



RELACIONES DE CONFIANZA PARA LA CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

*Relationships of trust for the consolidation of corporate social
responsibility*

Marilyn Briceño Portillo

Universidad Valle del Momboy (UVM), Venezuela.

bricenom@uvm.edu.ve

<https://orcid.org/0009-0001-5035-7118>

Cómo Citar: Briceño, M. (2024). Relaciones de confianza para la consolidación de responsabilidad social empresarial. *Momboy* (21), 22-33. <https://doi.org/10.70219/mby-212024-364>

RESUMEN

En el contexto del desarrollo humano sustentable, se destaca el capital social como una de las dimensiones relacionada con el compromiso de las personas a realizar esfuerzos compartidos en torno a objetivos comunes, en este escenario el propósito de la investigación se orientó a estudiar un elemento clave del capital social, la confianza, como factor integrador de acciones en el marco de la responsabilidad social, para esto, se consideró como caso de estudio una Institución Educativa denominada Colegio Santo Cristo. La ruta metodológica estuvo determinada con un enfoque cuantitativo, donde a partir de un diseño descriptivo, no experimental, se contempló la aplicación de un cuestionario de escala tipo Lickert, a una población de veinte miembros de dicho plantel. Se pudo entonces determinar que existen debilidades al contemplar la confianza entre sus miembros así como la reciprocidad entre compañeros de trabajo, del mismo modo, los resultados no son propicios para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial por lo que se realizaron algunas recomendaciones con miras a reforzar estas relaciones, las cuales a su vez propicien un contexto para la realización de acciones socialmente responsables.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, Capital Social, Confianza, Comunicación, Cooperación.

ABSTRACT

Within the context of sustainable human development, social capital stands out as a dimension related to people's commitment to making shared efforts towards common goals. In this scenario, the purpose of this research was to study a key element of social

Recibido	Revisado	Aceptado
15/04/2024	28/06/2024	01/06/2024



capital, trust, as an integrating factor of actions within the framework of social responsibility. For this purpose, an educational institution called Colegio Santo Cristo was considered as a case study. The methodological route was determined with a quantitative approach, where, based on a descriptive, non-experimental design, the application of a Likert-type scale questionnaire to a population of twenty members of said institution was contemplated. It was then possible to determine that there are weaknesses when considering trust among its members as well as reciprocity among coworkers. Likewise, the results are not conducive to the consolidation of Corporate Social Responsibility, so some recommendations were made with a view to strengthening these relationships, which in turn would foster a context for carrying out socially responsible actions.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Social Capital, Trust, Communication, Cooperation.

Introducción

El capital social, se refiere desde la propuesta de Putnam (1993) “a las características de la organización social como redes, normas y confianza social que facilitan la coordinación y la cooperación para beneficio mutuo” (p.2). Se pone de manifiesto entonces elementos de cooperación entre personas, con el estrechamiento de interacciones denotadas por normas de convivencia y reciprocidad.

En estos términos se concibe la dimensión estructural basada en las relaciones sociales, así como una dimensión cognitiva, referidas a la confianza que se desarrolla a partir de la dinámica de interacción entre los actores sociales. Ahora bien, este estudio apunta a un diagnóstico del comportamiento humano desde un punto de vista de seguridad en el accionar de las personas partiendo que en cualquier tipo de organización, es fundamental lograr una colaboración efectiva entre sus miembros sobre la base de la confianza, como uno de los pilares fundamentales, en concordancia con Molero (2016), la confianza en el grupo se fortalece cuando existe un control interno y los miembros perciben que sus expectativas individuales son cubiertas gracias al reconocimiento y fiabilidad del capital social del grupo.

En este sentido, se puede inferir en un contexto organizacional un compromiso con la sociedad, construyendo relaciones de confianza con todos sus grupos de interés, por lo que se destaca la postura de Coleman (1990) Todos los fenómenos sociales pueden ser descompuestos y explicados en términos de las acciones, creencias y deseos de los individuos que los componen revelando desde esta perspectiva, que las instituciones marcan su actuación a partir del comportamiento y las relaciones de quienes forman parte de ellas.

