metodología, la cual fue cuantitativa, los resultados y la discusión, para finalizar con las conclusiones, frente a las cuales se puede señalar la necesidad de implementar futuras investigaciones relacionadas con los ejes ambiental, económico y social en la visión del trabajador que garanticen la mejora de sus condiciones.

Dentro de los hallazgos se encuentra que el enfoque de la RSE de los call center de Manizales están enfocados a garantizar los intereses de los trabajadores, lo que redundará en mejores condiciones de vida y en el reconocimiento de los sectores social, ambiental y de crecimiento económico de los mismos que les han permitido posicionarse en la ciudad y garantizar la continuidad de personal, y la atracción de nuevos empleados cuando son requeridos según el perfil de la campaña que se requiere.

2. Planteamiento del Problema

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como término presenta un desarrollo desde tiempos antes de Cristo (Pérez-Ordoñez et al., 2015), como norma presenta una creación reciente con la cual se busca cubrir las necesidades de los interesados dentro y fuera de una organización, para enfocarse en ella se estableció la norma internacional ISO 26000 denominada Guía de Responsabilidad Social como la base orientadora de los conceptos más importantes relacionados con este tema, los principios, prácticas y elementos fundamentales para que se establezca un orden en las empresas, y se garantice que las mismas tomen las decisiones adecuadas en representación de sus intereses y actores involucrados (Mancilla y Saavedra, 2015).

Mediante la ISO 26000 se establece como una guía de normativa internacional el establecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la práctica de las empresas en la cual la sostenibilidad se convierte en una construcción de las organizaciones comerciales voluntaria que permite centrarse en la percepción de la promoción del desarrollo humano desde el papel que cumple el empleado. Los estudios sobre el análisis de la RSE se desarrollan en gran medida para conocer el enfoque del dueño o gerente y han dejado de lado al empleado (López et al., 2017).

Esto ha llevado a que la ISO 26000 sea una guía con la cual las empresas pueden demostrar su compromiso con los diferentes grupos de interés y trabajar aspectos centrados en el empleado como las prácticas laborales, las prácticas justas de operación y la participación activa. Dado que esta norma puede aplicarse a cualquier tipo de empresa, sin importar su tamaño, es factible analizar el capital humano desde estos ejes sin importar el tamaño de la empresa, en especial si es una pyme o una MiPyme (López et al., 2017).

Debe tenerse en cuenta que existen múltiples estudios sobre la RSE que se centran en aspectos diferentes como el consumidor (López et al., 2017; Percy y Reficco, 2015), el medio ambiente (Calderón et al., 2011; Dueñas et al., 2014), los efectos determinados en un país (Sierra, 2021), etc., pero todos ellos tienen en común que las empresas funcionan si el empleado desempeña su papel de la mejor forma posible, y si realiza las diferentes actividades que tiene en su poder de forma ordenada y eficiente, además de su capacidad para conectar con el cliente y de generar respuestas a las expectativas que estos tienen mediante los bienes o servicios que oferta la empresa.

Si bien dentro de esta norma internacional se genera una conexión entre las relaciones entre la RSE y el control interno, dado que las auditorías y verificaciones a la administración contribuyen al fortalecimiento de la confianza corporativa y a la

administración de los riesgos empresariales (Mancilla y Saavedra, 2015) que permiten un desempeño superior en los roles internos y externos, garantizando la generación de nuevos productos o servicios y las prácticas sustentables que respalden las acciones internas (Nahuat et al., 2011).

De esta forma, la intención del cliente para adquirir un bien o servicio, en algunos casos va a depender de la forma en que el cliente potencial aprecie las actividades de RSE que se realizan en la entidad, de la percepción del valor y la estrategia de marca que se utilice para aumentar la identificación propia con ese producto ofertado. A nivel Latinoamérica la RSE ha trabajado la atención a las dimensiones económicas y de proyección a futuro más que aspectos internos de las empresas (Percy y Reficco, 2015).

Siendo así, el desempeño de las empresas es fundamental para verificar el papel de la RSE, la cual se basa en la innovación y en el desempeño de las capacidades que se tengan, las cuales en gran medida dependen de los trabajadores, dado que su forma de trabajar y el nivel de confianza gracias a la fidelización que sientan por la empresa se convierten en elementos clave para generar incentivos en los clientes y garantizar el aumento de las ventas y el crecimiento constante de la organización.

En las investigaciones realizadas en Colombia no se aporta mucha información referente a ello, sino que se enuncia cómo el sector privado hace uso de la RSE desde la gestión de riesgos y de reputación, siendo las empresas de servicios públicos, la minería y los hidrocarburos quienes más se han preocupado en este aspecto (Percy y Reficco, 2015). Lo cual evidencia la falencia en el elemento central de todo el entramado comercial, el empleado, quien contribuye en la fabricación, instalación, comercialización, y muchas tareas más de los bienes y servicios que se ofrecen.

Las empresas pareciera que no tienen claro que los esfuerzos que realicen en torno a la Responsabilidad Social Empresarial garantizarán una recompensa desde los consumidores ya sea mediante mayor visibilidad, imagen, reputación, aumento de clientes, fidelización, etc., con los cuales las estrategias y acciones de negocios podrían ser la base de los manuales internos y de la acción corporativa para la mejora de las condiciones de los empleados, teniendo en cuenta la adopción de comportamientos socialmente responsables que definen las expectativas del cliente (Alvarado y Walesska, 2008).

Es así como la necesidad de definir el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial no puede dejarse únicamente a merced de las relaciones con los directivos o con los clientes, sino que en la construcción del mismo influye una alta cantidad de variables que permite hacerla lo más completa y útil posible a la sostenibilidad. Al no existir una claridad en el concepto, ni en sus prácticas, es difícil señalar estos aportes (Crespo, 2010), sin embargo, la medición de características empresariales como lo son las percepciones del trabajador podría contribuir ampliamente en la consolidación de este concepto.

Especialmente, dentro de los call center, la ausencia de estrategias de RSE hace que se presenten aspectos económicos en los cuales prevalezcan los intereses de la empresa sobre los del trabajador y los del cliente, lo que limita elementos sociales y ambientales que afectan el gobierno corporativo. Colombia desde 2012 se ha ido consolidando como uno de los mayores destinos globales de este tipo de servicios, pero dentro de este aspecto presenta limitaciones en el desinterés y desconocimiento de las políticas de sostenibilidad en sus grupos de interés (Cestagalli Vargas et al., 2016).

Es por ello que se desea conocer cuál es la percepción de los trabajadores de la RSE dentro de los call center de la ciudad de Manizales, para determinar cómo este sector que es

reconocido implementa o no las medidas que garanticen el trabajo con diferentes grupos de interés que permitan la consolidación del trabajo desde el elemento interno que lo compone.

3. Afirmación

En Colombia no se ha estudiado el tema de la Responsabilidad social desde la percepción del trabajador en los call center dadas sus condiciones laborales, lo cual impide verificar este elemento fundamental de las relaciones de las empresas en su interior, lo que podría afectar el rendimiento y crecimiento.

4. Justificación

Si bien existen estudios para medir los factores que influyen en la RSE, como por ejemplo la calidad laboral el cuidado del ambiente y el marketing social (López, 2013 en López et al., 2017), la no significancia de las prácticas laborales y la vinculación con el entorno (Martínez et al., 2015 en López et al., 2017), la evolución temporal, de sus contenidos, el rol de los negocios, su naturaleza conceptual (Alvarado et al., 2011), el papel del trabajador ha sido un tema poco analizado y al que no se le ha prestado mucha atención, especialmente en Colombia, país del cual no se encontraron referentes teóricos de estudio.

Es por ello que analizar el papel de los trabajadores en cómo perciben la Responsabilidad Social Empresarial en el lugar donde laboran, esto es, los call center, así como el análisis de los posibles efectos que esta tenga en el ejercicio de sus funciones o en su trabajo en general es un tema importante de analizar, dado que son ellos el motor y la base para que las empresas efectivamente funcionen. Poder analizar la RSE desde este elemento es garantizar que se puedan comprender las relaciones no solo con el entorno externo, sino de garantías con el trabajador.

Teniendo en cuenta que el cliente está adoptando prácticas de respeto y promoción de los derechos humanos, especialmente el torno a las materias primas que se usan, sellos

verdes, acciones externas, y la forma en que el trabajador es tratado, es un elemento fundamental para evidenciar la pertinencia de este estudio ya que se estaría promoviendo la investigación para conocer cómo afecta la RSE internamente la percepción del consumidor, en su fidelización, y en los aspectos generales para su trabajo.

Es así como este se convierte en un trabajo novedoso, ya que representa las posibilidades de crear conocimiento en un área de la RSE que ha sido poco explotada y que, pese a ser muy importante, dado que se refiere al trabajador mismo, no ha contado con un interés investigativo que, dados los cambios actuales y las percepciones de los consumidores van a ser un elemento clave en unos años. Elemento que además está contenido dentro de la misma normativa referente al tema, pero que pareciera estar siendo ignorada.

Finalmente debe agregarse el interés intrínseco de los investigadores, quienes al trabajar en call center cada uno, han vivido y conocen los diferentes elementos que se implementan para establecer conformidad o sentido de pertenencia del empleado con la entidad, por lo cual es necesario verificar si en la ciudad de Manizales esto se cumple o no, y la forma en que podría aumentarse o mejorarse el trabajo desde la RSE en estos lugares.

Este interés personal permitió la selección de los call center en una ciudad que presenta una amplia variedad de estos para generar discusiones que garanticen la comprensión y el trabajo en torno a la RSE en lugares donde, por el tipo de servicios que se prestan podría pensarse que estos no aplican o que no tienen una importancia considerable, pero que establecen relaciones con los grupos de interés que aumentan el reconocimiento de la misma.

5. Pregunta de Investigación

¿Qué percepciones tienen los trabajadores en el desarrollo la responsabilidad social en los call center de Manizales desde las condiciones laborales de los trabajadores a 2022?

6. Objetivos:

6.1 Objetivo general:

Examinar las percepciones de los trabajadores en el desarrollo de la responsabilidad social en los call center de Manizales desde las condiciones laborales que estos presentan para 2022.

6.2 Objetivos específicos:

- Identificar las estrategias de la responsabilidad social empresarial implementadas en las condiciones laborales de los call center de Manizales.
- Describir percepciones de los trabajadores respecto a las iniciativas de responsabilidad social de sus empleadores en el contexto de sus condiciones laborales.
- Caracterizar los principales componentes de las condiciones laborales en los call centers de Manizales que los trabajadores asocian con la responsabilidad social empresarial.

7. Marco teórico

7.1 Estado del arte

Alcaraz et al. (2020) en su investigación denominada “Análisis de la aplicación de la norma ISO 26000 en los años 2018-2019 de Almacén Éxito S.A” señalan que esta norma se convierte en un elemento esencial para la preservación ambiental desde una perspectiva empresarial, ya que permite aumentar el compromiso en la generación de acciones que garanticen el aumento de los compromisos en hacer frente al cambio climático, y a esta

organización le garantiza preguntarse cuáles son las acciones socialmente responsables que desarrollan al interior de la misma, conocer los beneficios de la implementación de un plan estratégico para el respeto del entorno, y los efectos positivos sociales y económicos que se convierten en una retribución a los recursos que utilizan.

Se hace uso de todas las herramientas presentadas en la ISO, y en el tema del desarrollo laboral enfatizan en el apartado de “Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo” (Alcaraz et al., 2020), el cual puede utilizarse dentro de las dimensiones de la percepción del trabajador de la presente investigación. Finalmente estos autores señalan que es urgente la realización de acciones y el desarrollo de prácticas que mitiguen el daño ambiental, dado que es un compromiso que parte de la Responsabilidad Social Empresarial en sus dimensiones ambiental, social y económica, que permiten analizar el impacto de sus actividades y de establecer medidas para ser competitivos en el mercado dado el desenvolvimiento de la organización, el costo interno y externo que evidencian su buen nombre, el aumento de inversiones y de atractivos a clientes que muestran la importancia de las buenas prácticas en este aspecto.

Es por ello que esta investigación permite, además de la operacionalización de los elementos, conocer el estado de la o las empresas que finalmente se seleccionen como objeto de estudio, para establecer las implicaciones que se tienen y los posibles impactos generados en las relaciones humanas, ambientales y económicas que puedan influir en la percepción del trabajador de su entorno y de las garantías que tiene en su lugar de trabajo desde la responsabilidad social empresarial.

Para Castaño y Arias (2021) la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una necesidad para las organizaciones ya que les permite la gestión y las buenas relaciones internas y externas, señalan que existen cinco dimensiones, la ambiental basada en el

cuidado y protección del entorno para que este sea más limpio; la social que integra las preocupaciones sociales con las comerciales considerando cómo impactan en la sociedad y su mejoramiento; la económica se centra en los aspectos financieros, la operación empresarial y el favorecimiento de la rentabilidad; la de los stakeholders analiza los diferentes grupos que se relacionan con la empresa, y la voluntariedad.

Cuando se unifican estas dimensiones se puede establecer cómo la empresa está vinculada a acciones positivas que mejoran las ventas, el reconocimiento financiero, el éxito corporativo, la atracción del talento, la diferenciación frente a la competencia, entre otros con las cuales se puede alcanzar la reputación deseada y el posicionamiento en ranking sobre estos temas dada la calidad de los productos, de la gestión, de los empleados, el rendimiento económico, financiero, innovador, la responsabilidad social, ambiental, legal, y el atractivo por la diferenciación, la confianza, etc (Castaño y Arias, 2021).

Esta investigación permite hacer un acercamiento hacia las necesidades de la empresa, y la verificación de la forma en que las que sean seleccionadas aumentan su reputación según las relaciones que desarrollan y las herramientas que utilizan para medir su Responsabilidad Social Empresarial, y las actividades que desarrollan para la mejora de todas las dimensiones que la componen.

Arandia (2021) en su artículo titulado “Mejora organizacional enfocando la responsabilidad social empresarial, basada en el recurso humano de las organizaciones” señala que la Responsabilidad Social Empresarial busca que la organización tenga un impacto positivo dada su competitividad y sostenibilidad en el tiempo, lo que le brinda herramientas para trabajar desde el recurso humano, que ayude al incremento del desempeño organizacional. El equilibrio en estas acciones permite la operación correcta de los negocios y la generación de una ventaja competitiva sostenible.

