

Enfoques de Responsabilidad Social Empresarial desde los informes de sostenibilidad
de la cadena de retail Olímpica S.A.

Juan Manuel Rojas Chávez

Erika Marcela Córdoba Mondragón



Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas

Programa de Administración de Empresas

Popayán

2023

Enfoques de Responsabilidad Social Empresarial desde los informes de sostenibilidad
de la cadena de retail Olímpica S.A.

Mag. Oscar Andrés López Valencia

Asesor

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas



Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas

Programa de Administración de Empresas

Popayán

2023

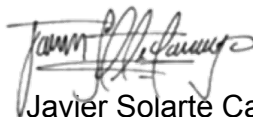
Nota de aceptación

El Director y Jurados del Trabajo titulado “Enfoques de Responsabilidad Social Empresarial desde los informes de sostenibilidad de la cadena de retail Olímpica S.A.”, realizado por Juan Manuel Rojas, y Erika Marcela Córdoba, una vez revisado el escrito final y aprobada la sustentación del mismo autorizan para que realice las gestiones administrativas correspondientes a su título profesional.



Oscar Andrés López Valencia

Director



Javier Solarte Camayo

Jurado



Yenny Patricia Imbachi Ceron

Jurado

Popayán, marzo de 2023.

Agradecimientos

Los autores del presente trabajo agradecen a:

La Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, por permitirnos cursar la carrera de Administración de empresas,

Al director del proyecto Oscar Andrés López Valencia, por su apoyo, orientación y conocimiento que permitió culminar de manera satisfactoria la investigación,

A las personas, familiares y amigos que contribuyeron a la realización del estudio.

Contenido

	Pág.
Resumen	9
Abstract	11
Introducción	13
1. Planteamiento del problema	14
2. Justificación	17
3. Objetivos	20
3.1 General	20
3.2 Específicos	20
4. Estado del arte o marco referencial	21
4.1 Marco teórico	21
4.2 Marco conceptual	26
4.2.1 RSE: Conceptualización y aspectos generales	26
4.2.2 Enfoques de la RSE	29
4.3 Marco de referencia	32
4.4 Marco legal	36
5. Metodología	42
6. Principales prácticas de RSE de Olímpica SA y grupos beneficiados	44
7. Articulación del modelo de negocios y la sostenibilidad en Olímpica SA	51

	6
7.1 Modelo de negocios de Olímpica S.A.	51
7.2 Modelo de negocios y la sostenibilidad	56
8. Aspectos básicos del enfoque de sostenibilidad de Olímpica SA	59
8.1 Caracterización de los informes de sostenibilidad de Olímpica S.A.	59
8.2 Enfoques de responsabilidad contenidos en los informes de sostenibilidad de Olímpica S.A.	60
8.2.1 Enfoque instrumental	60
8.2.2 Enfoque político	74
8.2.3 Enfoque integrador	77
8.2.4 Enfoque ético	80
9. Conclusiones	83
Referencias bibliográficas	85

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Marco legal respecto al medio ambiente	36
Tabla 2. Marco legal relaciones laborales	38
Tabla 3. Marco legal relaciones comerciales	39
Tabla 4. Marco legal en cuanto a la inversión social	40
Tabla 5. Inversión en sostenibilidad 2016-2020, Olímpica S.A.	47
Tabla 6. Beneficios financieros 2016-2020, Olímpica S.A.	48
Tabla 7. Beneficio / Costo por concepto de RSE 2016-2020, Olímpica S.A.	50
Tabla 8. Estado de resultados integral con RSE, Olímpica S.A. (2016-2020).	62
Tabla 9. Estado de resultados integral sin RSE, Olímpica S.A. (2016 – 2020)	63
Tabla 10. Flujo de efectivo con RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	66
Tabla 11. Flujo de efectivo sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	67
Tabla 12. Valor Económico Agregado (EVA) con RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	70
Tabla 13. Valor Económico Agregado (EVA) sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	71

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Beneficio / Costo por concepto de RSE 2016-2020, Olímpica S.A.	50
Figura 2. Modelo de negocio de Olímpica S.A.	54
Figura 3. Estructura organizacional Olímpica S.A.	55
Figura 4. Utilidades con y sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	65
Figura 5. Flujo de efectivo con y sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	69
Figura 6. Valor Económico Agregado (EVA) con RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	71
Figura 7. Valor Económico Agregado (EVA) sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	72
Figura 8. Diferencias de EVA con y sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)	73