En el mismo orden de ideas, se contemplan los valores como la comunicación y la cooperación como factores de competitividad y posicionamiento, esbozando la responsabilidad social como una labor ineludible de toda organización, que se encuentra estrechamente vinculada con el desarrollo humano sostenible al ser un compromiso activo que las organizaciones asumen para contribuir al bienestar de la sociedad y el cuidado del medio ambiente. Al integrar prácticas sostenibles en sus operaciones, las empresas trascienden su rol económico y se convierten en agentes de cambio positivo. Esta filosofía empresarial reconoce que el éxito de una compañía está intrínsecamente ligado al progreso de las comunidades en las que opera y al equilibrio de los ecosistemas planetarios.

La responsabilidad social empresarial ha cobrado relevancia en los últimos años, pero su implementación efectiva requiere de un entorno donde el social facilita la cooperación, cumpliendo un rol fundamental en la construcción de sociedades más justas y sostenibles, sin embargo, la falta de confianza y la fragmentación social pueden obstaculizar el desarrollo del capital social y, por ende, la consolidación de prácticas en este contexto.

Las instituciones educativas, por su parte, requieren formar ciudadanos comprometidos con el bienestar común, fomentando la responsabilidad social sin descuidar su misión formativa. Es por ello que se supone deba existir una integración de todos los grupos de interés de la organización, definidos por Guédez (2006) como el conjunto de personas y grupos que establecen relaciones de influencia mutua con una organización.

Son las propias personas que llevan a cabo las labores organizacionales y por ende, las relaciones entre ellas determinaran en gran medida los resultados alcanzables por las instituciones, por esta razón los seres humanos finalmente ponen en marcha la gestión organizacional, al respecto indica Cortina (2010) que existe una tendencia innata en las personas a mostrar comportamientos pro sociales, caracterizados por la ayuda mutua, la empatía y el sentido de justicia, con predisposición humana a colaborar y cuidar de los demás lo cual constituye un rasgo evolutivo que se manifiesta en diversos actos de altruismo y solidaridad. Es en torno a este escenario, cómo se vislumbra la confianza como elemento para consolidar todo tipo de actividades, incluyendo las acciones socialmente responsables.

En este orden de ideas, este estudio se centró en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, ubicado en el Estado Táchira, Venezuela, donde las relaciones deben establecerse entre todos los involucrados con la institución. Considerando la importancia de la colaboración y el compromiso mutuo en proyectos sociales, se justifica la necesidad de investigar las dinámicas de confianza dentro de la comunidad educativa ya que de acuerdo con Ostrom y Ahn (2003), la cooperación, la reciprocidad, la reputación y la confianza son conceptos interrelacionados que constituyen una base para fomentar una cultura de responsabilidad social que genere beneficios duraderos para todos los involucrados, priorizando el respeto por la dignidad humana, con ello, la institución contribuye al bienestar social, fortaleciendo a su vez la imagen institucional y creando un ambiente de trabajo colaborativo y participativo.

En consecuencia de lo descrito anteriormente, el estudio tuvo como propósito estudiar las relaciones de confianza así como las dimensiones éticas y filantrópicas de la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

Confianza como factor clave para la responsabilidad social empresarial

En un sentido amplio, el capital social, de acuerdo con Forni et al. (2004), “se basa explícitamente en el intercambio de favores entre individuos que forman parte de una misma estructura social” (p.3). En esta investigación se abordarán los elementos del capital social partiendo de la premisa que es fundamental lograr una colaboración efectiva entre los miembros de una organización, explica Molero (2016) que esto permitirá que los valores de confianza, solidaridad, reciprocidad, cooperación y generosidad sean cultivados por todos los individuos involucrados, con miras hacia un desarrollo sostenible

que abarca a todos los sectores de manera responsable, beneficiando tanto a los miembros de la empresa como a la comunidad y la sociedad en general.

Dentro del contexto del capital social, las relaciones de confianza se consideran un indicador clave de la calidad y el nivel de capital social presente en una determinada comunidad o grupo. En concordancia con lo expuesto de forma previa, expone Nooteboom (2010) “la confianza es la base y el resultado de la interacción entre las personas. Tiene fundamentos institucionales impersonales y fundamentos personales” (p.131). Se destaca en este orden de ideas, la importancia de fomentar la confianza entre el personal de las organizaciones para que estos puedan convertirse en verdaderos colaboradores en las causas comunes generando reciprocidad y beneficios mutuos contribuyendo al fortalecimiento del tejido social.