La transmisión de principios y valores desde la empresa hacia su recurso humano va a garantizar la mejora continua sostenible, los cambios organizacionales, la generación de una cultura interna que brinde un enfoque y un entorno institucionalizado que brinde respuestas asertivas ante las contingencias a las que se enfrente la organización. De esta forma, el recurso humano aprende a manejar las influencias negativas y a generar un enfoque diferente que le brinde un beneficio constante y consistente a los grupos de interés relacionados con la organización que lleve a un bienestar integral donde se valoren las expectativas, destrezas, conductas, experiencias personales que brinden finalmente la ventaja competitiva de la entidad (Arandia, 2021).

Esta investigación permite analizar las implicaciones de los trabajadores como parte fundamental del talento humano de la empresa, de las estrategias que se requieren para su funcionamiento y cohesión en la organización, y para conocer cuáles son las implicaciones positivas o negativas que van a ser evidenciadas con el estudio en las entidades seleccionadas, gracias al impacto que las practicas internas y externas presentan sobre los trabajadores.

Por su parte, Bermúdez-Colina y Mejías-Acosta (2018), en su artículo titulado “Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas latinoamericanas” señalaron que esta puede medirse desde variadas formas, sin embargo, para generar un impacto positivo realizaron la recopilación de diferentes autores, en los cuales encontraron que, para satisfacer la calidad se debe trabajar en el cliente, los procesos internos y la innovación; pero si se quiere enfatizar además en el respeto al consumidor, la participación de la comunidad, las prácticas laborales y el medio ambiente debe trabajarse en los derechos humanos, las prácticas justas de operación, los asuntos de los consumidores, el desarrollo de la comunidad, etc.

Si la finalidad del estudio es el desarrollo de la comunidad y la gestión de compras, se deben reforzar aspectos como los lineamientos estratégicos de la responsabilidad social, el gobierno corporativo, el capital humano, las relaciones con el Estado y con la comunidad, la gestión financiera y medioambiental. Si se quiere trabajar más en la visibilización de los consumidores sobre la responsabilidad social que se tiene, se debe enfatizar en aspectos como el desarrollo sostenible, la economía, la ética, el trabajo filantrópico, etc. Para estos autores las dimensiones responden a la finalidad que tiene aplicar esta visión en la organización, por ello va a depender del análisis previo que se realice y de la visión estratégica que se tenga (Bermúdez-Colina y Mejías-Acosta, 2018).

Concluyen que las pequeñas empresas deben comprender que la responsabilidad social debe ser un elemento fundante de su cultura interna, aprovechando la flexibilidad que ofrece y la cercanía entre todos los miembros de la organización, la comunidad local y sus intereses, para mantener actividades empresariales que respondan a los valores y conductas que impacten positivamente en el entorno y en la sociedad, las Pymes deben formalizar sus actuaciones en prácticas éticas y sociales que reduzcan costos y mejoren la visibilidad de sus productos o servicios (Bermúdez-Colina y Mejías-Acosta, 2018).

La caracterización que se presenta desde esta investigación es un insumo para establecer cómo pueden operacionalizarse los elementos y la forma en que influyen en el desarrollo de la empresa, así como el establecimiento de cuáles de ellas podrían fortalecer la cultura interna en beneficio de los trabajadores y de sus intereses, mejorando las relaciones internas e impactando en los productos o servicios que se ofertan, el reconocimiento por parte de los clientes, y en general la aplicación de una responsabilidad social que responda a las características propias de la organización.

Por su parte, Landázuri et al. (2018) resumen que la Responsabilidad Social Empresarial se divide en tres dimensiones: económica, social y medioambiental, cada una de ellas a su vez se divide en interna y externa. La económica interna hace referencia a la generación y distribución del valor agregado entre los empleados, los clientes, los proveedores y los accionistas desde las condiciones de mercado, la equidad y la justicia, ante lo cual se generen utilidades y se mantengan finanzas sanas, pero al mismo tiempo se desarrollen prácticas éticas, y la externa implica que los bienes y servicios se distribuyan en la comunidad, aportando a la causa pública desde la influencia económica y el cumplimiento de sus funciones impositivas.

En la dimensión social, el componente interno es la responsabilidad compartida y subsidiaria que existe entre los inversionistas, los directivos, los empleados, los clientes y los proveedores para fomentar y promover la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral, y la externa se basa en la realización de acciones y aportaciones propias y colectivas para que los recursos y el tiempo permitan condiciones que expandan el espíritu empresarial y el desarrollo de la comunidad donde operan. Finalmente, en la medioambiental interna se busca la mejora del desempeño ambiental desde un enfoque de eco-eficiencia y prevención con el cual se maximiza el uso de los insumos y de los recursos naturales, y con la externa la promoción de medidas protectoras y restaurativas del patrimonio ambiental, desde la cadena de valor en la que participa la organización y en remediar los daños ambientales de sus procesos productivos. Señalan que puede hacerse uso de la escala de Likert de 6 puntos para esta medición, en la cual se ponen los ítems de las tres dimensiones (Landázuri et al., 2018).

Este estudio permite establecer los elementos base para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial, los cuales serán utilizados dentro de las consideraciones metodológicas de operacionalización de los mismos.

Señala Diana Vásquez en su tesis titulada “La Responsabilidad Social Empresarial y la calidad del servicio al cliente en las empresas de Call Center de los distritos de los Olivos y Breña 2021” señala que estas empresas deben implementar herramienta y optimizarlas para que se puedan desarrollar en mejor medida las funciones que se tienen y que los equipos de trabajo capacitados son los que permiten brindar una respuesta efectiva a los clientes, por ello es necesario que las políticas internas se crucen con el objetivo y las metas existentes para identificar desviaciones y aplicar la mejora continua.

Para esta autora el enfoque al cliente es fundamental ya que los call center deben proporcionar seguridad y empatía con los que este pueda ahorrar tiempo, ante lo cual se cuenta con una RSE que genere el impacto positivo en el crecimiento de la organización desde la visión del consumidor del compromiso con el entorno íntimo y externo del trabajador, quien al tener dudas de cómo la organización lo implementa al satisfacer las demandas sociales según sus valores empresariales y compromisos dentro y fuera de ella, específicamente al promover el crecimiento laboral (Vásquez, 2022).

7.2 Responsabilidad Social Empresarial

Al hablar de Responsabilidad Social Empresarial se manejan diversas teorías que permiten evidenciarlo como un marco de análisis que evalúa el impacto de las empresas en las comunidades, cumpliendo con los señalamientos internacionales de competitividad y sostenibilidad desde un compromiso ético no solo con el entorno, sino también internamente en la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores. Presenta fases en su

desarrollo, inicialmente, en la primera mitad del siglo XX las empresas comienzan a buscar el bienestar común y del entorno de forma voluntaria, para la segunda mitad del siglo este papel es más crítico y se inicia con un proceso de vigilancia y control de los intereses públicos y del medio ambiente (Cardona, s.f).

Para los años sesenta y setenta los Estados aumentan su relacionamiento con las empresas y la sociedad comienza a tornarse más crítica ante los fines económicos corporativos, que aunados a las manifestaciones ambientales motivaron conferencias sobre la crisis que se estaba evidenciando, las cuales exigen incorporar medidas preventivas y correctivas sobre los impactos industriales y de consumo, generando modificaciones en las organizaciones para planear el desarrollo (Cardona, s.f).

7.2.1 Concepto

La primera persona en utilizar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fue Bowen en 1953 en su libro “Social Responsibilities of the Businessman” en el que señala que las decisiones y las acciones de los empresarios impactan en la sociedad, dado que no solo establece relaciones privadas sino que afectan significativamente la fuerza laboral, el trabajo, la seguridad, personal, las tasas de utilización de los recursos naturales y hasta las relaciones internacionales, de forma que la RSE “se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (Bowen, 1953, p. 6 citado en Duque et al., 2013, p. 197).

Posterior a ello, Fredrerick reconoce la importancia del concepto donde la función principal de la empresa no puede ser solamente económica, sino social, por tanto “implica una postura pública hacia los recursos económicos y humanos de la sociedad y una buena

voluntad de considerar que esos recursos están utilizados para fines sociales y no simplemente para los intereses de personas privadas y de empresas” (Frederick, 1960, p. 60 citado en Duque et al., 2013, p. 198). Siendo este un enfoque en la postura pública, para que posteriormente McGuire señale las consideraciones en torno al ciudadano justo.

Para McGuire (1963) “la idea de responsabilidad social supone que la corporación no solamente tiene obligaciones económicas y jurídicas, sino también ciertas responsabilidades a la sociedad que van más allá de estas” (p. 144 citado en Duque et al., 2013, p. 198). Sin embargo, es en la década de los sesenta cuando el concepto comienza a consolidarse, y para los años setenta ya es vista de forma más integral dado que “abarca las expectativas económicas, legales, éticas, y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado del tiempo” (Carroll, 1979, p. 500 citado en Duque et al., 2013, p. 198).

En la década de los noventa Wood agrega la idea del desempeño social corporativo como la base de la responsabilidad en procesos, programas y resultados medibles en las empresas por parte de la sociedad, y Carroll replantea la definición de la RSE desde la exigencia a las empresas de todas sus responsabilidades mediante la ética, la legalidad, la filantropía y los resultados económicos. Finalmente, en la década del 2000 se unen categorías al concepto como el desarrollo sostenible (Duque et al., 2013).

Algunas de las definiciones actuales del concepto son: la Responsabilidad Social Corporativa para Cajiga (2014) es un nuevo modelo para hacer negocios, en el cual se reconocen los intereses sociales, económicos y ambientales de forma sostenible, para cumplir con los objetivos de las empresas. Por su parte Guerra (2007) señala que es una exigencia ética para implementar estrategias racionales del desarrollo en la inteligencia organizacional que mejore las relaciones con el entorno. En palabras de Drucker (2000):

Este nuevo concepto de la responsabilidad social ya no se pregunta cuáles son las limitaciones de la empresa, o qué debe hacer esta por el personal sometido a su autoridad inmediata. Exige que la empresa asuma la responsabilidad por los problemas sociales (...) y que se convierta en guardián de la conciencia de la sociedad y en factor esencial de solución de sus problemas (Drucker, 2000, p. 216).

Además de estos conceptos, han surgido diversas normas internacionales que condensan estándares exigidos a las empresas para que contribuyan, especialmente al desarrollo sostenible, algunas de ellas son la Norma Guía ISO 26000 en la que se establece que la RSE es la “Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente” (ISO 26000, 2010, p. 4).

Por su parte, en la Global Reporting Initiative, se define como “la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global” (GRI, s.f).

Como puede evidenciarse, la RSE al ser un constructo social que está en constante evolución, dada su relación intrínseca con el desarrollo de la sociedad y de las preocupaciones que va adelantando en cada época, no puede generarse una definición única del término, pero si se encuentran elementos integradores como las empresas, las sociedades y el ambiente, siendo conscientes que el desarrollo sostenible contiene esta visión de interrelación entre los tres elementos para garantizar el desarrollo de las sociedades.

7.2.2 Teorías

Existen diversas teorías para explicar a la RSE, las cuales serán enunciadas en sus generalidades. La teoría de los accionistas es la posición más antigua, en ella la dimensión ética es externa a la posibilidad de acción de la empresa y de su actuar económico, su fundador es Friedman con la idea de que solo hay una responsabilidad social de la empresa que es aumentar sus ganancias, dado que la riqueza y el trabajo pueden desarrollarse de forma eficiente, por lo cual, la única exigencia es actuar desde el respeto de las reglas de juego económicas, allí el uso eficiente de los recursos permite maximizar a los que son escasos, reduciendo el desperdicio y creando riqueza y trabajo para todos (Medina et al., 2017).

La teoría integradora propone la integración de los objetivos de productividad con los sociales mediante el compromiso de las partes involucradas para maximizar los ingresos y a la vez responder desde lo ético, donde hay una adaptación normativa no solo en el mercado, sino también en la sociedad (Buitrago, 2021).

La teoría de los grupos de interés, basada en el papel de los Stakeholders y en cómo se da la relación entre los grupos de interés para alcanzar un bien común desde la cooperación individual y grupal de propietarios, consumidores, empleados y proveedores. en ella solo se tienen en cuenta las necesidades (Buitrago, 2021). Esta teoría fue planteada por la Universidad de Stanford y se basa en el reconocimiento de diversos grupos de participantes que contribuyen en la organización a cambio de una compensación, cuestionando la obligación exclusiva de los directivos hacia los accionistas y señalando la responsabilidad de los otros grupos de interés (Gilli, 2006).

La misma surgió en los años ochenta cuando Freeman buscaba adecuar el comportamiento gerencial en el ordenamiento institucional, dado que los stakeholders

pueden participar en las determinaciones del futuro de la empresa, siendo el fin no solo la maximización de las ganancias, sino un balance de intereses para la supervivencia de los mismos a largo plazo. Dentro de sus críticas se encuentra que es difícil coordinar intereses diferentes y hacer que todos ellos sean compatibles, y que se presenta un fundamento ético limitado dado que la acción de las personas puede generar efectos imprevisibles que se enfatizan según el modelo de empresa (Medina et al., 2017).

La teoría de la legitimación se basa en el contrato de las compañías y los actores sociales para identificar objetivos de desarrollo que permitan un acuerdo entre las partes para que la finalidad común que comparten permita realizar lo pactado, se tienen en cuenta necesidades y problemas para evitar obstáculos en cultura, valores, tradiciones, entre otros, que impidan el cumplimiento de lo pactado (Buitrago, 2021).

La teoría de la dependencia económica señala que el intercambio de recursos y la generación de poder entre los participantes genera una relación en la que la parte con mayor facilidad para adquirir los recursos a intercambiar define la estructura del poder, y genera dependencia de la otra (Buitrago, 2021). En la teoría de la ética de las intenciones las acciones son moralmente buenas si se comporta consecuentemente con la ley, las intenciones del actor definen éticamente su comportamiento, importando la manera beneficiosa en que se produce la riqueza, de forma tal que el comportamiento ético contribuye positivamente en el performance empresarial, haciendo que la responsabilidad social entre como un argumento en la función objetiva de la empresa, y no en sus relaciones de personas (Medina et al., 2017).