Resumen

Considerando la incidencia que tiene la operación de grandes superficies como Olímpica S.A. en lo económico y social, se realizó la presente investigación que pretende determinar los enfoques de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la compañía presentes en los informes de sostenibilidad del periodo 2016-2020. Se trata de una investigación de enfoque cualitativo y de tipo exploratorio descriptivo desarrollada a partir de los reportes de sostenibilidad la empresa, complementada con informes de gestión, contables, financieros, y de los estados financieros reportados a la Superintendencia de Sociedades. En una primera parte, se identificaron las prácticas de RSE, en este caso, la organización maneja dos ejes de acción, responsabilidad social con programas como nutrición, moviendo corazones y vamos pa' lante, y sostenibilidad ambiental, donde se desarrollan procesos de reciclaje para aprovechar el material reutilizable y efectuar la transición hacia energías limpias en los puntos de venta con el uso de paneles solares que contribuyen a reducir el calentamiento global y la huella de carbono. En la segunda parte se analizó como la empresa articula el modelo de negocios con la sostenibilidad, en este caso, se determinó que Olímpica ha estructurado políticas, tiene un Comité y dispone de un Código de Gobierno Corporativo que le permiten lograr este propósito. En un tercera parte, se analizaron los enfoques adoptados por Olímpica S.A. con base en los reportes de sostenibilidad, determinando que la empresa asume un enfoque instrumental al utilizar la RSE para maximizar su ganancia, alcanzar una mayor liquidez, y crear más valor financiero; un enfoque político, al utilizar la riqueza generada por el negocio para influir en la política nacional, aspecto que le ha permitido efectuar alianzas estratégicas para convertirse en

un monopolio político -económico en la Costa Atlántica; un enfoque integrador, al identificar las necesidades sociales y contribuir a su satisfacción especialmente en lo relacionado con la reducción del hambre y la utilización de energías limpias, y preocuparse por el bienestar humano, y un enfoque ético, al evaluar el alcance de sus prácticas no solo en lo económico sino en lo social, y disponer de un gobierno corporativo que garantice el comportamiento ético del grupo empresarial en sus relaciones con las partes interesadas.

Palabras Claves: Informes de RSE, Enfoques de RSE, Valor compartido, Grandes superficies, y Sostenibilidad.

Abstract

Considering the incidence of the operation of large surfaces such as Olímpica S.A. In economic and social terms, this research was carried out to determine the Company's Corporate Social Responsibility (CSR) approaches present in the sustainability reports for the 2016-2020 period. It is a research with a qualitative approach and a descriptive exploratory type developed from the company's sustainability reports, complemented with management, accounting, financial reports, and the financial statements reported to the Superintendency of Companies. In a first part, CSR practices were identified, in this case, the organization manages two lines of action, social responsibility with programs such as nutrition, moving hearts and let's go forward, and environmental sustainability, where recycling processes are developed to take advantage of reusable material and make the transition to clean energy at points of sale with the use of solar panels that contribute to reducing global warming and the carbon footprint. In a second part, the way in which the business model is articulated with the sustainability model was analyzed, determining that Olímpica has policies, a Committee made up of executives from the Foundation and the company, and a Corporate Governance Code that defines the guidelines for relations with interest groups. In a third part, the approaches adopted by Olímpica S.A. were analyzed. based on the sustainability reports, determining that the company takes an instrumental approach when using CSR to maximize its profit, achieve greater liquidity, and create more financial value; a political approach, by using the wealth generated by the business to influence national politics, an aspect that has allowed it to make strategic alliances to become a political-economic monopoly on the Atlantic Coast; an integrating

approach, by identifying social needs and contributing to their satisfaction, especially in relation to the reduction of hunger and the use of clean energy, and concern for human well-being, and an ethical approach, by evaluating the scope of its practices not only economically but also socially, and have a corporate governance that guarantees the ethical behavior of the business group in its relations with the interested parties.

Keywords: CSR Reports, CSR Approaches, Shared Value, Supermarkets, and Sustainability.

Introducción

La presente investigación tiene como objetivo definir los enfoques de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) presentes en los informes de sostenibilidad de la cadena de retail Olímpica S.A., para lo cual, se obtuvieron los reportes de la empresa del periodo 2016-2020, en los que se muestra información financiera y no financiera de su gestión económica y social.