En el mismo orden de ideas, al contemplar la responsabilidad social empresarial como un compromiso con el entorno, Rueda (2017), expone que las empresas socialmente responsables no se limitan a cumplir con las leyes, sino que adoptan un papel activo en la creación de un futuro más sostenible, No obstante, su abordaje desde el punto de vista de la labor responsable de las instituciones educativas, éstas se comprometen a la formación de ciudadanos con una mirada al servicio así como al bienestar común, capaces de transformar su entorno donde se potencia con el capital social de la institución.

Se puede distinguir una dimensión ética de la responsabilidad social, en la cual, con base en lo presentado por Nuñez (2003), es fundamental que los valores y principios de una empresa estén alineados no solo con sus actores internos, sino también con las expectativas y valores de la sociedad en general, donde la construcción de relaciones sólidas y duraderas con todos los grupos de interés se basa en compartir esos valores y principios comunes.

En consecuencia a lo antes descrito, desde un punto de vista de relaciones personales hacia la sociedad, se aborda además una dimensión filantrópica, vista desde la perspectiva de Barragán et al. (2022), al llevar a cabo acciones altruistas, como la caridad, las empresas no solo contribuyen al bienestar de la sociedad, sino que también fortalecen su reputación y competitividad. Esta sinergia entre lo ético y lo económico demuestra que invertir en el bien común puede generar un valor social significativo, donde se hace necesario propiciar una atmósfera de confianza de las redes de cooperación para alcanzar metas colectivas.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un diseño de investigación a través de un análisis cuantitativo, con diseño campo. La población estuvo integrada por 20 educadores del Colegio Santo Cristo, los cuales representan el total de la plantilla docente, por lo que se concibe una muestra censal a la cual se aplicó una encuesta, cuyo instrumento fue un cuestionario, validado a través del juicio de expertos, cuya confiabilidad fue estuvo representada por un coeficiente de Crombach de 0.70, realizando un análisis porcentual de los resultados a través de la estadística descriptiva para generar conclusiones al respecto de propósito del estudio.

Resultados de la investigación.

Para estudiar la dinámica del capital desde la perspectiva de la confianza y la reciprocidad entre los grupos de interés del caso de estudio, se abordaron como indicadores: la empatía, la comunicación y finalmente la cooperación.

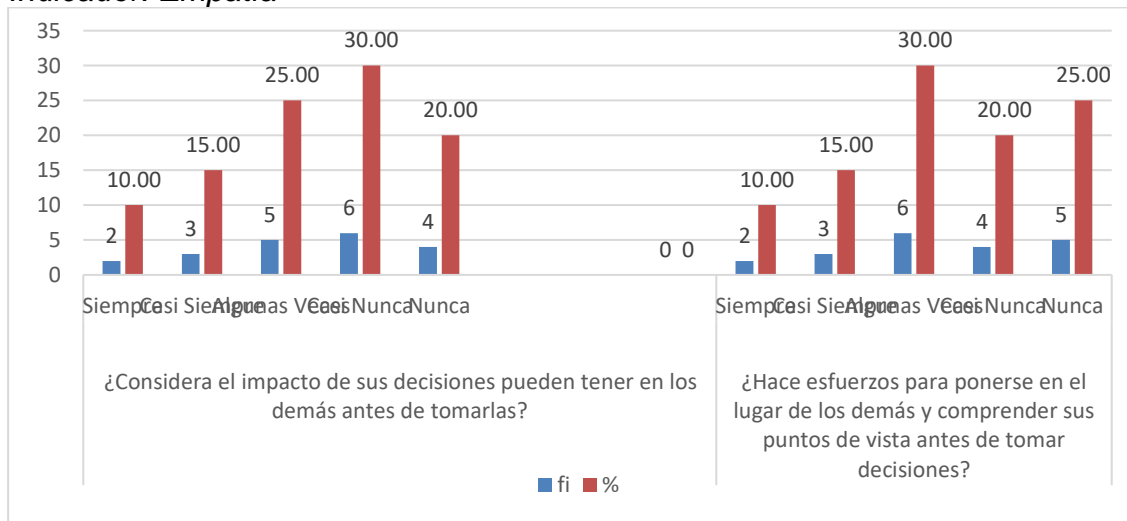
Tabla 1.
Indicador: Empatía

Alternativas	¿Considera el impacto de sus decisiones pueden tener en los demás antes de tomarlas?		¿Hace esfuerzos para ponerse en el lugar de los demás y comprender sus puntos de vista antes de tomar decisiones?	
	fi	%	fi	%
Siempre	2	10,00	2	10,00
Casi Siempre	3	15,00	3	15,00
Algunas Veces	5	25,00	6	30,00
Casi Nunca	6	30,00	4	20,00
Nunca	4	20,00	5	25,00
TOTAL	20	100	20	100

Nota: Tabla de Frecuencias para el indicador: Empatía.