Para otros autores existe una clasificación de la RSE desde su ámbito de aplicación y según criterios específicos, para Cancino y Morales (2008) son las siguientes. Primero, las teorías instrumentales, centradas en las actividades sociales que permiten la creación de

riqueza empresarial y la rentabilidad para sus propietarios, en este caso la relación directa entre la RSE y la riqueza es la que genera la relevancia en los negocios; en ella se encuentran enfoques de maximización del valor para los accionistas, propietarios o empleados, el enfoque de mercadeo de causa social donde la percepción del cliente mejora su reputación y los ingresos.

En este caso la RSE es parte fundamental del posicionamiento estratégico que se debe implementar para crear valores compartidos con los grupos de interés que permitan la gestión de la competitividad, alcanzando mejores resultados que los competidores mediante la integración de los recursos que generan estrategias de valor. Además de las ya mencionadas, se usa también la estrategia para la base de la pirámide económica o para segmentos de bajos ingresos de la sociedad, en los que la innovación de bienes y servicios permite la adquisición de los mismos a bajo costo (Tinoco et al., 2012).

De igual forma se reconoce que, si bien la empresa es un generador de riquezas para los accionistas, estos deben generar actos socialmente responsables junto con las demás personas que hacen parte de ella, comprometiéndose a cumplir con la responsabilidad social, la cual mejora la percepción del cliente, aumenta la buena imagen y la reputación en el mercado. Debería comprenderse que existe una obligación moral intrínseca de las actividades empresariales, si la inversión genera utilidades y crecimiento, debe responderse en la mejora de la calidad de vida de las personas de esa zona (Navarro, 2016).

Además, que la sustentabilidad es la posibilidad de permanecer en el tiempo si se une lo económico, lo social y lo ambiental, esto genera una situación de ganancia donde se fortalecen los aspectos mercantiles y se da la aprobación de la comunidad. Con ello puede señalarse que el fundamento de esta teoría “no es más que la obtención de riqueza empresarial, el posicionamiento en el mercado, la sustentabilidad y la credibilidad a través

de actividades sociales que generen un clima de confianza entre la Sociedad Mercantil y la comunidad” (Navarro, 2016, p. 168).

La segunda son las teorías de carácter político, en ellas el poder social que la empresa adquiere gracias a la RSE se da por su inserción en la sociedad, mediante un contrato social con la comunidad en la que la organización realiza sus acciones para asegurar la colaboración de las personas, en ellas no es necesaria la creación de riqueza para ser responsable. En ella existen tres enfoques, el enfoque del constitucionalismo corporativo donde la empresa por ser una institución social debe ser responsable en el ejercicio del poder, dado que, de no ser así, lo pierde (Tinoco et al., 2012).

El enfoque del contrato social señala que la RSE es producto de un contrato social implícito donde hay normas de comportamiento y actitudes por las partes contratantes; y el enfoque de la ciudadanía corporativa incluye a la filantropía corporativa, la RSE propiamente dicha y la protección ciudadana en caso de que el Estado no cumpla con sus labores. En todos ellos hay un alto sentido de responsabilidad con las comunidades (Tinoco et al., 2012).

Las terceras, son las teorías integradoras, donde se buscan explicar las actividades de la RSE para responder a las demandas sociales teniendo en cuenta las normas y obligaciones preestablecidas, y la gestión de los intereses de los grupos que componen las empresas. En este existen cuatro enfoques, el de gestión de asuntos sociales donde se identifican, evalúan y responden a los asuntos que pueden afectar el negocio mediante procesos de inclusión de las demandas y la toma de decisiones según las exigencias sociales. El enfoque de responsabilidad pública señala que el comportamiento empresarial adecuado proviene de una política pública que comprenda no solo leyes sino a la opinión pública y los temas sociales emergentes (Tinoco et al., 2012).

En el enfoque de gestión de los grupos involucrados hay una fuerte orientación hacia los grupos afectados por las políticas o prácticas empresariales, por lo que se presentan apuestas de cooperación para maximizar los beneficios mutuos y el manejo de intereses conflictivos; y finalmente, el enfoque del desempeño social corporativo señala que la empresa busca la legitimidad social mediante procesos de respuesta a problemas sociales con acciones de responsabilidad económica, legal, ética y filantrópica (Tinoco et al., 2012).

La cuarta es la de las teorías éticas, en ella se plantean los requerimientos éticos en que se relacionan la empresa y la sociedad generando principios del deber ser para una mejor sociedad, se analizan las acciones socialmente responsables para garantizar los derechos universales que incluyen el desarrollo sostenible. En ella está el enfoque normativo de los grupos involucrados que analiza las diferentes obligaciones fiduciarias que tiene la empresa con sus grupos de interés como clientes, trabajadores, accionistas, etc., dado que no se pueden tener en cuenta solo la gestión interna de recursos y operaciones, sino a todos los actores que puedan afectarse con sus actividades (Tinoco et al., 2012).

También está el enfoque de los derechos universales en el cual los derechos humanos, laborales y del medio ambiente deben ser protegidos desde el diálogo social que construya una ciudadanía corporativa global. En el enfoque de desarrollo sostenible se habla del desarrollo humano teniendo en cuenta a las generaciones presentes y futuras que exige a las empresas evaluar su propia sostenibilidad desde un triple encuentro económico, social y ambiental. Finalmente, el enfoque del bien común establece que es una obligación de las organizaciones contribuir con ello creando riqueza y ofreciendo bienes y servicios de forma justa, equitativa y eficiente, respetando los derechos de las personas (Tinoco et al., 2012).

7.2.3 Modelos de RSE

Finalmente, es necesario señalar que no existe una única manera para ejercer la RSE, por ello se desarrollan algunos modelos, que se señalan brevemente. Primero, el modelo social puro se da en las organizaciones financiadas mediante los recursos de las personas que hacen parte de ellas, generan programas de alto desarrollo comunitario para ayudar a los más necesitados, en ella no se maximizan las utilidades, sino en garantizar el acceso a largo plazo a bienes o servicios que de otra forma no se podrían (Buitrago, 2021).

En el modelo de compañías híbridas las empresas trabajan en conjunto con aportes públicos y privados y se dirigen a un mercado social, donde se debe generar competitividad y bienestar social, en este, parte de la inversión retorna. En el modelo de empresa social no importa de dónde provenga el capital, sino que la organización nazca con la intención de generar cambio social transformador en una comunidad, en ella el retorno de la inversión se devuelve a la comunidad (Buitrago, 2021).

En el modelo de cuota por servicio se encuentran las organizaciones que desarrollan actividades de innovación y acción de mercado con bienes y servicios que mejoren las condiciones de la población desde la diferenciación, el crecimiento y la competitividad (Buitrago, 2021).

7.3 Responsabilidad Social Empresarial desde las condiciones laborales

Frente a la Responsabilidad Social Empresarial relacionada con el crecimiento y las condiciones laborales de los trabajadores no existe mucha información, sin embargo, la misma puede ser atendida teniendo en cuenta las teorías ya señaladas en el apartado anterior. Para Duque y Ortiz (2014) la RSE en la dimensión laboral los empleados son un grupo de interés interno que presenta intereses propios como salarios, seguridad en el

puesto de trabajo, promociones y aumentos, participación, entre otras, que exigen conductas éticas por parte de las empresas para mejorarles la calidad de vida dentro y fuera del trabajo.

Organismos multilaterales como la Organización Internacional del trabajo y Naciones Unidas han realizado llamados a los países y a las empresas para generar condiciones de trabajo dignas que permitan que las prácticas de RSE garanticen principios mínimos del derecho al trabajo como la libertad de asociación, la eliminación del trabajo forzado, la eliminación del trabajo infantil y la no discriminación (Duque y Ortiz, 2014). En este elemento es fundamental la ISO 26000 dado que la misma señala los impactos que tiene sobre el personal las prácticas laborales, de operación y ambientales justas, en las cuales el capital humano debe ser protegido con programas de capacitación, salud y seguridad laboral, motivación, que favorezcan la confianza en la organización (López et al., 2016).

A su vez se exige que el capital humano sea responsable en la empresa, conduciéndose de forma ética, con diligencia, y responsabilidad alentando la comunicación y el compartir el crecimiento y rentabilidad de la empresa, Para Alea (2007) la RSE con el capital humano de las empresas es bueno porque:

- 1) favorece la confianza y sentido de pertenencia de sus empleados, 2) aumenta su disposición hacia el trabajo, situación que propicia una menor rotación de personal y, por tanto, disminuyen los costos de reclutamiento y 3) facilita los procedimientos de seguridad (Alea, 2007).

Para la medición de la RSE en el capital humano la norma ISO 26000 presenta 7 elementos que son gobernabilidad, asuntos de los consumidores, medio ambiente, derechos humanos, prácticas laborales, practicas justas de operación y participación activa y

desarrollo de la comunidad que sirven como herramienta para la comprensión de esta dimensión (López et al., 2016).

7.4 Responsabilidad Social Empresarial desde los call center

El sector de los BPO (Business Process Outsourcing) presenta un problema y es la falta de un modelo para implementar sus estrategias y acciones en torno a la RSE en sus dinámicas social, ambiental y económica. Este se encuentra representado por empresas multinacionales que se ubican en los países latinoamericanos como alternativas de servicios prestados a la distancia que tiene una alta probabilidad de crecimiento gracias a las oportunidades de expansión por los servicios que pueden ofertarse, la capacitación de talentos y la menor factibilidad de migración de campañas a los países competidores (Cadena Puello, 2019).

Las empresas del sector BPO requieren en sus equipos de trabajo diferente mano de obra, la cual está compuesta por personas con niveles de formación y socioeconómicos diferentes. Bajo esta óptica la Responsabilidad Social Empresarial busca el fortalecimiento de la reputación corporativa que permite promover un bien social, basado en el bienestar del trabajador más allá de las exigencias de la ley con las cuales se garantiza el éxito y la supervivencia de las organizaciones (León Guatame, et al., 2020).

La cultura organizacional que en ellos se implante es la que va a garantizar el manejo de temas como el alto índice de rotación y el ausentismo del personal que demuestran como principal reto la retención de los trabajadores. Si esto se logra la empresa evidencia un direccionamiento efectivo que mejora su posicionamiento y la confiabilidad de los clientes, pero la ausencia de lineamientos estructurados exige de un modelo de responsabilidad desde el relacionamiento entre directivos y empleados como actores fundamentales en la influencia a los grupos externos que incluyen también a los

proveedores, el gobierno, la comunidad, los competidores y el ambiente (Cadena Puello, 2019).

Para alcanzarlo la empresa debe establecer una gestión estratégica que permita el éxito desde la evaluación del valor social, del entorno y de los beneficios que se pueden generar desde la productividad y ordenen el curso de la operación empresarial y la rentabilidad financiera basada en la proyección a largo plazo y en las ventajas competitivas del negocio así como el desarrollo del gobierno corporativo en el manejo de lineamientos y relaciones externas e internas que permitan el establecimiento de un equipo de trabajo comprometido que permita el reconocimiento de los clientes, el posicionamiento de la marca y el apoyo social a la comunidad desde un actuar ético y transparente (León Guatame, et al., 2020).

Con ello puede evidenciarse que la RSE de este tipo de organizaciones tiene un impacto alto en la forma en que el trabajador percibe la organización y se considera parte de ella, ya que la gestión que en ella se generen van a impactar a las partes interesadas y a sus expectativas, siendo la transparencia y la ética elementos fundamentales para trabajar en la garantía de los derechos humanos y de las prácticas laborales que generen el crecimiento y la comunicación con la comunidad y las partes interesadas en los servicios que se presten.

8. Metodología

8.1 Tipo de investigación

La metodología a aplicar en esta investigación es de corte cuantitativo donde se pretende integrar al fenómeno de estudio analizado, es decir, la relación entre la responsabilidad social empresarial en el mejoramiento o no de las condiciones laborales de los trabajadores desde la percepción que estos mismos tenían a las situaciones planteadas

en los call center de Manizales. Para ello se utilizó la encuesta como instrumento que permitió interpretar de la mejor forma posible este fenómeno (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

A su vez, se trata de una investigación no experimental porque se observarán los efectos que la RSE presenta sobre la percepción del empleado (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018), es decir, el saber si hay o no una relación entre la RSE y las condiciones laborales y la calidad de vida del trabajador en los call center de Manizales, de forma tal que no se pueden generar cambios o influencias de ningún tipo en el fenómeno, sino determinar cómo en el 2022 se pueden adoptar medidas o no para el beneficio del personal de estos lugares, siendo un estudio transversal.

8.2 Población y muestra

La población del estudio está constituida por los trabajadores en puestos intermedios de los call center de Manizales, sin embargo, se utiliza un muestreo por conveniencia para la determinación de la muestra (Tamayo, 2001), ya que este se desarrollará de acuerdo a la accesibilidad que los investigadores tenían a los empleados que deseen contribuir con el análisis.

Es por ello que se realizó la encuesta a 37 trabajadores de call center de la ciudad de Manizales que hacían parte de puestos intermedios, es decir, supervisores de campañas y subcampañas. Se desconoció el total de la población ya que al tener Manizales un amplio número de call centers y constantes cambios en los diversos procesos que manejan, pero se tuvieron en cuenta como criterios de inclusión:

- Trabajador con un cargo intermedio de call center.
- Trabajar en Manizales.
- Estar activo en su cargo.

Como criterios de exclusión:

- Trabajador de call center en un cargo básico.

8.3 Elementos clave

1. Responsabilidad Social Empresarial.
2. Condiciones laborales: percepción de mejoramiento.

Si bien el presente es un estudio descriptivo, se señalan los elementos para la comprensión de la relación que se espera conocer desde el instrumento aplicado, el cual se basa en una encuesta que reúne los requisitos plasmados en la ISO 26000, en la cual se habla de los trabajadores y del impacto de la RSE, se espera conocer los aspectos de esta última en torno al empleado para describirlos.

Cabe aclarar que se utilizaron las dimensiones de Landázuri et al. (2018) para establecer cómo el elemento de responsabilidad social empresarial se evidenciaba en las empresas, la cual se generó desde lo económico, social y medioambiental tanto interna como externamente. Por su parte en el elemento de las condiciones laborales Alcaraz et al., (2020) establecen que la ISO 26000 se divide en las relaciones laborales, las condiciones de trabajo y protección social, el diálogo social, la salud y seguridad ocupacional y el desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.

