

Editorial

DESAFÍOS, RETOS Y ESTRATEGIAS FRENTE A LA COMPLEJA DINÁMICA DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

PhD. Francisco José Rodriguez Mejías

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3851-7614>

En una sociedad marcada por cambios cada vez más acelerados, el mundo empresarial está sometido a una dinámica de constantes transformaciones en sus relaciones con su entorno social y organizacional. Desde los estudios de Hackett, (1969)¹ hasta las propuestas más actuales como los de Jain y Rizvi. (2020),² la ciudadanía organizacional y la ciudadanía corporativa emergen como una herramienta esencial que no solo refleja la buena voluntad e integración de las empresas, respecto valores éticos, satisfacción laboral y reciprocidad organizacional; si no que apuntan a una cultura corporativa que propugna comportamientos de ciudadanía organizacional “que permite fomentar prácticas socialmente positivas, que mejoran la legitimidad de las organizaciones entre sus grupos de interés”³.

Estos comportamientos organizacionales influyen de forma determinante en la responsabilidad social de las empresas, pues más allá de la característica exigencia de rendimiento, productividad y compromiso organizacional, las empresas se enfocan cada día más en redimensionar y ampliar prácticas socialmente positivas, que mejoran la legitimidad de las organizaciones entre sus grupos de interés. Ello implica el uso de la filantropía (altruismo) y Marketing organizacional, la reputación, responsabilidad social empresarial y medioambiental, así como las prácticas sostenibles estimuladas por las presiones institucionales y / o de los denominados *stakeholders* o grupos de interés.

La revista Sapienza Organizacional surge como un espacio abierto a la investigación científica que procura adecuar a las organizaciones a la dinámica de cambios e innovaciones, producto

¹ Hackett, J.T. (1969). Corporate citizenship—Resolution of a dilemma. *Business. Horizon.* 1969, 12, Issue 5, October 1969, Pages 69-74, en: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(69\)90044-5](https://doi.org/10.1016/0007-6813(69)90044-5)

² Jain N. J.; and Rizvi I. A. (2020). Impact of Corporate Citizenship on Organizational Citizenship Behavior of Managers: A Study from Selected Indian Banks, *Global Business Review* 21(1) 294–311, 2020 in.sagepub.com/journals-permissions-India DOI: [10.1177/0972150917749289](https://doi.org/10.1177/0972150917749289) journals.sagepub.com/home/gbr

³ Garzón Castrilló, M.A. (2022). La Ciudadanía Corporativa (CC) y el Comportamiento de Ciudadanía Organizacional (COO). Grupo de Investigación FIDEE Fundación para la Investigación y el Desarrollo Educativo Empresarial Barranquilla, Colombia, Sur América. Pág. 15. En: <https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/771/864>

de la transformación digital y social de un mundo globalizado. Integrar el ámbito empresarial a esta dinámica, implica la instauración de un modelo de negocio que atienda a una multiplicidad de necesidades, preocupaciones sociales, ambientales, humanas y tecnológicas. Las diversas propuestas que acoge este número 26 de la revista, plantea diez artículos de investigación que contribuyen de manera significativa a abordar el fascinante y complejo mundo de las organizaciones. Un interesante aporte literario de diversos autores nacionales e internacionales que plantean desafíos éticos, sociales, digitales y organizacionales ante un futuro sostenible y equitativo.

El primer artículo escrito por Paz Marcano, Annherys; titulado: “**Responsabilidad social empresarial como aliado estratégico en el sector construcción: construyendo con propósito y valor social**”. Propone el estudio de la Responsabilidad Social de las empresas (RSE) como aliado estratégico en los actores privados del sector de la construcción, abordando un enfoque cuantitativo y descriptivo, logrando determinar que en el campo de dicho sector, más allá de lo económico, la filantropía en la responsabilidad social de las empresas, como modelo de negocio, permite la integración de las preocupaciones sociales y ambientales en sus interacciones con las partes interesadas, ello crea condiciones que favorecen “la integralidad de la empresa con la comunidad, estableciendo un ecosistema responsable, donde intervienen los diversos grupos de interés tanto dentro como fuera de la misión de la empresa, para aportar al entorno donde ejerce su actividad económica”⁴. concluyendo que la implementación de estas estrategias, contribuyen a mejorar la calidad de vida, fortalecen la imagen corporativa e incrementan la competitividad empresarial en un contexto globalizado.

El segundo artículo, escrito por Pinto Aragón, Hilber “**Impacto de la prestación del servicio de energía en la sostenibilidad empresarial de las MIPYMES**” se enfoca en el estudio del impacto de la prestación del servicio eléctrico y la sostenibilidad empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes). Esta investigación de campo. Debela como las MiPymes a nivel local enfrentan significativas limitaciones en productividad, competitividad y sostenibilidad por las deficiencias en el servicio eléctrico. Lo que debilita su capacidad operativa y financiera, con implicancias en su entorno; disminución en el empleo, pérdidas económicas y un impacto negativo en la estabilidad del tejido empresarial.