Figura 1.
Indicador: Empatía

26



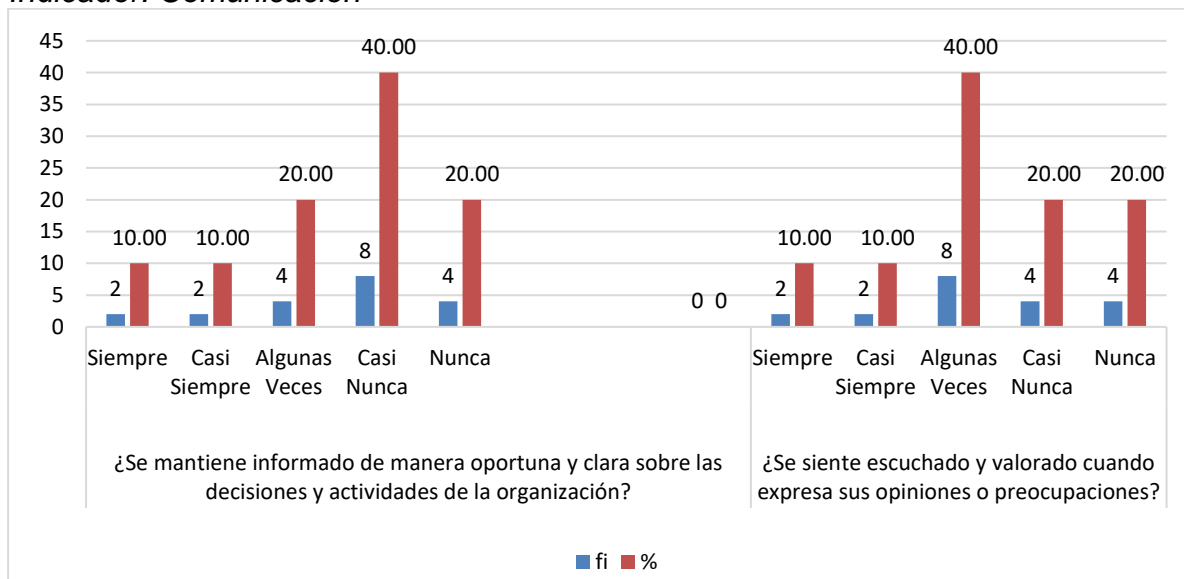
Los resultados revelan una desconexión entre las decisiones organizacionales y el bienestar del personal. El hecho de que la mitad de los empleados se sienta excluido de la toma de decisiones indica una clara necesidad de humanizar las prácticas de gestión más centradas en las personas, donde se valore y se tenga en cuenta la opinión de todos los empleados. Los hallazgos antes descritos contrastan con la postura de Nootebom (2010) “uno debe prestar atención y preocuparse por el otro, y aceptar que sus intereses son legítimos” (p.129).

Tabla 2.
Indicador: Comunicación.

Alternativas	¿Se mantiene informado de manera oportuna y clara sobre las decisiones y actividades de la organización?		¿Se siente escuchado y valorado cuando expresa sus opiniones o preocupaciones?	
	fi	%	fi	%
Siempre	2	10,00	2	10,00
Casi Siempre	2	10,00	2	10,00
Algunas Veces	4	20,00	8	40,00
Casi Nunca	8	40,00	4	20,00
Nunca	4	20,00	4	20,00
TOTAL	20	100	20	100

Nota: Tabla de Frecuencias para el indicador: Comunicación.