Inicialmente, con base en los informes del periodo de estudio se identificaron las principales prácticas de RSE, la población beneficiada, y los logros alcanzados en cada año, estableciendo la inversión social efectuada y los beneficios financieros obtenidos.

Luego, se analizó el modelo de negocios de Olímpica S.A., los sectores donde opera, y la forma cómo se articula con la sostenibilidad, identificando las políticas, los órganos y las características del gobierno corporativo.

Finalmente, se determinaron los aspectos básicos del enfoque de sostenibilidad asumido por la empresa, en este caso, se tuvieron en cuenta el instrumental, político, integrado, y ético, cada uno de los cuales fue asumido por la compañía.

Se espera entonces que la investigación permita identificar las prácticas de RSE realizadas por las grandes superficies, en este caso Olímpica S.A., determinar los beneficios que estas generan no solo para la empresa sino para la sociedad a nivel económico, ambiental y social, definir la manera como las articulan a su estrategia empresarial, y el enfoque que asumen para cumplir sus propósitos financieros y sociales.

1. Planteamiento del problema

Ser socialmente responsable no solo implica que las empresas realicen prácticas de responsabilidad social en lo ambiental, social y recurso humano, sino que estas se comuniquen a los grupos de interés por medio de reportes de sostenibilidad, de impacto o integrados, al respecto, Mosquera (2019) indica que es importante que se prepare y comunique informes estandarizados y de calidad y colocarlos a disposición de las partes interesadas a través de cualquier medio, generalmente el sitio web corporativo, en los que se especifiquen las actividades en materia social, la inversión efectuada y los grupos beneficiados.

Al respecto, Pinta y Vargas (2019) plantean que los stakeholders exigen con mayor frecuencia información financiera sobre el ejercicio de la RSE en las compañías, en los que se incluye lo social y medioambiental, así, las empresas preparan y difunden no solamente informes financieros sino datos no financieros para satisfacer los requerimientos de los grupos de interés. Los informes de sostenibilidad, de impacto e integrados, facilitan a los clientes, reguladores, comunidades y colaboradores valorar los resultados sociales de la empresa. Strandberg (2017) argumenta que a través de los informes de responsabilidad social los clientes pueden enterarse sobre el origen de los productos, como se elaboran, y su contenido, los entes reguladores cómo la compañía asume la responsabilidad hacia la sociedad y el ambiente, y la comunidad la manera como se desarrolla la gestión empresarial en lo social y ambiental.

De esta forma, la RSE se ha transformado en un requerimiento por parte de las personas que tienen relación con la empresa, según Pinta y Vargas (2019) la dirección de los negocios así lo ha entendido y preparan, desarrollan y comunican información

financiera y no financiera de acuerdo a indicadores de gestión integral que son revelados en las memorias o informes de sostenibilidad anuales. Así, los informes de sostenibilidad se han convertido en un elemento de transparencia, debido a que permiten a los grupos de interés entender el impacto de las compañías en la región donde operan.

Volpentesta (2018) indica que las compañías están obligadas a presentar información de calidad a las partes interesadas respecto a su compromiso global respecto a las actuaciones de responsabilidad social, que les permita lograr credibilidad en cuanto a la gestión efectuada por los directivos, para lo cual, deben tener en cuenta normas y guías de RSE como el Global Reporting Initiative (GRI) que contiene indicadores económicos, sociales y ambientales, el AA1000 AccountAbility que hace referencia a estándares y marcos soportados en principios de liderazgo y desempeño en RSE, y sostenibilidad, y además estimar normas de aseguramiento como la ISO 26000, SA 8000, SGE 21, entre otras (Romo & Cerrudo, 2018).

En el caso de Olímpica S.A., prepara informes de sostenibilidad no solo de la empresa sino de su Fundación, en los que presenta su modelo de sostenibilidad, sus políticas y estrategias de RSE, y cuantifica la cantidad de beneficiados, para lo cual, adopta la metodología del GRI, que es la más utilizada por las grandes empresas en Colombia como el Grupo Éxito, Ecopetrol, y Bancolombia. No obstante, a pesar de presentar información completa de lo que hace la compañía en materia de responsabilidad social, no es posible identificar el enfoque de RSE desarrollado por la empresa, es decir, si es instrumental, político, integrativo o ético, con el fin de establecer el propósito de la realización de estas prácticas. Es importante conocer el

enfoque adoptado por la empresa con el objetivo de establecer si busca a través de la RSE establecer valor para los inversionistas, para la ciudadanía, o para todos los grupos de interés.