En este tercer artículo, escrito por Nava de La Cruz, Thania Jeannet y Müller-Pérez, Jessica; titulado “**Marketing Social Sustentable como Estrategia para Incrementar la Vacunación contra Sarampión e Influenza en México**”. Propone el estudio de la mercadotecnia social como un mecanismo apto para establecer fórmulas de prevención eficaz. Se estudia su impacto en la promoción y aplicación de vacunas como el sarampión e influenza en niños no vacunados en México. De su contenido destaca la importancia del uso de estrategias de marketing social para influir en la prevención de dicha enfermedad y sus complicaciones, advirtiendo que la difusión de información sobre los beneficios de vacunación, confronta barreras u obstáculos sociales y culturales que minimizan o reducen su impacto.

El cuarto artículo, escrito por Guerra Seijas, Hermes Francisco, titulado: “**Globalización y ética.”Un estudio comprensivo sobre la ética de la gerencia creativa en un mundo globalizado**”. Se desarrolla en el contexto de integración mundial, la ética y la responsabilidad social. Plantea un estudio de sus elementos esenciales, bajo un compendio de bases teóricas, e históricas haciendo un recorrido reflexivo y filosófico de sus concepciones y características como fenómeno multidimensional. Esto busca interpretar este binomio desde la comprensión sobre la ética de gerencia creativa de un mundo globalizado permitiendo el conocimiento de una nueva ética en la gerencia creativa.

El quinto artículo escrito por Hernández Araujo, Rossana Elena, titulado: “**Posthumanismo y**

⁴ Botero Botero, L. F., (2009). Responsabilidad social empresarial en el sector de la construcción. AD-ministro, (14), 105-123. versión impresa ISSN: 1692-0279. En: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322327244005>

organizaciones: **El desafío de la condición humana y la construcción de un nuevo marco ético y epistemológico en la era tecnológica.** El autor desarrolla un enfoque crítico, reflexivo y ético sobre las implicancias de cuestionar la centralidad del ser humano como fundamento de la realidad. “La modernidad nos traspone a un mundo construido más allá de los postulados humanistas, con seres que traspasan los límites biológicos que son propios de nuestra naturaleza humana”⁵. El presente artículo da aportes significativos sobre el estudio de los dilemas éticos del posthumanismo, partiendo de la concepción tradicional de la humanidad y su transición al posthumanismo como nuevo paradigma en la investigación. Otro aporte relevante es el análisis sobre posthumanismo frente a las organizaciones lo que invita a los actores privados a adoptar estrategias disruptivas que permitan nuevas formas de relacionarse entre sí y con el mundo contemporáneo inmerso en las tecnologías.

El sexto artículo escrito por Manzo Z., Julio G.; titulado: **“De la verdad de la fuerza a la verdad de la atención; una mirada a la evolución epistemológica de los validadores de verdad, desde la antigüedad hasta nuestros días”**. Abriga un estudio sobre la validación de la verdad en la postmodernidad y su impacto en las tecnologías digitales y redes sociales a nivel global. En la actualidad Las plataformas ofrecen oportunidades sin precedentes para la divulgación científica y el debate público, pero también se han convertido en un caldo de cultivo para la desinformación y la polarización. Los patrones de atención en las redes sociales son dinámicos e interactivo, no obstante, la capacidad de un argumento para viralizarse y captar el interés público no siempre va de la mano de información veraz o científica, desdibujando la validación objetiva. De allí la necesidad construir consensos y dogmas en pro de restaurar la legitimidad institucional y el impulsar desarrollo social.

El séptimo artículo escrito por Pino Valbuena, Cristian J. Y Melean Brito, Jorge E, titulado: **“Evolución, individuo y organización: Una visión crítica e integradora de la condición humana.”** Aborda el estudio del proceso evolutivo del ser humano y su interacción con la biología, cultura, individuo y sociedad; mediante un estudio crítico y reflexivo frente a los constantes procesos de transformación a que ha sido sometido, cada vez más conexa a las tecnologías disruptivas y la conectividad global que afecta profundamente la manera en que interactuamos y colaboramos como sociedad.

El octavo artículo escrito por Rodríguez Coronel, Lunes; Aranguren Álvarez Williams y Rísquez Clemente, Franz; titulado: **“Ciudades inteligentes y sostenibilidad, una perspectiva gerencial desde lo social y lo urbanístico.”** Refiere a las ciudades inteligentes (*smart city*) y la sostenibilidad como una propuesta innovadora del siglo XXI. La combinación de tecnología y sostenibilidad busca crear entornos urbanos más habitables y resilientes. La implementación de estos modelos requiere la comprensión de la problemática gerencial de la ciudad en el contexto social y urbanístico. La presente investigación procura el estudio de elementos esenciales de *smart city*, como puntos cardinales para su implementación, para ello se requiere enfrentar varios desafíos entre lo que destaca la capacidad de gestión gerencial de sus recursos, minimizando los impactos ambientales con un sentido social.