Teniendo en cuenta lo anterior, los indicadores utilizados son los mismos del estudio realizado por Sotelo et al. (2018) quienes establecen la relación entre ambos elementos en todas las dimensiones que planteaban, por lo cual se destacó su utilidad en el presente estudio.

Tabla 1. Gestión de los elementos.

| ELEMEN TO | DIMENSIONES | INDICADORES | NIVEL DE MEDICI ÓN |
|----------------------|--------------------|--------------------|---------------------------------------|
|----------------------|--------------------|--------------------|---------------------------------------|

| | | | |
|------------------------------------|---|--|--------------|
| Responsabilidad Social Empresarial | Económica -Interna: -Externa (Landázuri et al., 2018). | Para Sotelo et al. (2018) existe un formato de indicadores, que permiten el relacionamiento con lo económico, lo social y lo medioambiental desde el conocimiento del trabajador: | Cuantitativo |
| | Social -Interna -Externa (Landázuri et al., 2018). | -Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social. -Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización. | Cuantitativo |
| | Medioambiental -Interna -Externa (Landázuri et al., 2018). | -Se hace una utilidad adecuada de los recursos -En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social | Cuantitativo |
| Condiciones laborales | Prácticas laborales (ISO 26000) 1.Relaciones laborales. 2.Condiciones de trabajo y protección social. 3. Diálogo social. 4. Salud y seguridad ocupacional. 5. Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo (Alcaraz et al., 2020). | -La organización cuenta con principios de transparencia -La institución cuenta con políticas de derechos humanos -Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos -La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones -Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución -La institución respeta la ley en torno al empleado -Esta institución protege la privacidad de sus empleados -Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales -La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el Medio Ambiente -La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente. | Cuantitativa |

Fuente: Elaboración propia con base en Landázuri et al., 2018; Sotelo et al., 2018 y

8.4 Instrumento de medición y análisis de la información

Para el análisis de la información se realizará un cruce la información teórica con la encuesta a realizarse mediante Google Forms, la cual se analizó mediante Excel para describir cómo la RSE en los call center puede garantizar el mejoramiento o no de las condiciones laborales de los empleados. De esta forma se respondió a la pregunta y se determinó si la afirmación planteada es o no válida.

Modelo de cuestionario: A continuación, se realizan unas preguntas relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial y su trabajo preestablecidas por Sotelo et al. (2018). Responda de 1 a 5, donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 completamente de acuerdo.

1. Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social.
2. Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización.
3. Se hace una utilidad adecuada de los recursos.
4. En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social.
5. La organización cuenta con principios de transparencia.
6. La institución cuenta con políticas de derechos humanos.
7. Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos.
8. La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones.
9. Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución.

10. La institución respeta la ley en torno al empleado.
11. Esta institución protege la privacidad de sus empleados.
12. Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales.
13. La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el Medio Ambiente. La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente.
14. La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente.

9. Resultados y discusión

Se realizó la encuesta a 37 personas en cargos intermedios de los call center de Manizales, ya que estas fueron las que permitieron el acceso y la disponibilidad para su diligenciamiento, se obtuvieron las respuestas que se presentan.

Como se señaló en el objetivo específico uno, desde las condiciones laborales la responsabilidad social empresarial de los call center de Manizales tienen un enfoque que es consistente con la literatura relacionada en el marco teórico por León Guatame, et al., (2020) y Cadena Puello (2019) y es que se reconoce que la inclusión y el trabajo con el empleado son las características que van a permitir el desarrollo y crecimiento de la organización.

Actuar desde el reconocimiento del empleado, de sus potencialidades, de las características propias de cada uno de ello, de sus potencialidades, desde la agencia en los puestos de trabajo es lo que va a garantizar que cada uno de los trabajadores reconozca las ventajas de la empresa y construya un valor agregado a su vida decidiendo ser parte de ella, desde una convicción interna producto del sentimiento de pertenencia que le ha sido

desarrollado desde las acciones grandes y pequeñas que la entidad desarrolla con cada uno de ellos como el interés por mejorar sus capacidades, la posibilidad de brindarles horario flexibles, el crecimiento dentro del call center, etc.

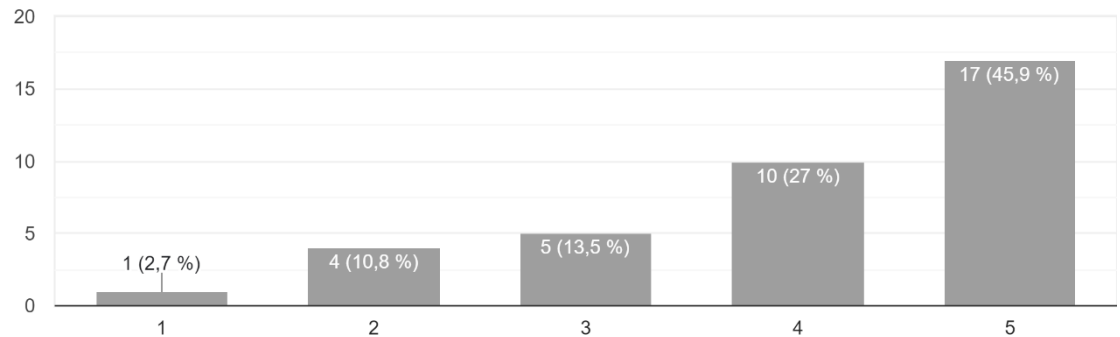
Dentro de los resultados se evidencia también la forma en que los trabajadores perciben la relación entre sus condiciones laborales y la responsabilidad social en los call center de Manizales a 2022, la cual se describe desde la verificación de los postulados señalados por Sotelo et al. (2018) en sus indicadores con los cuales se muestra como los ejes ambiental, social y económico hacen parte de la visión de estas empresas y la forma en que las mismas responden a una relación directa con el empleado. Esto permite la caracterización de los principales componentes de las condiciones laborales en los call centers de Manizales que los trabajadores asocian con la responsabilidad social empresarial.

Como se mencionó, la Responsabilidad Social Empresarial es un marco de análisis, con el cual se mide el impacto de las empresas en las comunidades, por ello, ante la primera pregunta ¿esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social.? Las personas respondieron en su mayoría, con un 45,9% que si, lo cual muestra que hay compromiso con el entorno.

Gráfica 1. Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social

1. Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

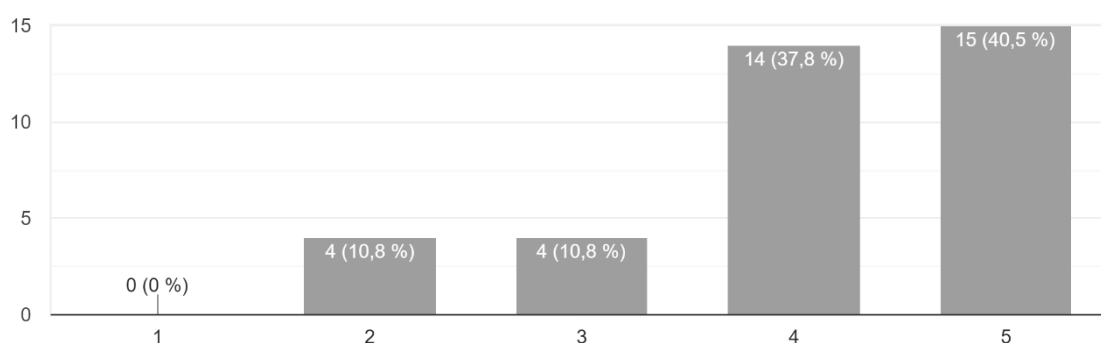
Para 2022 las empresas continuaron en su desarrollo de la RSE según los alcances que habían tenido en sus formas constantes de desarrollo y trabajo, las han llevado a establecer las dinámicas y mantenerlas. Es por ello que se encuentran informes de diferentes organizaciones que hacen frente según las necesidades y mejoras que han tenido internamente, por ejemplo Humedales Bogotá y Claro que para este año reforzaron y promovieron el valor agregado de sus actividades cotidianas (Humedales Bogotá, 2022., Claro, 2022).

Teniendo en cuenta que el 45,9% de los encuestados señalan que si se desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social, cabe mencionar que la misma debe desarrollarse desde un compromiso ético interno y externo que permite el relacionamiento con la sociedad, su beneficio desde relaciones que garanticen unas líneas de acción y la toma de decisiones relacionada con los objetivos y valores de la sociedad como enuncian Duque et al. (2013).

Frente a la respuesta a la pregunta número dos: Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización donde el 40,5% están totalmente de acuerdo, y el 37,8% de acuerdo.

Gráfica 2. Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización

2. Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización
37 respuestas



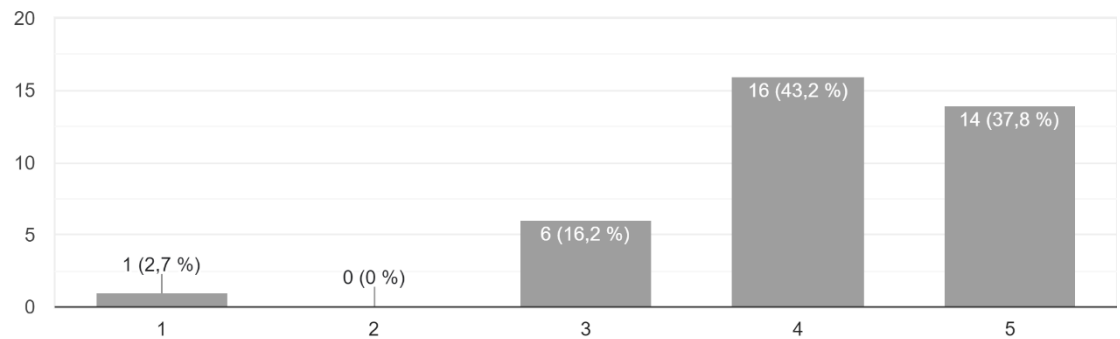
Fuente: Encuesta Google Forms.

Ahora bien en torno a la pregunta de si se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización teniendo un alto porcentaje de acuerdo, es necesario señalar que se puede generar una primera inferencia de que la función principal de los call center no es solo económica, sino que hay un relacionamiento con la sociedad y una consideración de los recursos para generar fines sociales y la utilidad correcta de los recursos, que, siguiendo a Frederick (1960, citado en Duque et al., 2013, p. 198). Es coherente en la postura de estas empresas, evidenciado en la respuesta número 3, que se hace una utilidad adecuada de los recursos donde el 43,2% están de acuerdo.

Gráfica 3. Se hace una utilidad adecuada de los recursos:

3. Se hace una utilidad adecuada de los recursos

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

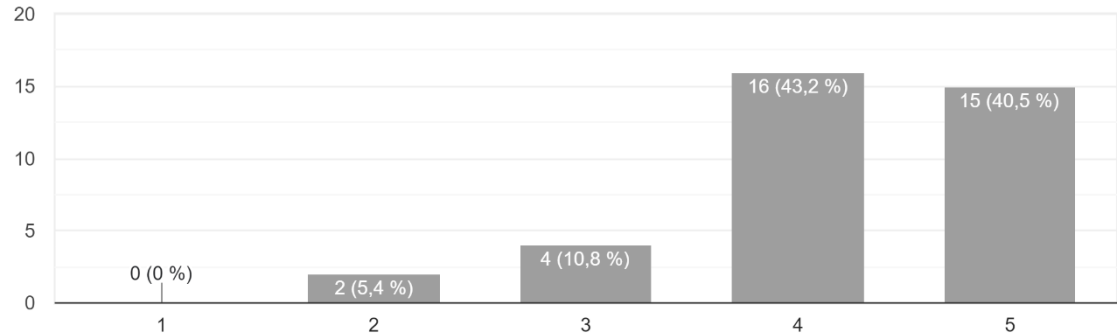
Sin embargo, un punto fundamental de la responsabilidad social no es solo realizar acciones, sino también mostrarlas a los empleados, socializar con ellos las acciones que se han adelantado para que se generen valores compartidos y se reconozcan esos intereses sociales, económicos y ambientales en todos los empleados, no solo en quien realiza las acciones de exteriorización. Es así como la empresa asume sus responsabilidades por los problemas sociales, resultado que es consistente con lo que Drucker (2000) planteaba y con la respuesta 4: En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social, con un alto porcentaje positivo.

En la respuesta 4: En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social, con un 43,2% de acuerdo y un 40,5% muy de acuerdo.

Gráfica 4. En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social

4. En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

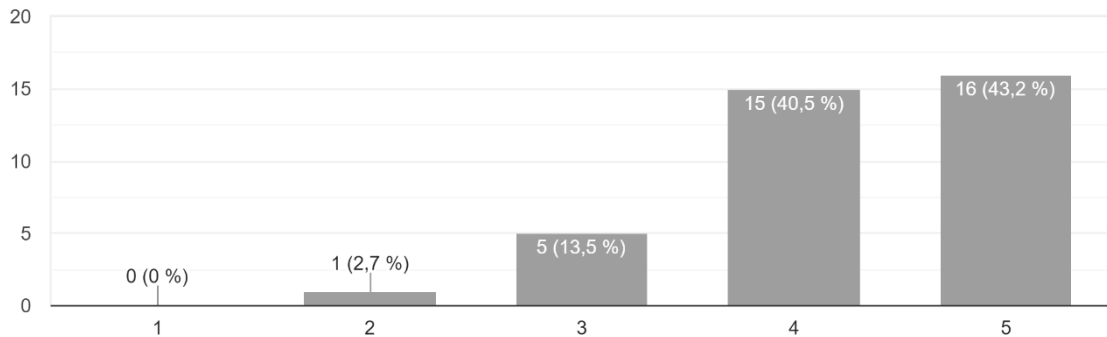
Este ha sido el resultado más positivo de los puntos tratados hasta el momento, evidenciando que existe un fuerte compromiso de los call center con la socialización de los impactos que las decisiones y acciones que han realizado han tenido en los ciudadanos, lo que es coherente con la ISO 26000, en la cual se señala que la Responsabilidad Social debe impactar y generar relaciones lo suficientemente sólidas para garantizar a las personas conocer qué y cómo se hacen las cosas con el entorno.