Figura 2.
Indicador: Comunicación



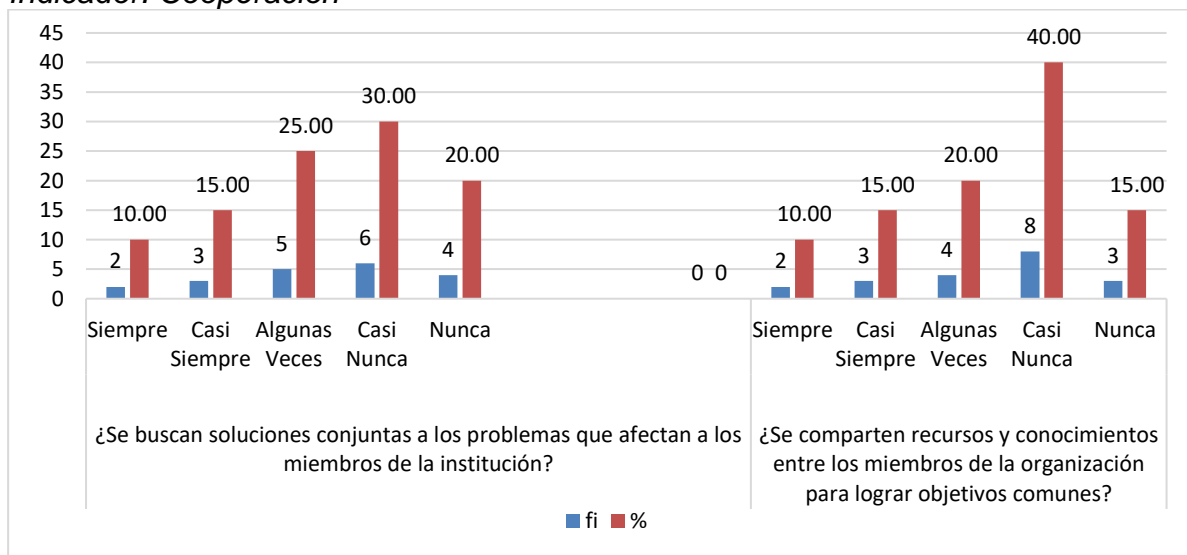
Los resultados del análisis de la comunicación interna evidencian una notable falta de transparencia en la organización. Un porcentaje significativo de los empleados encuestados (40%) afirmó no estar debidamente informado sobre las decisiones institucionales, mientras que otro 40% siente que sus opiniones no son valoradas. Esta situación genera una brecha comunicacional que mina la confianza y el compromiso del personal, contraviniendo la premisa de que una comunicación abierta es fundamental para el éxito organizacional, concordancia con Aguerre (2011), no solo se deben identificar las conexiones que conforman una red, sino que también es esencial distinguir entre las acciones comunicativas que buscan influir en el comportamiento.

Tabla 3.
Indicador: Cooperación

Alternativas	¿Se buscan soluciones conjuntas a los problemas que afectan a los miembros de la institución?		¿Se comparten recursos y conocimientos entre los miembros de la organización para lograr objetivos comunes?	
	fi	%	fi	%
Siempre	2	10,00	2	10,00
Casi Siempre	3	15,00	3	15,00
Algunas Veces	5	25,00	4	20,00
Casi Nunca	6	30,00	8	40,00
Nunca	4	20,00	3	15,00
TOTAL	20	100	20	100

Nota: Tabla de Frecuencias para el indicador: Cooperación.

Figura 3.
Indicador: Cooperación



En relación a la cooperación, se evidencia la mayoría de respuestas vinculadas con la búsqueda de soluciones conjuntas a los problemas que afectan a los miembros de la institución, inclinadas hacia las respuestas algunas veces con un 25%, casi nunca con un 30% y nunca con un 20% nunca, en cuanto a participación conjunta. Los resultados muestran una notable falta de colaboración entre los miembros de la institución.