El noveno artículo escrito por Araujo Daza, Danilo Rafael y Araujo Valle, Daniel Camilo, titulado **“El Consejo Comunal como plataforma de articulación y empoderamiento ciudadano en el distrito especial de Riohacha.”** El turismo y el desarrollo cultural es una actividad económica de interés nacional de los Estados y prioritario para el desarrollo social. A través del rol protagónico de los Consejos Comunales, se busca crear espacios de diálogo con las instituciones Estatales que permitan amalgamar estrategias integrales de desarrollo socio-productivo armónico, inclusivo, diversificado y sustentable para potenciar y fortalecer el turismo social y el desarrollo cultural comunitario. El presente artículo analiza el papel del consejo comunal como articulación social y de empoderamiento en el distrito especial, turístico y cultural de Rioacha. Este interesante artículo aborda la importancia de los espacios de participación comunitaria y su interacción frente a los entes gubernamentales; y cómo bajo esta figura de representación social, se fortalecen los canales

de representatividad comunitaria, permitiendo una gobernanza participativa y transparente frente al empoderamiento ciudadano ante sus necesidades.

El décimo artículo escrito por Morillo M., Marysela C., titulado: “[Elementos para la reactivación del turismo](#)” En la actualidad, el turismo se ha convertido en una de las industrias económicas más importantes y lucrativas del mundo. No obstante, bajo ese aparente éxito y beneficio económico, se oculta una realidad compleja y multifacética que merece ser examinada en profundidad. El presente artículo da cuenta de la problemática turística en zonas deprimidas o vulnerables en América Latina y España; enfocándose al estudio del diseño de políticas públicas y de gobernanza en materia de turismo; identificando y armonizando los elementos claves para su reactivación, examinando los planes exitosos existentes, con ello persigue lograr el posicionamiento del destino en el mercado bajo pautas de ordenación, promoción y planificación del turismo, en asociación con los diversos actores económicos, instancias públicas y actores privados.

Al trasluz de lo planteado, se concluye que la Responsabilidad Social de las empresas (RSE) a nivel global, ha enfocado su atención en una dinámica de cambios y transformaciones constantes que promueven alianzas estratégicas entre los actores privados, las comunidades y sus instituciones en procura del bien común colectivo. Las posturas tradicionales orientadas y dinamizadas solo a aumentar la producción, han sido superadas y redirigidas en igual dimensión al bienestar de la sociedad en general, pregonando, la calidad de vida, protección al medio ambiente y al bien común. Ello implica redimensionar la teoría de gestión empresarial, bajo una filosofía que reconoce la importancia de todos los grupos que interactúan con una organización.

REFERENCIAS

Botero Botero, L. F., (2009). Responsabilidad social empresarial en el sector de la construcción. AD-ministro, (14),105-123. [fecha de Consulta 12 de Noviembre de 2025]. versión impresa ISSN: 1692-0279 Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322327244005>

Castillo, R. (2025). ¿De la humanidad al posthumanismo?: la digitalización en las empresas, personas y sociedad. Revista de estudios gerenciales y de las organizaciones. 2025, 9(18), 195-204.

Chavarría Alfaro, G. (2015). El posthumanismo y los cambios en la identidad humana. Revista Reflexiones, 94(1), 97-107. Consultado el 08 de noviembre de 2025. En http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-28592015000100097&lng=en&tlng=es

Cabarcas Baena, M.(2024) Ciudades inteligentes y su importancia dentro del Desarrollo Sostenible ¿Tenemos alguna en Colombia?. Teknos Revista Científica, ISSN 1900-7388, ISSN-e 2539-2190, Vol. 24, Nº. 1, 2024 (Ejemplar dedicado a: Vol. 24 No. 1 | Julio de 2024), págs. 37-47. En: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9826616#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20de%20las%20Naciones%20Unidas%2C%20ONU%20dentro,Comunicaci%C3%B3n%20TICs%29%2C%20garanticen%20comunidades%20resilientes%2C%20inclusivas%20y%20sostenibles.>

Domínguez Díaz. A. (2021). Empresas constructoras y responsabilidad social corporativa: ¿es posible? Trascender contab. gest. vol.5 no.15 Hermosillo sep./dic. 2020 Epub 22-Nov-2021. En https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-63882020000300066#aff1

Garzón Castrilló, M. A. (2022). La Ciudadanía Corporativa (CC) y el Comportamiento de Ciudadanía Organizacional (CCO). Grupo de Investigación FIDEE Fundación para la Investigación y el Desarrollo Educativo Empresarial Barranquilla, Colombia, Sur América. Pág. 15. En: <https://>

visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/771/864

Hackett, J.T. (1969). Corporate citizenship—Resolution of a dilemma. *Business. Horizon.* 1969, 12, Issue 5, October 1969, Pages 69-74, en: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(69\)90044-5](https://doi.org/10.1016/0007-6813(69)90044-5)

Jain N. J.; and Rizvi I. A. (2020). Impact of Corporate Citizenship on Organizational Citizenship Behavior of Managers: A Study from Selected Indian Banks, *Global Business Review* 21(1) 294–311, 2020 in.sagepub.com/journals-permissions-India DOI: [10.1177/0972150917749289](https://doi.org/10.1177/0972150917749289) journals.sagepub.com/home/gbr