En la cinco se preguntó si la organización cuenta con principios de transparencia, teniendo un 43,3% de personas completamente de acuerdo y un 40,5% de acuerdo.

Gráfica 5. La organización cuenta con principios de transparencia

5. La organización cuenta con principios de transparencia

37 respuestas



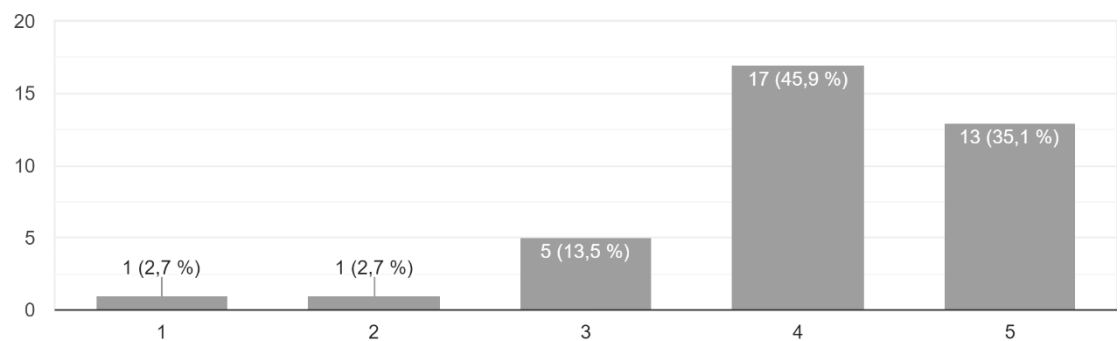
Fuente: Encuesta Google Forms.

Para la pregunta 6 se consultó si la institución cuenta con políticas de derechos humanos donde el 45,9% estuvo de acuerdo y el 35,5% completamente de acuerdo.

Gráfica 6. La institución cuenta con políticas de derechos humanos

6. La institución cuenta con políticas de derechos humanos

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

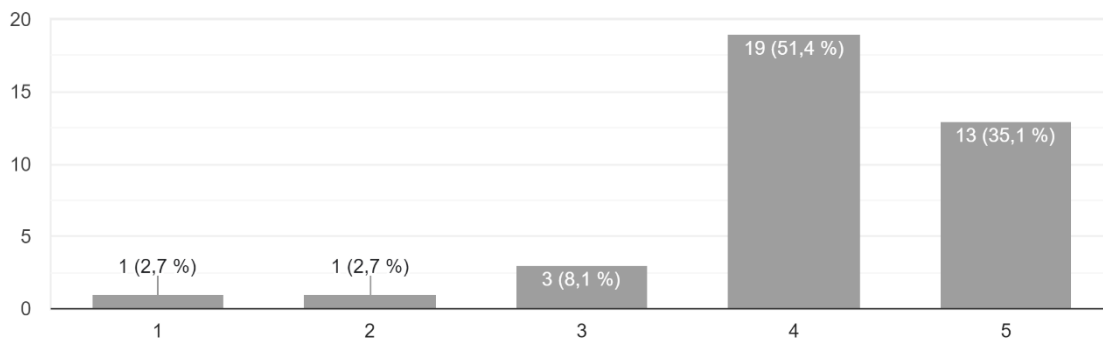
Desde la teoría integradora de la RSE los objetivos de productividad deben relacionarse con los sociales, de forma tal que la maximización de los ingresos responda a

cuestiones éticas, que se genere la adaptación del mercado y de la sociedad como lo señala Buitrago (2021), por lo cual las preguntas 5 y 6 tienen una relación directa, ya que en la quinta se habla de si la organización cuenta con principios de transparencia siendo positiva la respuesta, y en la sexta si la institución cuenta con políticas de derechos humanos, también con altos índices de apoyo, mostrando que los trabajadores pueden conocer no solo las acciones referentes a ellos, sino que se socializa lo relacionado con el entorno, en lo económico, lo social y lo ambiental.

Hay unos resultados son menos favorables que en torno a la transparencia, y en consonancia con la pregunta 7. Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos, donde el 51,4% estuvo de acuerdo y el 35,1% estuvo completamente de acuerdo.

Gráfica 7. Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos

7. Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos
37 respuestas



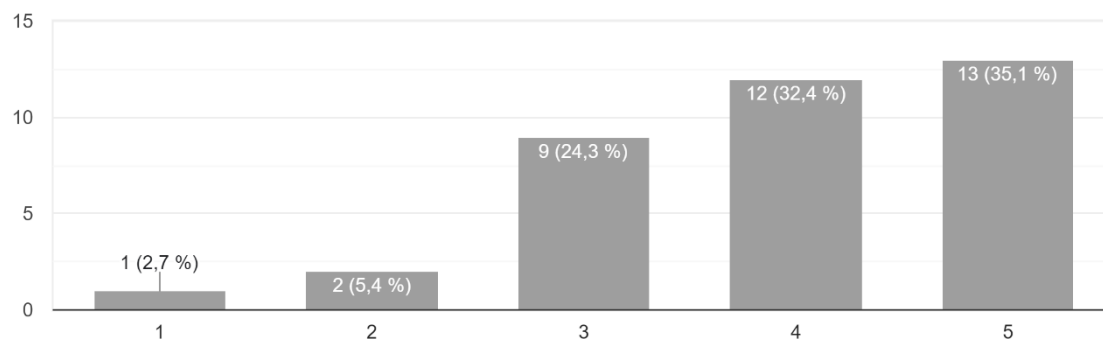
Fuente: Encuesta Google Forms.

Si bien los resultados son menos favorables que en torno a la transparencia, si se evidencia cómo los trabajadores consideran que hay un respeto por ellos y por lo que representan, la cual está en consonancia con la pregunta 7. Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos, la cual igualmente es positiva. Además de esta teoría en la que no se tienen en cuenta solo aspectos económicos, sino otros sociales y culturales, existe un fuerte impacto de la teoría de la dependencia económica donde el intercambio de los recursos responde a la capacidad de los trabajadores de cumplir con las metas que les son impuestas y señaladas, y que a su vez definen las estructuras de poder que se desarrollan, como lo señala Buitrago (2021).

En la pregunta 8 se preguntó si la organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones. El 35,5% contestó que estaba muy de acuerdo, y el 32,4% de acuerdo, con lo que se evidencia el sistema de premiación por topes económicos alcanzados.

Gráfica 8. La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones

8. La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones
37 respuestas



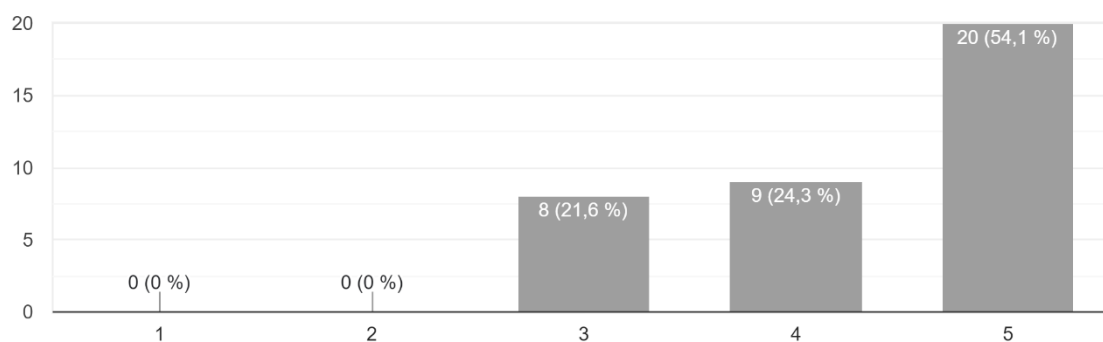
Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 8 la mayoría estaban de acuerdo en que la organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones, lo cual evidencia que existe un sistema de premiación o castigo por los topes alcanzados en términos económicos que muestra el enfoque de mercado de la organización y la idea de maximización para los accionistas, lo cual para Cancino y Morales (2008) se fundamenta en un enfoque netamente económico, sin embargo, para ellos también debe desarrollarse una RSE que tenga en cuenta el desarrollo de valores compartidos con los grupos de interés para la gestión de la competitividad y el establecimiento de estrategias de valor, lo cual se relaciona con la pregunta 9. Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución.

En la pregunta 9 se consulta si se cuenta con una equidad de género dentro de la institución. En este caso, si bien un 54,1% de los encuestados están de acuerdo, hay un 21,6% que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo

Gráfico 9. Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución.

9. Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución
37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

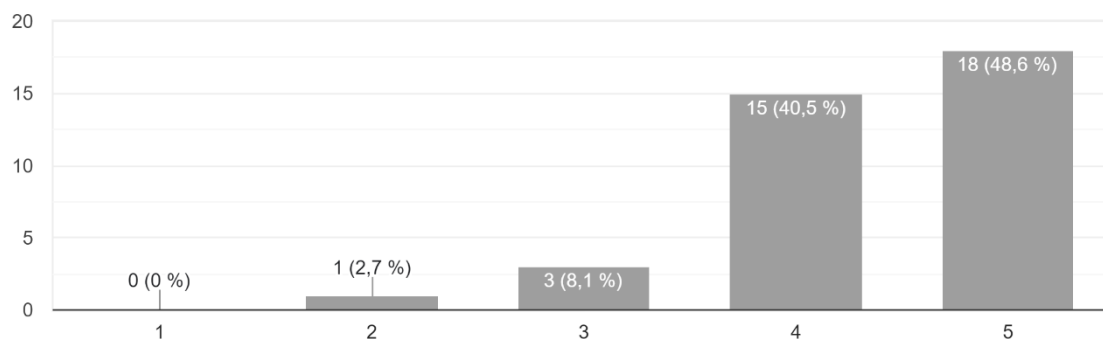
En este caso, si bien un 54,1% de los encuestados están de acuerdo, hay un 21,6% que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, lo que exige que debe analizarse qué pasa en este tema, si es que existen políticas que no se han socializado o si definitivamente deben generarse para beneficiar a todos los trabajadores por igual. En los call center de la ciudad de Manizales también se evidencia una inclinación hacia el enfoque de gestión de los grupos involucrados, enfoque que enuncian Tinoco et al. (2012), desde una visión interna y una externa.

En la pregunta 10. La institución respeta la ley en torno al empleado el 48,6% de los encuestados estaban totalmente de acuerdo y el 40,5% de acuerdo.

Gráfica 10. La institución respeta la ley en torno al empleado

10. La institución respeta la ley en torno al empleado

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

En la visión interna, la pregunta 10. La institución respeta la ley en torno al empleado también hubo una mayoría de acuerdo, mostrando que si hay un compromiso por respetar horarios de trabajo y prestaciones sociales a los trabajadores. Esto también tiene relacionamiento con la pregunta 11 esta institución protege la privacidad de sus empleados,

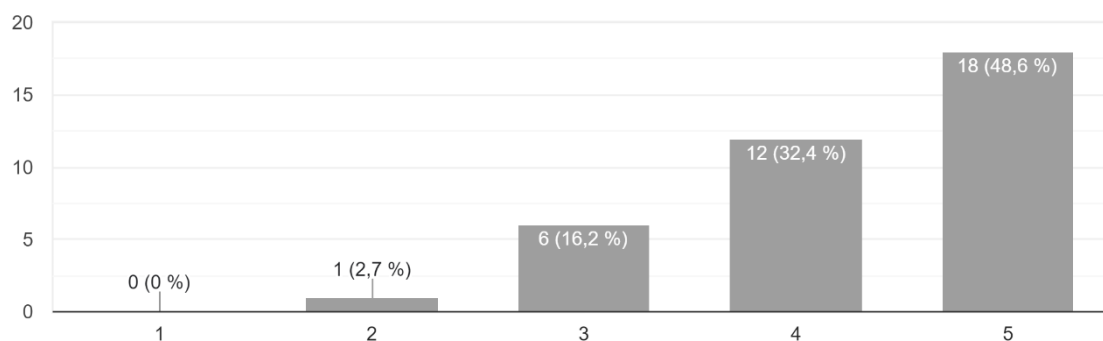
la mayoría están acuerdo, lo cual muestra un compromiso interno por lo que sucede a los trabajadores y el respeto de sus intereses y necesidades.

En la pregunta 11 se consultó si esta institución protege la privacidad de sus empleados, para el 48,6% de los encuestados esto es completamente de acuerdo, y para el 32,4% están de acuerdo.

Gráfica 11. Esta institución protege la privacidad de sus empleados

11. Esta institución protege la privacidad de sus empleados

37 respuestas



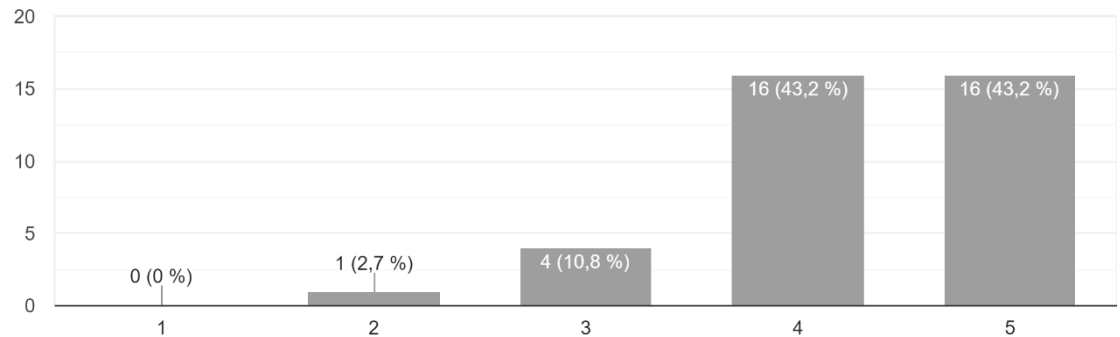
Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 12, Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales se tiene que el 43,2% estaba de acuerdo y el 43,2% estaba completamente de acuerdo.