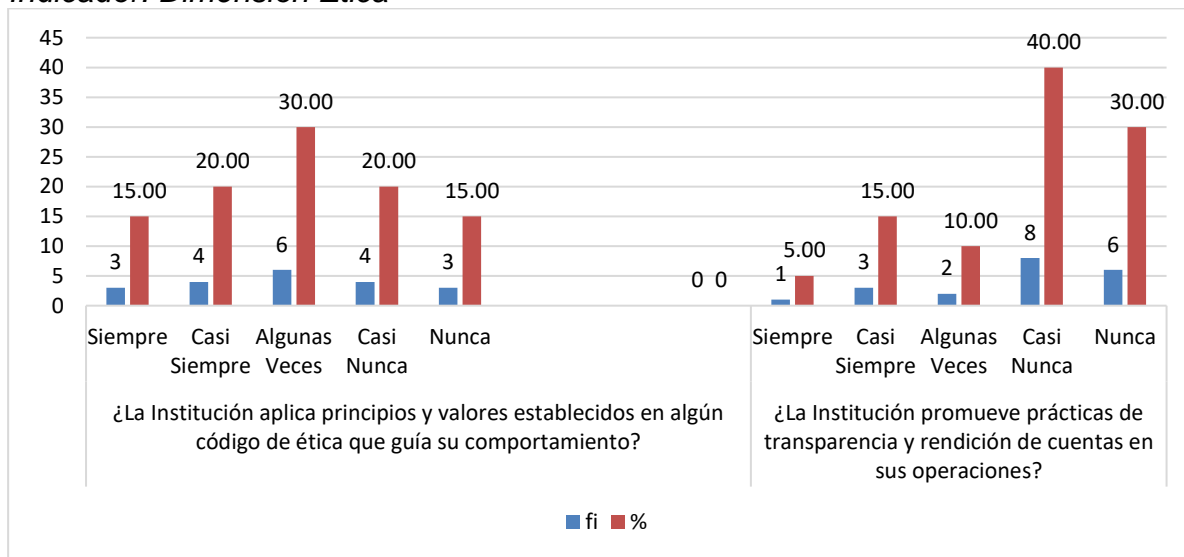
Un preocupante 40% de los encuestados indicó que rara vez comparten recursos o conocimientos para alcanzar objetivos comunes. Esto evidencia una brecha significativa en el trabajo en equipo, lo que dificulta encontrar soluciones conjuntas a los problemas que enfrenta la organización, así como lo plantea Gordillo (2023), la confianza se gana actuando con solidaridad y fomentando que los demás hagan lo mismo, es por ello que se debe afianzar las relaciones de confianza en la E.U Santo Cristo para con ello establecer y alcanzar metas comunes en el marco del bien colectivo. Por su parte, al

analizar los resultados para la responsabilidad social de la U. E. Santo Cristo, se consideraron las dimensiones ética y filantrópica, vinculadas directamente con los valores personales.

Tabla 4.
Indicador: Dimensión Ética

Alternativas	¿La Institución aplica principios y valores establecidos en algún código de ética que guía su comportamiento?		¿La Institución promueve prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones?	
	fi	%	fi	%
Siempre	3	15,00	1	5,00
Casi Siempre	4	20,00	3	15,00
Algunas Veces	6	30,00	2	10,00
Casi Nunca	4	20,00	8	40,00
Nunca	3	15,00	6	30,00
TOTAL	20	100	20	100