En consideración a estos planteamientos, se propone como problema de investigación: ¿Cuál es el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial de la cadena de retail Olímpica S.A. presente en sus informes de sostenibilidad?.

2. Justificación

El sector de las grandes superficies en Colombia está integrado por empresas tan importantes como Almacenes Éxito, Olímpica, Alkosto, Cencosud, Makro, entre otras, las cuales, han incorporado la sostenibilidad a su modelo de negocios a través de estrategias dirigidas a la preservación del medio ambiente como medidas de eficiencia energética, uso de paneles solares y reciclaje, beneficios a su talento humano en lo que se refiere a capacitación, financiación para compra de vivienda o vehículo, y en lo social programas de nutrición y salud, educación incluyente, entrega de productos a grupos vulnerables, por mencionar algunos.

Para informar de estas prácticas, las empresas del sector elaboran informes integrados, de sostenibilidad e impacto, en los que ofrecen información financiera y no financiera dirigida a los grupos de interés, que pueden a través de ellos identificar lo que hacen en materia social, ambiental y económica, la inversión efectuada, y los beneficiarios. Al respecto, Pinta y Vargas (2019) indican que por medio de las memorias de RSE las empresas comunican a sus stakeholders su compromiso con la responsabilidad social, lo cual, genera credibilidad en la sociedad y a su vez favorece las finanzas de la organización.

Al respecto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha establecido lineamientos para asegurar que las empresas tengan una conducta responsable en el contexto de su internacionalización o inversión exterior, que pueden aplicarse también en el contexto local. Estos son recomendaciones que los gobiernos hacen a las compañías sobre principios y buenas prácticas conforme a las

normas internacionales de comportamiento generalmente aceptadas, siendo voluntario su cumplimiento.

Las directrices se agrupan en los siguientes capítulos que influyen sobre el desarrollo de las prácticas de RSE realizadas por las empresas: Principios generales, publicación de información, derechos humanos, empleo y relaciones laborales, medio ambiente, lucha contra la corrupción, el soborno y la extorsión, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, competencia y fiscalidad.

Estos lineamientos no son un estándar adicional a los ya existentes en materia de responsabilidad social, y en el desarrollo sostenible de las empresas, sino que representan una integración coherente a las prácticas que se han venido desarrollando buscando la sostenibilidad en lo social, ambiental y económico.

Respecto a los informes de sostenibilidad, las empresas para su preparación tienen en cuenta estándares internacionales como el Global Reporting Initiative (GRI) y normas de aseguramiento como la ISO 26000 que cubren aquellos aspectos e indicadores que muestren impactos relevantes o los que puedan ejercer una influencia significativa en la toma de decisiones de los grupos de interés, sin embargo, las compañías del sector de las grandes superficies no muestran en ellos el enfoque asumido respecto a la RSE, lo que dificulta a los grupos de interés identificar el verdadero propósito de estas compañías al efectuar estas prácticas, incluso, empresas socialmente responsables como el Grupo Éxito no muestran este tipo de información en sus reportes de sostenibilidad.

Así, la importancia del trabajo radica en que permite conocer de acuerdo a los informes de sostenibilidad el enfoque de RSE asumido por una de las empresas de

mayor relevancia en el sector de almacenes de grandes superficies como el retail Olímpica S.A., que conlleva a determinar si la compañía busca solo maximizar su utilidad, beneficiar a la sociedad, o generar valor compartido para la empresa y las partes interesadas.

Correa y Hernández (2017) manifiestan que los informes de sostenibilidad les permiten a las empresas mostrar a sus agentes de interés y a la sociedad en general, su compromiso con los problemas sociales y ambientales, lo que va más allá de lo financiero, pero que impacta positivamente en el mismo, donde se prevé, pero no se muestra que los beneficios obtenidos por la inversión social son superiores que los costos en que se incurre, es decir, que la mayoría de las veces las empresas optan por la adopción de un enfoque instrumental.

Olímpica S.A. tiene un estructurado modelo de sostenibilidad, en el que ha diseñado estrategias de RSE que permiten atender lo ambiental, económico, social, y la gestión con los colaboradores, igualmente, brinda información de calidad y estandarizada a los grupos de interés, sin embargo, esto no la hace socialmente responsable, para ello, tendría que devolver un equivalente a la sociedad por el uso de los recursos productivos y adoptar un enfoque que le permita cumplir este propósito, así, el trabajo es importante porque permite identificar el enfoque de RSE asumido por la compañía, y a la vez establecer si de verdad es responsable con los grupos de interés.