Gráfica 12. Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales

12. Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

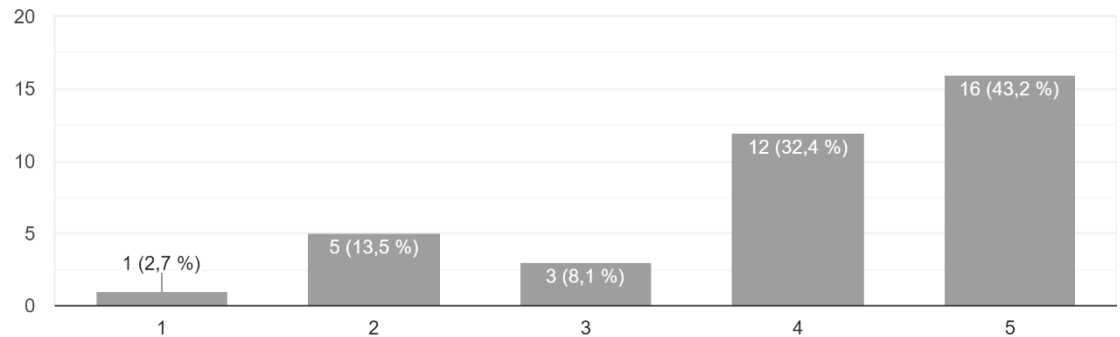
En la pregunta 12, Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales se tiene un alto porcentaje de acuerdo, lo cual, muestra que si hay una conformidad con las prácticas y tratos que se dan en los call center frente a los trabajadores.

Entonces en este enfoque de gestión de los grupos involucrados la legal y la ética están presentes en el trato a los trabajadores y en su reconocimiento como parte integral y fundamental de la organización, mostrando que se cumplen las obligaciones con los trabajadores, el cual se corresponde también con el enfoque de los derechos universales donde los derechos humanos, laborales y del medio ambiente, como lo señalan Tinoco et al. (2012). Frente a este último tema del cuidado al medio ambiente se responde a la pregunta 13, La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el Medio Ambiente, donde el 43,2% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo, el 32,4% de acuerdo, y se presentó un 13,5% en desacuerdo.

Gráfica 13. La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el Medio Ambiente

13. La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el Medio Ambiente

37 respuestas

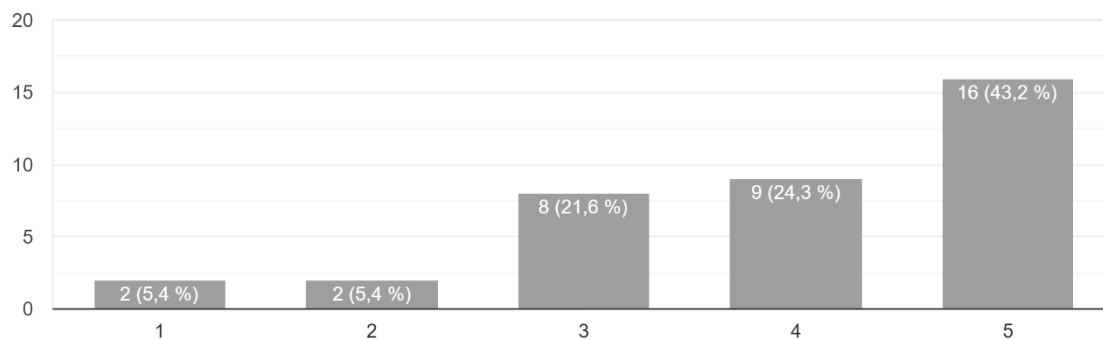


Fuente: Encuesta Google Forms.

Teniendo en cuenta el enfoque del desarrollo sostenible, no se están presentando acciones concretas para su evaluación en torno a lo ambiental, generando desacuerdos entre los trabajadores, al no conocer qué se hace. Lo cual recalca en la pregunta 14. La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente, el 43,2% estuvo completamente de acuerdo y el 24,3% de acuerdo con que esto se desarrollaba.

Gráfica 14. La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente.

14. La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente.
37 respuestas



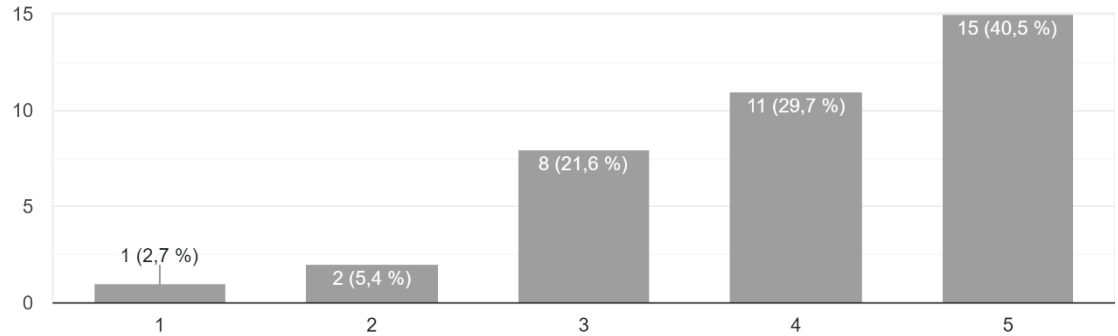
Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 15 si la Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente, el 40,5% estuvo completamente de acuerdo y el 29,7% de acuerdo, lo cual muestra que si existe responsabilidad frente a los desechos que se emiten en las actividades diarias.

15. La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente

15. La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente

37 respuestas



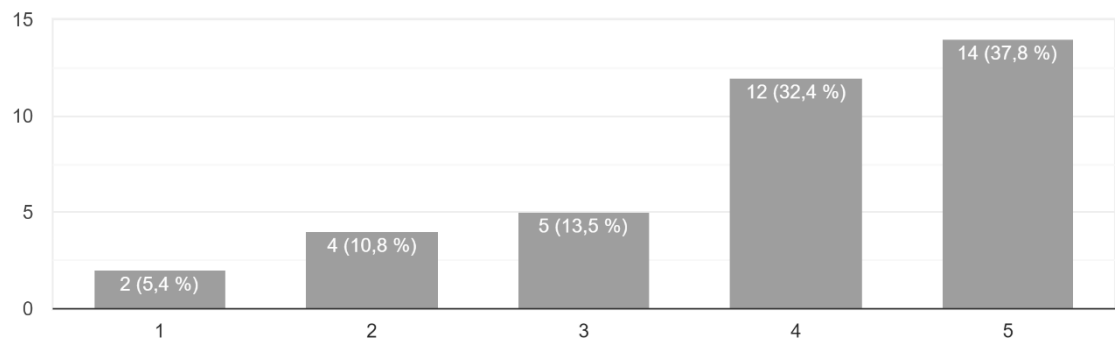
Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 16 se consulta si la institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente con un 37,8% completamente de acuerdo y un 32,4% de acuerdo, mostrando que para los trabajadores si se realizan actividades en pro de la mejora con el entorno.

16. La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente

16. La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

De la pregunta 14 en adelante se tiene un relacionamiento con el medio ambiente y el impacto que se genera, la 15 consultaba si la Institución realizaba actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente con un alto porcentaje a favor, y en la pregunta 16 se consulta si la institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente con un 37,8% completamente de acuerdo y un 32,4% de acuerdo, mostrando que para los trabajadores si se realizan actividades en pro de la mejora con el entorno.

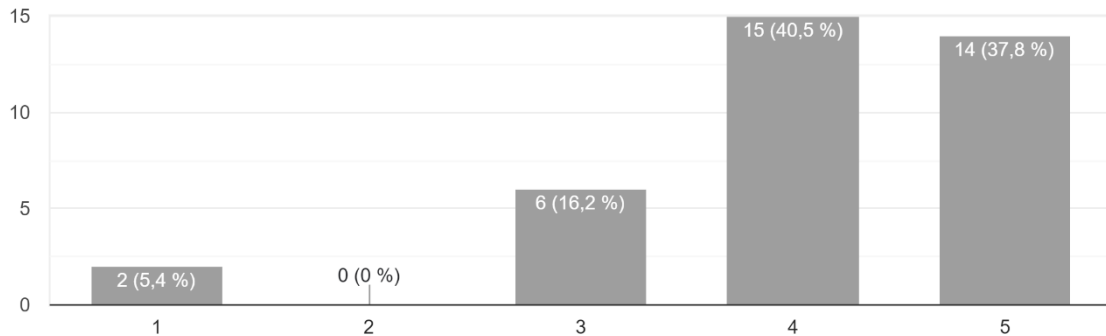
Es fundamental que las empresas realicen análisis y estudios del impacto que generan en el entorno y de su relacionamiento, ya que mediante esto establecen las tendencias e influencia de los resultados que se tienen en el ambiente. La administración correcta de los recursos es la que permitirá obtener unos resultados que sean lo más beneficiosos posibles en el ambiente. Para Valencia (2018) la relación con el entorno es la que genera el valor agregado, el tipo del cliente al que se va a llegar, los recursos que se utilizan, las utilidades presentadas, etc., por lo que la mejora en la responsabilidad ambiental va a reducir los desechos y a permitir una mejor utilización de los recursos.

En la pregunta 17 se consulta si la institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social, el 37, 8% estuvo completamente de acuerdo y el 40,5% de acuerdo, evidenciando que hay capacitación constante y que la misma se retribuye en las actividades de responsabilidad social ejecutadas.

17. Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social

17. Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 17, relacionada con las actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social, la 18 con las prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social, la 19 donde se consultó si institución contaba con políticas de responsabilidad social. El eje fundamental es el impacto que se tiene tanto interna como externamente por el conocimiento de lo que implican las acciones de responsabilidad en el contexto propio y del entorno.

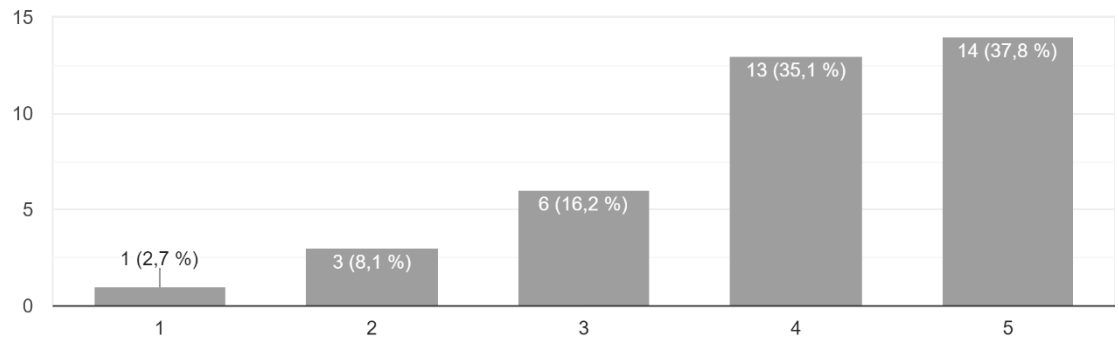
Para García Ortiz (2013) cuando esto se garantiza, la organización establece su fundamento estratégico empresarial, con lo cual garantizan llegar a más personas y la forma en que el cliente la va a ver, el impacto que tienen en su toma de decisiones y cómo la responsabilidad social se convierte en un elemento fundamental que delimita y determina no solo el funcionamiento interno, sino la forma en que es visto por otros. Lo cual tendrá impacto en el listado de preguntas siguientes.

Para la pregunta 18 se consultaba si la institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social, el 37,8% estuvo completamente de acuerdo

y el 35,1% de acuerdo, frente a lo cual puede señalarse que la falta de información no es una limitante para garantizar el trabajo en la mejora de la RSE.

18. La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social

18. La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social
37 respuestas



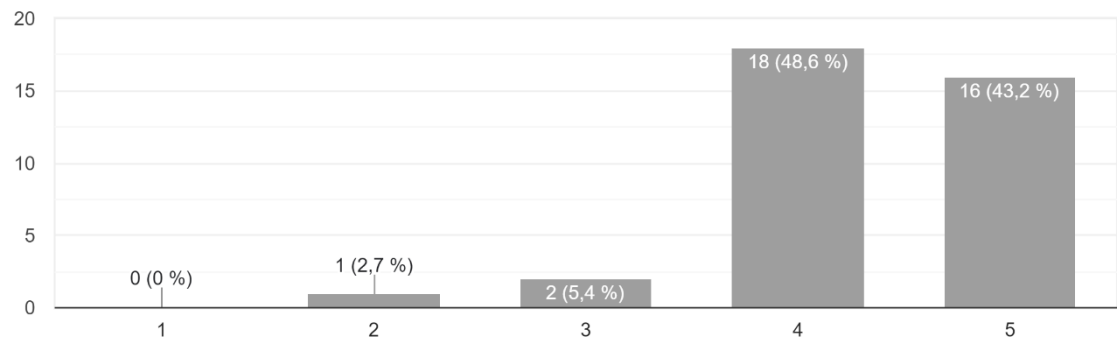
Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 19 se consultó si institución contaba con políticas de responsabilidad social, para el 43,2% esto es completamente cierto, y para el 48,6% hay un acuerdo.

19. La institución cuenta con políticas de responsabilidad social

19. La institución cuenta con políticas de responsabilidad social

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

Ahora, en la relación con los consumidores se tenían las preguntas 20, donde se consultaba si la institución se informaba completamente de sus consumidores, la 21 se consultó si la institución investigaba a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social, en la 22 se consultó si la institución y sus consumidores comparten información de forma transparente, en la 23 si la institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos, en la 24 si la institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes.

Si la ciudadanía conoce exactamente en qué se desenvuelve el call center, el tipo de procesos que desarrolla, los productos que vende, pueden generar un mayor relacionamiento con las personas y esto a su vez mostrar un mejor desarrollo en la toma de decisiones para llegar al público objetivo y al consumidor final de los servicios que se ofrecen.