Figura 4.
Indicador: Dimensión Ética

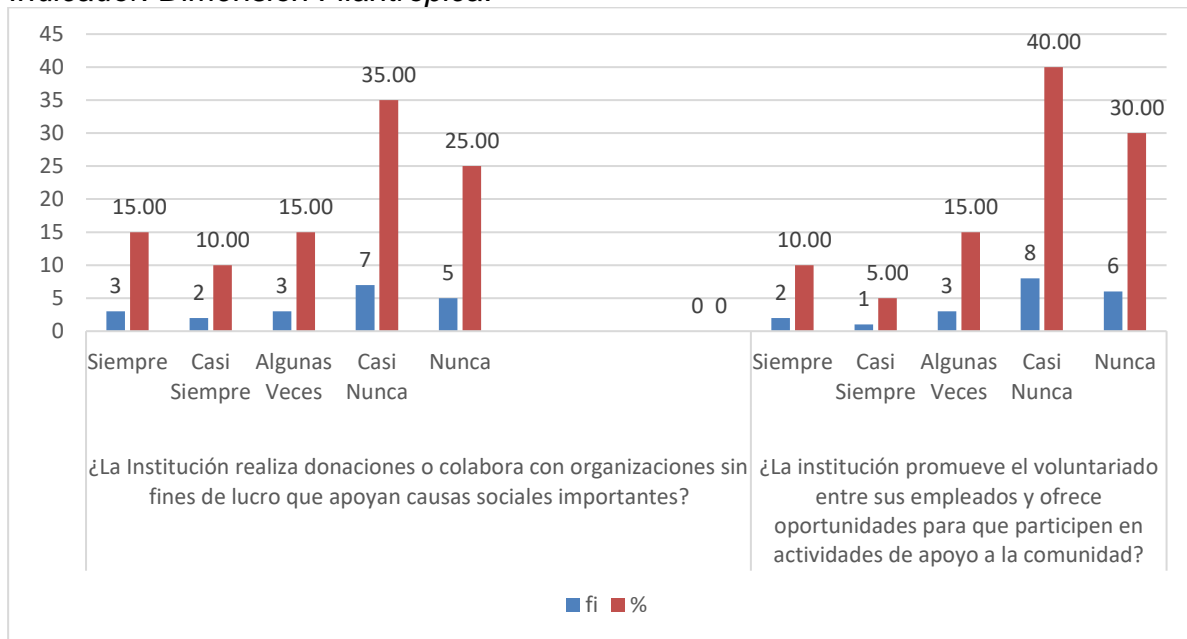


Ahora bien, Los resultados del estudio indican que la adhesión a los códigos de ética es limitada, ya que solo el 30% de los participantes reportó su aplicación frecuente. Por otro lado, un 70% señaló una aplicación escasa o inexistente de estos códigos, lo que refleja una brecha significativa en la implementación de prácticas éticas, contrastando con presentado por Rengifo y Sánchez (2022), donde la estrategia empresarial debe estar guiada por una ética de la responsabilidad social, que implique actuar con transparencia y buscando el beneficio colectivo, por lo que se sugiere incorporar en la gestión de la institución principios de ética que enmarquen las acciones.

Tabla 5.
Indicador: Dimensión Filantrópica

Alternativas	¿La Institución realiza donaciones o colabora con organizaciones sin fines de lucro que apoyan causas sociales importantes?		¿La institución promueve el voluntariado entre sus empleados y ofrece oportunidades para que participen en actividades de apoyo a la comunidad?	
	fi	%	fi	%
Siempre	3	15,00	2	10,00
Casi Siempre	2	10,00	1	5,00
Algunas Veces	3	15,00	3	15,00
Casi Nunca	7	35,00	8	40,00
Nunca	5	25,00	6	30,00
TOTAL	20	100	20	100

Figura 5.
Indicador: Dimensión Filantrópica.



Finalmente, al abordar la dimensión filantrópica, los resultados arrojaron igualmente debilidades en su aplicación, en virtud que un 60% manifestaron la menguada labor de la institución para realizar donaciones, o bien para establecer actividades de colaboración con organizaciones sin fines de lucro. Igualmente se visualiza una debilidades en promover el voluntariado, situación que amerita un cambio de escenario que propicie a la responsabilidad social de forma sostenible (Barragán et al., 2022).

Conclusiones

La presente investigación, centrada en el análisis de las dinámicas sociales dentro del Colegio Santo Cristo, ha permitido identificar una serie de desafíos y oportunidades para fortalecer la comunidad educativa. Los resultados obtenidos subrayan la importancia de fomentar la participación activa de todos los miembros de la comunidad.

En atención al primer objetivo, los resultados del estudio realizado en el Colegio Santo Cristo indican una clara necesidad de fortalecer los niveles de confianza y cooperación entre los miembros de la comunidad educativa. La debilidad en la articulación de acciones basadas en la confianza, sugiere el reforzamiento de la comunicación, así como otros valores para generar un escenario de participación de todo el personal de la institución.

Continuando con el segundo objetivo, se reveló la necesidad de consolidar los indicadores de la dimensión ética y filantrópica de la responsabilidad social, situación que coincide con la falta de confianza anteriormente descrita, en virtud de ejercer acciones responsables, tanto con el entorno como con la propia institución. Es en esta realidad donde se requiere que las partes interesadas actúen como redes de apoyo, generando cohesión social en un sentido de voluntariado en iniciativas hacia la construcción de soluciones a problemas o necesidades comunitarias, así como oportunidades de bienestar y desarrollo local.

En este sentido, se sugiere generar un conjunto de acciones alienadas a una planificación estratégica, que tenga como eje de acción, el capital social como proceso que conjuga las redes sociales las cuales implican establecer lazos de confianza cimentados en la comunicación, la cooperación y la búsqueda del bien común. Por otro lado incluir como eje estratégicos el voluntariado como actividad generadora de acciones con miras al servicio, más allá de intereses particulares, más bien con una connotación filantrópica hacia la satisfacción de necesidades sociales, de ayuda al prójimo y a la búsqueda de un entorno más sustentable, todo enmarcado en un código de ética integrando valores humanos esenciales para la convivencia y la colaboración.