3. Objetivos

3.1 General

Definir los enfoques de Responsabilidad Social Empresarial presentes en los informes de sostenibilidad de la cadena de retail Olímpica S.A.

3.2 Específicos

- Identificar las principales prácticas de RSE de Olímpica SA y cuáles son los grupos de interés beneficiados.
- Establecer como Olímpica SA articula la sostenibilidad a su modelo de negocios.
- Determinar los aspectos básicos del enfoque de sostenibilidad asumido por Olímpica SA.

4. Estado del arte o marco referencial

4.1 Marco teórico

Se han desarrollado gran cantidad de investigaciones respecto a los enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), al respecto puede mencionarse a Lozano y Parra (2019), quienes realizaron un estudio de tipo cualitativo soportado en una revisión documental en bases de datos de instituciones educativas como EBSCO, HOST, y JSTOR, y en la biblioteca virtual de la Universidad Nacional de Colombia, en la que se identificaron el enfoque instrumental, que implica la teoría del valor para el inversionista; el Político, centrado en la teoría de la ciudadanía corporativa y el contrato social integrado; Integrador, definido por la Teoría de la actuación social, y Ético, por la teoría de los stakeholders y de acción comunicativa.

Igualmente, se realizó una revisión histórica sobre la RSE destacando sus diferentes etapas de desarrollo, etapa inicial, desde el siglo XIX hasta la primera mitad del siglo XX, donde apareció el término, que adquirió relevancia gracias a las tendencias sociales y económicas, y a la publicación del libro *Social Responsibilities of the Businessman*, que expone las obligaciones sociales del empresario en consideración a que sus decisiones inciden en la vida de los ciudadanos (Lozano y Parra, 2019).

En una primera etapa se cristaliza la RSE, iniciando en los sesenta con la discusión teórica, Friedman (1970) publica la obra *The social responsibility of business is to increase its profits*, en el que se plantea que la única responsabilidad de la empresa es obtener ganancia, y se exponen diferentes cuestiones éticas para la compañía y la sociedad. Igualmente, en los ochenta se desarrolla la Teoría de los

Grupos de interés por E. Freeman (1984), y la obra Nuevas Realidades por P. Druker (1989), para quien la gerencia debe interactuar con las partes interesadas para crear un ambiente de confianza que permita el desarrollo de la firma (Lozano y Parra, 2019).

En una segunda etapa, ubicada en los años noventa la comunidad toma conciencia sobre la capacidad de las empresas para incidir en la solución de las problemáticas sociales, y los daños y riesgos que su operación genera, interviniendo y colocando normas para la protección de los intereses públicos y la naturaleza (Lozano y Parra, 2019).

La tercera etapa, a finales del siglo XX e inicios del XXI, se distingue porque organismos internacionales promueven el comportamiento empresarial socialmente responsable. Se estructura así una nueva conceptualización de la RSE, una visión moderna cuya preocupación principal son los procesos productivos en que la compañía es responsable por los trabajadores, proveedores y demás partes interesadas, donde, ser socialmente responsable no implica cumplir con las obligaciones jurídicas sino invertir en el capital humano, el entorno, las relaciones con los interlocutores, y desarrollar prácticas respetuosas con el medio ambiente para incrementar la competitividad empresarial (Lozano y parra, 2019).

Por otra parte, Castillo y Rivadeneira (2017) desarrollaron la investigación “Teorías y enfoques que sustentan la RSE de las empresas”, estudio de tipo cualitativo basado en una revisión documental sobre el tema, en el que se estableció que las dimensiones de la RSE son económica, legal, ética, y voluntaria. En cuanto a las teorías, se tienen Instrumentales basadas en la maximización del valor para los

accionistas, mercadeo de causa social, y estrategia para el logro de ventajas competitivas.

Respecto al enfoque Político, se soporta en el constitucionalismo corporativo, el contrato social, y la ciudadanía corporativa; el Integrador, en gestión de asuntos sociales, desempeño social corporativo, responsabilidad pública, y gestión de grupos implicados, y el Ético, que encuentra su base teórica en el desarrollo sostenible, bien común, normativo para grupos involucrados, y derechos universales (Castillo y Rivadeneira, 2017).