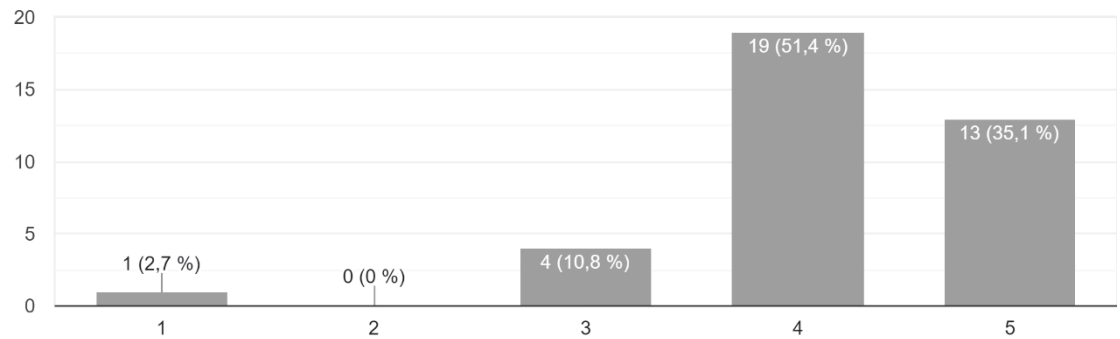
En la pregunta 20, donde se consultaba si la institución se informaba completamente de sus consumidores, el 35,1% estuvo completamente de acuerdo y el 51,4% de acuerdo,

mostrando que la relación de los call center con el público objetivo finalmente es la razón de ser de estos y la que permite su desarrollo.

20. Esta institución se informa completamente de sus consumidores

20. Esta institución se informa completamente de sus consumidores

37 respuestas



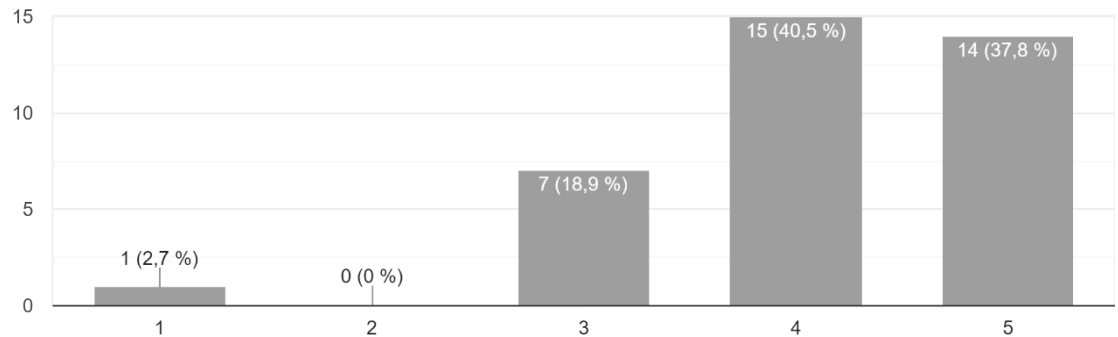
Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 21, se consultó si la institución investigaba a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social teniendo un 37,8% de personas completamente de acuerdo y el 40,5% de acuerdo, reafirmando la idea que se vislumbra en la pregunta anterior.

21. Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social

21. Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social

37 respuestas



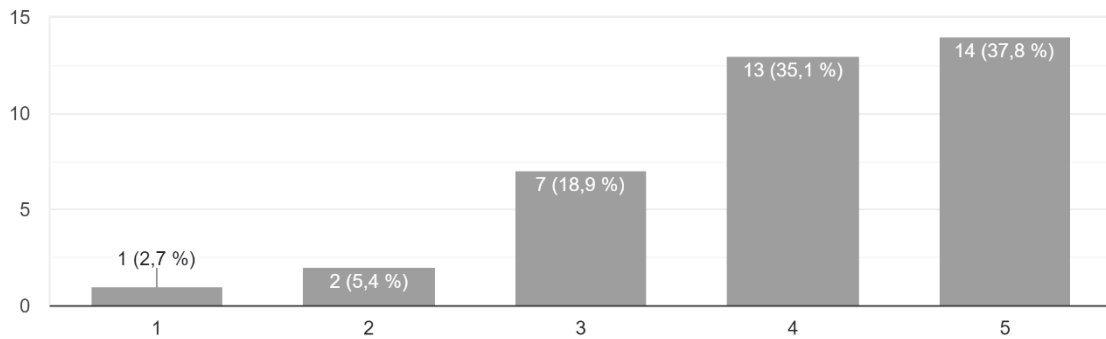
Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 22 se consultó si la institución y sus consumidores comparten información de forma transparente, frente a ella el 37,8% estuvo completamente de acuerdo y el 35,1% de acuerdo, mostrando que la base de las relaciones en estos lugares con el público son las que generan el valor agregado de la RSE.

22. Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente

22. Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente

37 respuestas

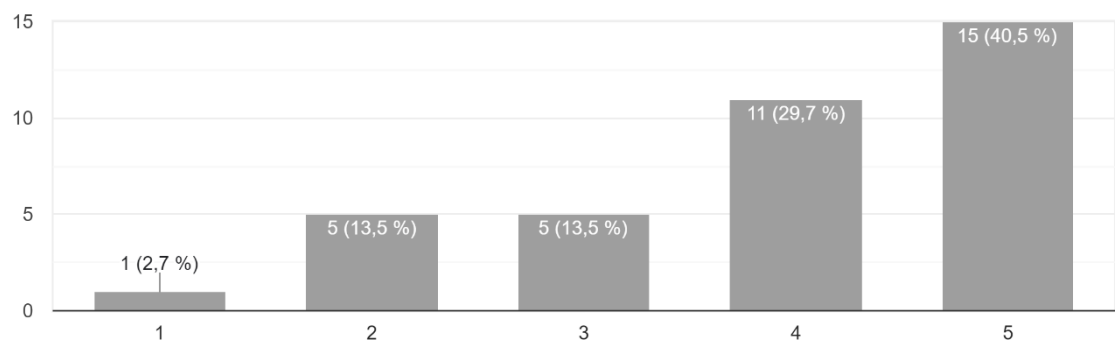


Fuente: Encuesta Google Forms.

La pregunta 23 era si la institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos con un 40,5% completamente de acuerdo y un 29,7% de acuerdo.

23. Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos

23. Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos
37 respuestas



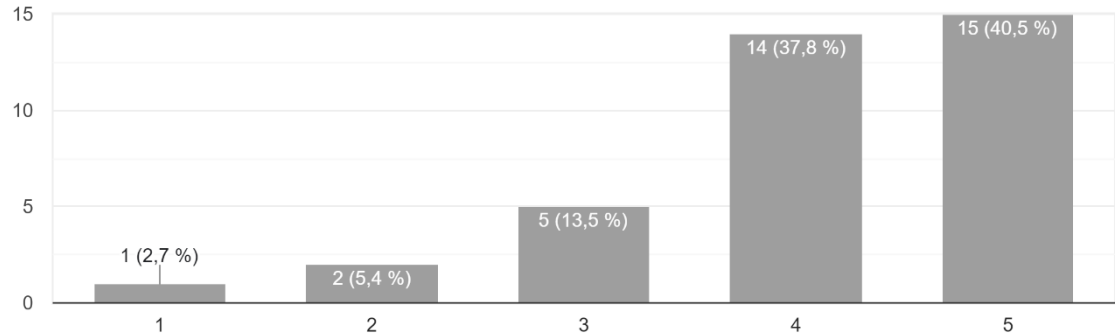
Fuente: Encuesta Google Forms.

En la pregunta 24 se consultó si la institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes, teniendo un 40,5% completamente de acuerdo y un 37,8% de acuerdo.

24. Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes

24. Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes

37 respuestas



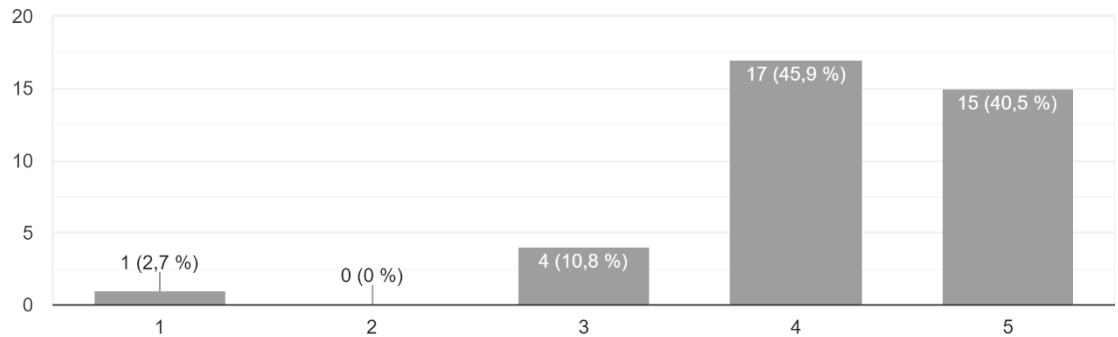
Fuente: Encuesta Google Forms.

La pregunta 25 consultó si la organización realiza actividades de cercanía a la comunidad, con un 40,5% completamente de acuerdo y un 4,9% de acuerdo.

25. Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad

25. Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad

37 respuestas



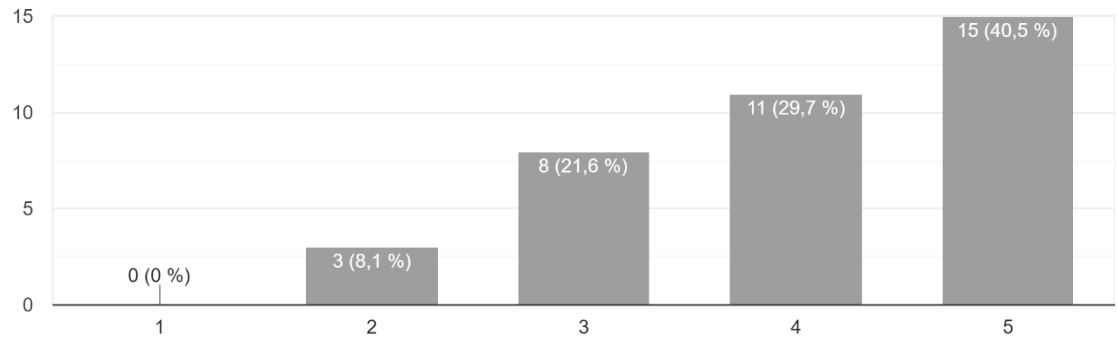
Fuente: Encuesta Google Forms.

La pregunta 26 consultó de la organización era parte de asociaciones locales, con un 40,5% completamente de acuerdo y un 29,7% de acuerdo.

26. Esta organización participa en asociaciones locales

26. Esta organización participa en asociaciones locales

37 respuestas



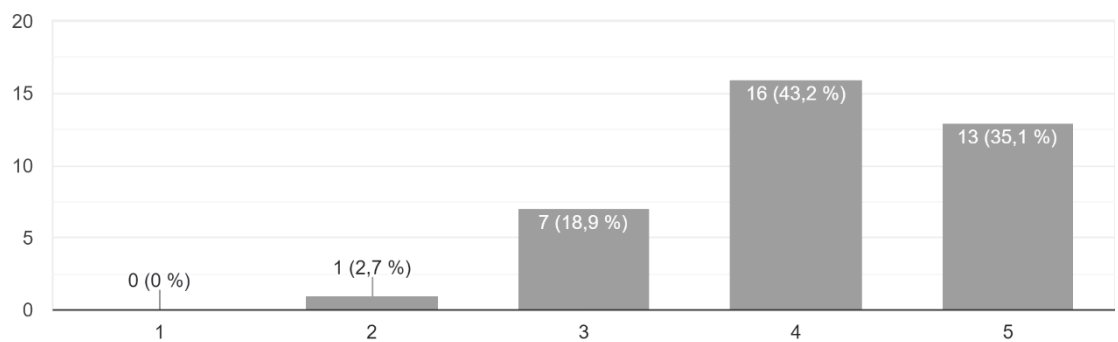
Fuente: Encuesta Google Forms.

La pregunta 27 consultó si la institución alerta y protege a los ciudadanos con un 35,1% completamente de acuerdo y un 43,2% de acuerdo.

27. Esta institución alerta y protege a los ciudadanos

27. Esta institución alerta y protege a los ciudadanos

37 respuestas



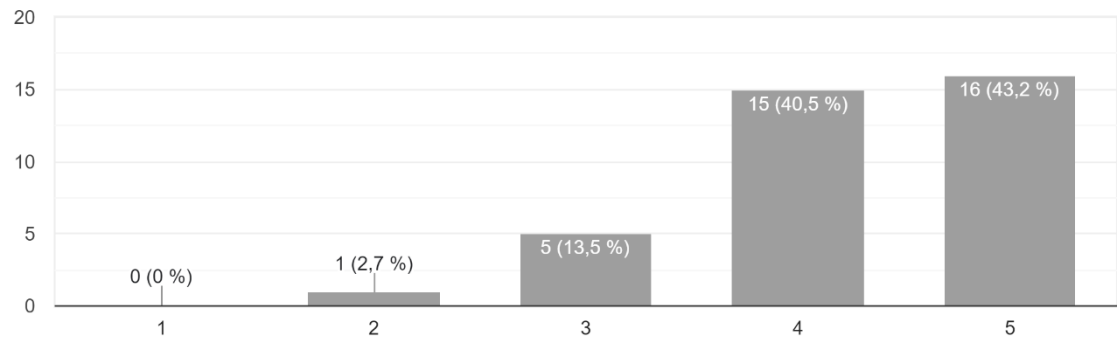
Fuente: Encuesta Google Forms.

Finalmente, la última pregunta consultó si la institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad, el 43,2% está completamente de acuerdo y el 40,% de acuerdo.

28. Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad

28. Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad

37 respuestas



Fuente: Encuesta Google Forms.

Frente a este cabe señalar que cuando la comunidad genera un visto bueno de la empresa y de lo que esta realiza, sus actividades tendrán valor agregado, permitiendo reconocimiento de esta y de sus trabajadores.

Teniendo en cuenta lo anterior puede evidenciarse como todas las respuestas presentaron una favorabilidad dominante, en la que los encuestados estaban de acuerdo o completamente de acuerdo con las afirmaciones, lo que permite inferir que los trabajadores de los call center desde las tres dimensiones de la RSE presentadas por Landázuri et al. (2018) desde lo económico, social y medioambiental tanto interna como externamente se trabaja para la mejora de las condiciones de los mismos empleados.

Finalmente cabe señalar que los trabajadores encuentran en la RSE de la organización un enfoque centrado en ellos, en cómo mejorar sus condiciones para garantizar que exista una mejor relación con el entorno, aceptando que son ellos quienes tienen la relación directa con el cliente, con los proveedores, con las empresas de la competencia, y que por ello el trabajo que se surta para garantizarles mejores condiciones es el que va a garantizar que la empresa se considere o no valiosa dentro de ese mercado.