Recomendaciones

- A partir de los hallazgos a partir del estudio realizado, se recomienda lo siguiente:
- Diversificar canales de comunicación apoyados en el uso de herramientas tecnológicas con la finalidad de crear espacios de interacción que propicien diálogos en el marco del respeto, para que la comunidad educativa exprese sus opiniones, fomentando la comunicación asertiva. .
 - Inducir la participación de todos los miembros de la comunidad educativa integrándolos a las actividades, delegando responsabilidades, empoderando de esta forma a la comunidad educativa para que tomen iniciativas en colaboración y trabajo de equipo.
 - Fomentar un sentimiento de comunidad y cohesión entre todos los miembros del colegio, induciendo al desarrollo de proyectos educativos que promuevan los valores institucionales, actividades culturales, sociales, deportivas, en general actividades extra curriculares para la convivencia y la integración. En este contexto, impulsar la creación de símbolos y tradiciones que identifiquen a la comunidad educativa.
 - Desarrollar una cultura de servicio y solidaridad en la comunidad educativa con la promoción de programas de voluntariado estudiantil y docente para organizar campañas solidarias y proyectos de servicio a la comunidad con esfuerzos coordinados para consolidar alianzas.
 - Fortalecer las relaciones entre los miembros de la comunidad educativa para generar un impacto positivo en la sociedad, promoviendo la creación de redes de

colaboración entre diferentes actores de la comunidad educativa, con el fin de generar acciones socialmente responsables.

Las recomendaciones antes descritas, apuntan al fortalecimiento de las variables estudiadas con la finalidad de propiciar la confianza, la cooperación y el sentido de pertenencia, generando un ambiente educativo positivo, propicio para que la institución pueda desarrollar una responsabilidad social efectiva.

Conflictos de interés: Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Fuentes de Financiamiento: Ninguna declarada.

Referencias

- Aguerre, C. (2011). Comunicación, stakeholders y las redes de confianza en las organizaciones. *Revista Dixit*, (15), 34–38. <https://doi.org/10.22235/d.v0i15.329>
- Barragán, C., Medina, F., Gómez, F., Sierra, J. (2022). Responsabilidad social: una revisión sistemática para la generación de acciones voluntarias y filantrópicas. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 17(2), 285 – 304. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2022v17n2.9293>
- Coleman, J. (1990). *Fundamento de la teoría social*. Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://books.google.com.sv/books?id=Hev3oZ1vqSkC>
- Cortina, A. (2010). *Justicia Cordial*. Madrid: Editorial Trotta.
- Forni, P., Siles, M., Barreiro, L. (2004). *¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza? Estudios de Caso en Buenos Aires*. The Julian Samora Research Institute, Michigan State University. https://www.academia.edu/3876622/Qu%C3%A9_es_el_Capital_Social_y_c%C3%B3mo_Analizarlo_en_contextos_de_Exclusi%C3%B3n_Social_y_Pobreza_Estudios_de_Caso_en_Buenos_Aires_Argentina
- Gordillo, A. (2023). Bienestar y educación emocional en la educación superior. *Revista de Investigación en Ciencias de la Educación, Horizontes*, 7(25), 414 - 428. <http://repositorio.cidecuador.org/jspui/handle/123456789/2524>
- Guédez, V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial*. Editorial Planeta Venezolana S.A.
- Molero, G. (2016). La responsabilidad social empresarial en el contexto del capital social. *Revista Omnia*, 22(3), 46-59. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=73752819004>
- Nooteboom, B. (2010). La dinámica de la confianza: comunicación, acción y terceras partes. *Revista de Economía Institucional*, 12(23), 111-133. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41915521006>
- Nuñez, G. (2003). *La Responsabilidad Social Corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Naciones Unidas. <https://hdl.handle.net/11362/5779>
- Ostrom, E., & Ahn, T. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista mexicana de sociología*, 65(1), 155-233. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032003000100005
- Putnam, R. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *American Prospect*, 4(13), 35-42. <https://prospect.org/infrastructure/prosperous-community-social-capital-public-life/>

- Rengifo, C., & Sánchez, S. (2022). Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada. *Repositorio de la Universidad Privada del Norte*. <https://hdl.handle.net/11537/30899>
- Rueda, J (2017). *Responsabilidad social empresarial como estrategia que contribuye al éxito corporativo*. Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador. <https://www.researchgate.net/publication/333881475> LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA QUE CONTRIBUYE AL ÉXITO CORPORATIVO