Sobre la RSE, se concluye que presenta un papel relevante, principalmente en las corporaciones de gran magnitud obligadas por los grupos de interés a realizar este tipo de prácticas, que no son de estricto cumplimiento, sino que es un tipo de estrategia que contribuye a mejorar la condición empresarial, que debe ser adaptada independientemente del tamaño o actividad económica de la compañía para generar valor agregado, lograr credibilidad, y reconocimiento en los diferentes mercados, convirtiéndose en una ventaja competitiva (Castillo y Rivadeneira, 2017).

Utria, De La Espriella, y Cásseres (2017) realizaron el artículo “Análisis de la evolución teórica de la Responsabilidad Social Empresarial”, presentando a la RSE como una estrategia clave para conservar estable la relación empresa – medio. Se trata de un estudio de tipo cualitativo exploratorio soportado en la revisión documental, que busca identificar la evolución de este concepto desde sus inicios a finales del siglo XIX hasta la actualidad. A partir del conocimiento de la evolución de la RSE es posible abordar diferentes teorías relacionadas con la realidad social como la economía, la

política, la integración social, y la ética clasificando las teorías en Instrumentales, Integradoras, de carácter Político, y Ética y moral.

Las teorías instrumentales conciben a la empresa como una herramienta generadora de riqueza, así las actividades de RSE deben considerar este aspecto como fin último, vinculando su progreso con el de la sociedad, se soporta en el valor compartido, que mejora la competitividad y las condiciones económicas y sociales de la comunidad (Utria, De La Espriella, y Cásseres, 2017).

A su vez, las teorías integradoras, buscan dar respuesta a las demandas sociales de manera eficiente para lograr mayor aceptación en la comunidad, así una compañía es responsable en lo económico, legal, ético, y discrecional (Utria, De La Espriella, y Cásseres, 2017).

Las teorías políticas hacen referencia al poder e influencia social de las empresas, y a la utilización responsable del mismo, se relaciona con el constitucionalismo corporativo, que indica que la responsabilidad social de las corporaciones es producto de la influencia que presentan en la sociedad; también con la teoría del contrato social integrador, que describe la existencia de un contrato no escrito entre empresas y sociedad que implica a las compañías asumir actitudes que favorezcan a la comunidad, y la ciudadanía corporativa, que es la contribución de una empresa por medio de sus actitudes habituales (Utria, De La Espriella, y Cásseres, 2017).

Y las teorías sobre Ética y moral, soportadas en lo que debería o no hacer una empresa para lograr una mejor sociedad, dentro de esta, está la gestión de grupos implicados, que son las personas afectadas directamente o no con la operación de la

compañía, se trata de una comprensión mutua, las empresas atienden la incidencia que generan en la sociedad, y la comunidad participa en solucionar las dificultades que tenga la organización (Utria, De La Espriella, y Cásseres, 2017).

Finalmente, Bermeo y Sarmiento (2019) realizaron la investigación “Realidad de la Responsabilidad Social Empresarial y su valor financiero en Colombia”, estudio de tipo exploratorio descriptivo que permitió identificar los principales enfoques de la RSE, como el instrumental, político, integrador, y ético. El enfoque instrumental establece que la empresa desarrolla prácticas de RSE para incrementar su competitividad, mejorar su reputación, y generar un retorno asociado a las mejoras en la marca. Esta postura indica que la RSE es un instrumento de lucro empresarial, por lo que su intención se gesta desde las leyes “naturales” de la economía.

El enfoque político, se soporta en el contrato social entre empresas y comunidad, el cual viene dado por el poder e influencia de cada organización en la economía; evidenciado en dos grupos, el macroeconómico y social, sustentado en la utilización eficiente de los recursos para una mayor utilidad, y el segundo grupo es el microeconómico y social, que aplica la práctica de RSE como una inversión de costo-beneficio (Bermeo y Sarmiento, 2019).

Respecto al enfoque integrador, conceptúa que la responsabilidad social implica una relación simbiótica (empresa – sociedad) y una visión responsable con la sociedad y el medio ambiente aplicable a toda organización de forma integral (Bermeo y Sarmiento, 2019).