Con estas respuestas se evidencia cuáles fueron las percepciones de los trabajadores respecto a las iniciativas de responsabilidad social de sus empleadores en el contexto de sus condiciones laborales a partir de los componentes de las condiciones laborales en los call centers de Manizales que los trabajadores asocian con la responsabilidad social empresarial. Esto es, la relación entre lo social, lo económico y lo ambiental desde una percepción interna en la cual los incentivos emocionales, en temas de dinero, en estudios ayudan a que los trabajadores evidencien cómo puede influirse en la sociedad desde estas organizaciones.

10. Conclusiones

Se cumplió con el objetivo principal del estudio, ya que se conocieron y describieron las percepciones de los trabajadores de los call center de Manizales en puestos intermedios acerca de las condiciones laborales que se presentaron en 2022 desde la Responsabilidad Social Empresarial. Frente a ello puede decirse que efectivamente la RSE desde sus tres dimensiones que son la económica, la social y la medioambiental influye en el beneficio de los trabajadores de los call center de Manizales.

De esta forma conocer la percepción interna de los empleados en torno a la cotidianidad que viven en sus puestos de trabajo permitió establecer una relación de cada uno de estos componentes o dimensiones frente a su realidad inmediata, siendo este la respuesta conjunta de estas personas que permitió un análisis más objetivo y complejo, en el cual pudo determinarse que las prácticas laborales de los call center de la ciudad de Manizales desde las condiciones de la ISO 26000 son positivas.

Se encuentra que frente a las relaciones laborales, las condiciones de trabajo y protección social, el diálogo social, la salud y la seguridad y el desarrollo humano y la formación en el lugar de trabajo hay porcentajes positivos de respuestas, ya que en ninguna se presentó un nivel regular o de insatisfacción que predominara, y por el contrario, los trabajadores reconocieron el esfuerzo que las empresas realizan en la RSE para generar un ambiente que si bien puede ser muy competitivo, también responde a las necesidades del entorno y busca potenciar su impacto en la ciudad.

Cabe resaltar que la alta presencia de call centers en la ciudad exige la realización de un estudio como el que se desarrolló ya que se establecen percepciones reales de los trabajadores que permiten la mejora del sector, la cual es necesaria en tanto es una fuente

de empleo grande en Manizales, y muchas personas laboran allí, por lo cual trabajar para potenciar la RSE va a permitir impactos positivos dentro y fuera de ellos.

Específicamente frente al trabajador y su percepción, como se centró este trabajo puede decirse que el enfoque de la RSE que se aplica es uno integral donde sus tres componentes se interrelacionan y no solamente prima una condición económica de incentivos, promociones, días de descanso, sino que el trabajador también valora el impacto que se genera en la sociedad de la que hace parte desde medidas ambientales como el reciclaje y las campañas de impacto social, lo que cumple con el primer objetivo específico al identificarse las estrategias de responsabilidad social empresarial implementadas en las condiciones laborales de los call centers de Manizales.

Frente al segundo y al tercer objetivo específicos cabe resaltar que se verificó una percepción de la relación entre las condiciones laborales y la responsabilidad social en los call center de Manizales a 2022 por parte de los trabajadores, quienes encuentran necesario continuar reforzando estas medidas para alcanzar mayores impactos en sus condiciones, que evidenciaron ser buenas y tenerlos conformes. Quienes, además, gracias a sus percepciones respecto a las iniciativas de responsabilidad social de sus empleadores en el contexto de sus condiciones laborales y de las condiciones que los call center les brindaban asociaron con la RSE.

Gracias a esto se puede señalar que el desarrollo de condiciones laborales justas y adecuadas para los trabajadores de los call center es lo que permite que ellos desarrollen el sentido de pertenencia hacia la entidad y puedan aprovechar las diferentes acciones e incentivos que existen para que ellos se desarrollen en todo su ser, no solo económicamente, sino que puedan estudiar, que tengan tiempo en familia, que puedan

aportar en diferentes actividades a la sociedad, lo cual dota de un valor humano a estos lugares, lo que atrae a más trabajadores.

Bajo estos resultados, puede decirse que la Responsabilidad Social Empresarial en torno a los ejes ambiental, económico y social en la visión del trabajador, y de acuerdo a la ISO 26000 se puede mostrar la relación entre la enseñanza al trabajador de las acciones que se realizan dentro y fuera de la organización, como el impacto que estas tienen. El no tener en cuenta a los trabajadores como personas que pueden transmitir el voz a voz y generar mayores impactos es negar parte de su función dentro de las empresas.

La dimensión laboral de los empleados hace que sean reconocidos como un grupo de interés interno que puede ser usado para garantizar la participación, el trabajo y el impacto de la RSE en la sociedad, como lo señalan Duque y Ortiz (2014). Se evidencia que este enfoque no se ha tenido en cuenta, y si bien no hay mayores discrepancias en las respuestas que estos presentan, si puede mostrarse cómo los empleados no están siendo completamente involucrados en las acciones que deben desempeñar.

La responsabilidad social en los call center trae implícito el relacionamiento con los trabajadores, ya que van a ser estos quienes garanticen su crecimiento y consolidación, si el empleado se siente parte de la organización y valorado, no se van a presentar los altos índices de rotación de personal, las afectaciones en los turnos, y la calidad del servicio que impacta directamente en la atracción de clientes y en la venta de los servicios que se estén ofreciendo, lo que a su vez repercute en el trabajo con las organizaciones de las que se sirve como intermediario y de los impactos económicos que estas decisiones generen.

De esta forma se está en una bola de nieve que evidencia como el trato al trabajador va a permitir o no el impacto en el crecimiento económico y del trabajo social y ambiental que impacte positivamente en la sociedad de la que se hace parte. De esta forma la

Responsabilidad Social Empresaria es un marco de actuación que permite a este tipo de empresas contribuir al desarrollo humano sostenible, esto es, a trabajar adecuadamente con este factor interno y externo para generar valores acordes con los objetivos, metas y agencias de trabajo que tenga el call center y que permitan su reconocimiento por parte de la sociedad.

El trabajo correcto permite definir objetivos y adoptar políticas de responsabilidad social según las prácticas en cada área de la empresa promoviendo un trabajo adecuado con el talento humano y la selección de personas correctas para el desarrollo de cada función, esto se alcanza con las capacitaciones internas, la verificación de Persiles, la promoción y oportunidades que se brinden a los trabajadores, que consolidan un crecimiento y reconocimiento dentro del sector y con los stakeholders interesados en este entorno.

Se evidencia entonces que los call center de Manizales están buscando ser reconocidas como empresas que aportan al desarrollo de sus trabajadores, ya que reconocen que este elemento permite el relacionamiento con los clientes y el crecimiento personal, además del profesional de quienes hacen parte de sus actividades económicas, lo cual brinda un desarrollo sostenible del lugar en el que se ubican porque promueven que el empleado se sienta cómodo y parte de la organización, además de presentar programas que impactan en la comunidad y en el compromiso de los colaboradores quienes desean aprender y valoran la organización.

Referencias

Alcaraz, D., Pacheco, R., Piedrahita, M y Vásquez, C. (2020). Análisis de la aplicación de la norma ISO 26000 en los años 2018-2019 de Almacén Éxito S.A. [Trabajo de grado de pregrado. Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio.

- Alea, G. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Revista Futuros V* (17).
- Alvarado, A & Walesska, M. (2008). Dimensionalidad De La Responsabilidad Social Empresarial Percibida Y Sus Efectos Sobre La Imagen Y La Reputación: Una Aproximación Desde El Modelo De Carroll. *Estudios Gerenciales* 24 (108), 37-59. [https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/S0123-5923\(08\)70043-3](https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/S0123-5923(08)70043-3).
- Alvarado, A., Bigné, E & Currás, F. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: Una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios gerenciales* 27 (118), 115-137.
- Arandia, F. (2021). Mejora organizacional enfocando la responsabilidad social empresarial, basada en el recurso humano de las organizaciones. *Oikos Polis*, 6(2), 126-151. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-22502021000200006&lng=es&tlng=es.
- Bermúdez-Colina y Mejías-Acosta. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, XXXIX (3), 315-325. <https://www.redalyc.org/journal/3604/360458817010/html/>
- Buitrago, P. (2021). Responsabilidad Social Empresarial: Una aproximación a su concepto, teorías y modelos. Universidad Santo Tomás. <http://hdl.handle.net/11634/34189>
- Cadena Puello, Yolanda. (2019). *Modelo de Responsabilidad Social Corporativa para las empresas del sector Business Process Outsourcing caso Majorel Bucaramanga SAS*. UNAB. <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7169>
- Cajiga, J. (2014). Información Institucional. *Revista de La Asociación Argentina de Derecho Administrativo* 14, 7–8. <https://doi.org/10.14409/aada.v0i14.4434>

- Calderón, G., Álvarez, C & Naranjovalencia, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 27 (118), 163-188. [https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/S0123-5923\(11\)70151-6](https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/S0123-5923(11)70151-6).
- Cancino, C & Morales, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Serie Documento Docente No. 1. Universidad de Chile, Facultad de Economía y Negocios.
- Cardona, D. (s.f). *La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias*. Universidad Libre.
- Castaño, A y Arias, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: Una revisión sistemática. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1-25. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8859>
- Cestagalli Vargas, Lizyizeth., Téllez Olaya, Heidi Nathalia., y Cuevas Rodríguez, Sandra. (2016). La responsabilidad social empresarial: una ventaja competitiva en empresas de cobranza y call center. *CRITERIOS - Cuadernos de Ciencias Jurídicas y Política Internacional* 9 (2), 107-127
- Claro. (2022). Informe de sostenibilidad 2022. <https://www2.claro.com.co/institucional/responsabilidad-social/>
- Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales* 26 (117), 119-130. [https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/S0123-5923\(10\)70137-6](https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/S0123-5923(10)70137-6).
- Drucker, P. (2000). *La Gerencia*. Buenos Aires: Ed. Ateneo.

- Dueñas, S., Perdomo-Ortiz, J y Villa, L. (2014). El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura. *Estudios Gerenciales*, 30 (132), 287-300.
- <https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/j.estger.2014.01.022>.
- Duque, Y., Cardona, M & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración* 29 (50), 196-206.
- Duque, Y & Ortiz, M. (2014). Responsabilidad social en la dimensión laboral: una aproximación desde las organizaciones advance adheridas al Pacto Global en Colombia. *Sotavento MBA* 24, 58-70.
- García Ortiz, Christian. (2013). La responsabilidad social empresarial y el papel de las empresas en la construcción de sociedad. *Suma de Negocios*, 4(1), 121-134.
- http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2013000100121&lng=en&tlng=es.
- Gilli, J. (2006). Responsabilidad Social. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 5(1), 1-18.
- <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935464004>
- Global Reporting Initiative (GRI). (s.f). La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje?
- <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-Starting-Points-2-G3.1.pdf>
- Guerra, A. (2007). *De la Responsabilidad Social Empresarial a la Ética en el Cambio Organizacional*. Compendio Revista de la Facultad de Administración y Contaduría de la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, volumen 10.

- Humedales Bogotá. (2022). Programas de responsabilidad social empresarial – RSE y Sostenibilidad para 2022. <https://humedalesbogota.com/2022/02/25/programas-de-responsabilidad-social-empresarial-rse-y-sostenibilidad-para-2022/>
- International Organization for Standardization (ISO). (2010). *ISO 26000 Social Responsibility*. www.iso.org/iso/social_responsibility
- Landázuri, Y., Hinojosa, A y Aguilar, N. (2018). Responsabilidad Social Empresarial: un instrumento para medir la implementación en las empresas del índice de sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. *REVISTA Ejemplo 1*, 19(48), 1-16. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/25210>
- León Guatame, Aida Ximena., Lombana Roa, Juan José., Haro Zea, Karla Liliana. (2020). Reconocimiento de responsabilidad social corporativa en el sector BPO en Colombia. En *Innovación en investigaciones sociales de posgrado*, Eds. Flores Rueda, I.C Tristan Monrroy, B.V. Sánchez Macías, A., 25-42. San Luis Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- López A., Ojeda, J., & Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20 (1), 36-46. <https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>.
- Mancilla, M & Saavedra, M. (2015). El gobierno corporativo y el comité de auditoría en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Contaduría y Administración*, 60 (2). 486-506. [https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/S0186-1042\(15\)30011-5](https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/S0186-1042(15)30011-5).
- Medina, L, Ramírez, J &Hernández, A. (2017). *Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)*. Universidad de Buenos Aires.

Nahuat Román, B., Rodríguez Vargas, M., & Gómez de la Fuente, M. (2021). Innovación, Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas. Investigación administrativa, 50(128), 1-18. <https://doi.org/10.35426/iav50n128.01>

Navarro, L. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. Sapienza Organizacional 3 (6), 167-186. <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/>

Pérez-Ordoñez, María del Coral, & Morales-Méndez, Jonathan David. (2011). Revisión de los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector salud en Colombia. Revista Cuidarte, 2(1), 206-215. <https://doi.org/10.15649/cuidarte.v2i1.59>

Percy, F & Reficco, E. (2015). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposición a pagar de consumidores bogotanos. Estudios Gerenciales, 31 (137), 373-382. <https://doi.proxymanizales.elogim.com/10.1016/j.estger.2015.10.001>.

Sierra, Sara. (2021). El rol de la responsabilidad social empresarial en el modelo de inclusión laboral para víctimas y desmovilizados del conflicto armado colombiano. Revista Universidad y Empresa, 23(40), 232-254. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9392>

Tinoco, U., Arango, L & Benavides, O. (2012). Evolución, aproximación al concepto y teorías de Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Panorama Económico* 20, 189-220. <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/344/297>

Valencia, Liliana. (2018). La responsabilidad social empresarial y su influencia en la administración ambiental. Universidad Santo Tomás, Colombia.

Vásquez, Diana. (2022). La Responsabilidad Social Empresarial y la calidad del servicio al cliente en las empresas de Call Center de los distritos de los Olivos y Breña 2021. Universidad Privada del Norte, Perú.