Y el enfoque ético, invita a reflexionar sobre el desempeño de la empresa para catalogarlo como bueno o malo, en cuanto a las acciones que afectan a los diferentes

grupos de interés, por lo tanto, la RSE son prácticas empresariales abiertas y transparentes soportadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente (Bermeo y Sarmiento, 2019).

4.2 Marco conceptual

4.2.1 RSE: Conceptualización y aspectos generales

La RSE considera lo ambiental, social y económico. De acuerdo a Mosquera (2019) es una visión integral de la sociedad y de su desarrollo asociada a mejorar la calidad de vida y la vigencia de las instituciones políticas democráticas que protegen la libertad y el derecho de las personas. Lo que indica que no solo se refiere a la maximización de las ganancias, sino al bienestar de los diferentes grupos de interés, reflejándose en mejorar su calidad de vida y la garantía de los derechos.

A su vez, Argandoña (2017) plantea un concepto ajustado a la norma ISO 26000 indicando que es la responsabilidad de una compañía en cuanto al impacto de su operación en el ambiente y la sociedad, a través de su comportar ético y transparente para el logro de la sostenibilidad y bienestar social, en consideración a las expectativas de los grupos de interés, cumplimiento de la legislación y normativa internacional de comportamiento, tanto en sus relaciones internas como externas.

Para el Instituto Ethos de Brasil (2020) la RSE es una forma de gestión delimitada por la ética y transparencia de la compañía con las partes de interés, y por su aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en busca de preservar los recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y mitigando la desigualdad.

Así, a través de la RSE las empresas asumen su responsabilidad en realizar actividades que contribuyan al bienestar y desarrollo, por medio de la sinergia entre la compañía, proveedores, colaboradores, clientes y demás partes creando así un ambiente óptimo para su crecimiento. Es una actitud estratégica relacionada con la capacidad de comprender y satisfacer las expectativas e intereses de su público.

Para Robbins & Coulter (2018) la RSE se puede entender desde lo socioeconómico y estratégico. El primero, busca el bienestar y mejoramiento social, con compañías socialmente responsables, y el segundo, se centra en maximizar las ganancias, donde se considera como un instrumento que busca cumplir con los objetivos financieros para mejorar el desempeño económico de la empresa, dejando de lado lo social y ambiental. Ya sea una u otra concepción, la RSE es una ética instrumental que conlleva a crear valor empresarial, que brinda una mayor competitividad al negocio en los diferentes mercados.

Al respecto, Aledo (2018) plantea que los alcances de la RSE son limitados, siendo una conceptualización de corte neoliberal que regula las relaciones entre la compañía y la sociedad. Empleada por las empresas para mostrar la forma en que cumplen con su responsabilidad social, aunque su alcance es limitado y algunas veces va en contravía de lo que propugnan, como en los casos de Nike y SHELL, abanderadas de RSE pero que violan constantemente los derechos de sus colaboradores, y generan un impacto social negativo.

Así mismo, Aledo (2018) indica que en una economía global la desregulación, disminución de gastos en lo ambiental y laboral es lo usual, donde la RSE únicamente sirve para mostrar algunas prácticas e inversiones para calmar las demandas de los

grupos de interés, cuyo impacto es muy bajo, como consecuencia de la ausencia de controles reguladores estatales, y desinterés de las partes interesadas, limitándose así las empresas a realizar acciones de filantropía y publicidad para maximizar los beneficios financieros. Así concebida, la RSE representa una estrategia para mejorar el desempeño financiero de las grandes corporaciones dejando de lado el logro de un impacto importante en lo social y ambiental.

Vélez y Cano (2016) argumentan que la RSE se ajusta a los requerimientos empresariales, o sea, a la obtención de utilidad y rentabilidad, representando una estrategia para lograr los objetivos corporativos, alejándose de un impacto social positivo, así, representa un instrumento para maximizar el beneficio empresarial, y no una manera de devolver un equivalente a la sociedad por la utilización de los recursos productivos.

En igual sentido, Moreno (2019) manifiesta que la RSE es una medida cosmética de las grandes corporaciones para no mostrar su impacto negativo en lo social y principalmente en lo ambiental, en que incurren empresas que han estructurado políticas de RSE valoradas a nivel global, lo que destaca su carácter eminentemente reputacional. Por ejemplo, el caso de Volkswagen que aprovecho la RSE para ser más competitiva, mostrándose como una empresa ecológica cuando en verdad sus motores eran los que generaban mayor contaminación.

La RSE tiene opiniones a favor y en contra, sin embargo, puede ser considerada como un tipo de práctica útil para lograr mejores compañías y para una sociedad más equitativa, como se ha demostrado en la práctica, contribuyendo de una u otra manera a la sostenibilidad, donde, es esencial que tanto el Estado como los grupos de interés

cumplan funciones de regulación y control, y se estructure un marco legal más rígido en cada uno de los países y a nivel global que garanticen el logro de unos propósitos mínimos en materia de sostenibilidad.

4.2.2 Enfoques de la RSE

En cuanto a los enfoques de RSE, Cancino & Morales (2016) plantean que estos son Instrumental, Político, Ético e integrador. El Instrumental, se centra en los aspectos económicos concibiendo a la empresa como un ente para la creación de riqueza, siendo esta su única responsabilidad, así la RSE tiene sentido si es capaz de maximizar la ganancia, por lo tanto, se invierte en lo social para obtener mejores resultados financieros.

Con la RSE la empresa no renuncia a mejorar su posición competitiva, por el contrario, se pretende efectuar acciones articuladas para alcanzar un mejor rendimiento y desempeño financiero. En este enfoque la RSE está directamente vinculada a la creación de riqueza, y a efectos positivos en la reputación empresarial, es decir, que se justifican este tipo de prácticas siempre y cuando generen un retorno.

De acuerdo a Friedman (1970), citado por Mosquera (2019) las empresas presentan una sola responsabilidad social como es utilizar los recursos disponibles para la maximización de las ganancias, dentro de las reglas de juego establecidas, y en una competencia libre y abierta. Así, de manera clara se concibe la RSE como estrategia de competitividad estando subordinada al interés económico de la firma.

Alonso (2016) indica que en este enfoque el objetivo de los negocios es buscar el lucro empresarial en consideración a la naturaleza de la ciencia económica,

realizando acciones para mejorar sus resultados en cuanto a imagen y reputación, medidas en términos contables y tangibles que permitan cuantificar el beneficio obtenido.

Respecto al enfoque político, se soporta en el poder de las empresas en la sociedad, y en el uso responsable de esta facultad. Se plantea que hay un contrato social dado por la influencia de la corporación en lo económico, a nivel macro y micro. En lo macro implica el uso eficiente de los recursos para la maximización de la ganancia, generando valor compartido, especialmente para el negocio, y en lo micro se justifica la RSE como inversión de costo – beneficio (Lozano y Parra, 2019).

En este enfoque la creación de riqueza es indiferente, se pretende más bien la filantropía corporativa, y la inversión social como formas de capitalismo que impacten sobre las ganancias en el mediano y largo plazo. La base de este planteamiento es que la RSE es una estrategia empresarial, que permite satisfacer algunas necesidades sociales para estructurar un entorno competitivo, que a su vez contribuya a que las corporaciones alcancen sus propósitos financieros.

En cuanto al enfoque integrador, de acuerdo a Lozano y Parra (2019) conceptúa que las empresas están en la obligación de identificar y atender las demandas sociales para dar respuesta de manera eficiente a las mismas, logrando prestigio, reputación, y aceptación social, lo que beneficia a su vez el desempeño financiero.

La idea es que las compañías traspasen sus objetivos corporativos para satisfacer las necesidades sociales, logrando una relación simbiótica entre la corporación y la sociedad. De acuerdo a Jiménez (2017) las empresas tienen la

capacidad de incidir en el entorno, por lo tanto, si contribuyen a estructurar un ambiente positivo pueden lograr un mayor desempeño y maximizar las utilidades.

Lozano y Parra (2019) plantean que en este enfoque se busca enriquecer a la sociedad y a los accionistas, concibiendo que la empresa se alimenta de su entorno y depende de él para existir, por lo tanto, las corporaciones deben contribuir al desarrollo sostenible que manifiesta la responsabilidad total de las partes interesadas. En su dimensión integradora, la RSE abarca aspectos ambientales y sociales considerando el efecto de sus procesos, productos y servicios en el clima, aire, biodiversidad, agua, y en los grupos de interés.

El enfoque ético, de acuerdo a Romo y Cerrudo (2018) se basa en la responsabilidad ética de las empresas respecto a la sociedad, materializada en acciones concretas para cumplir con los derechos humanos universales, derechos de los colaboradores, preservar el ambiente, contribuir a la sostenibilidad, y alcanzar el beneficio común.

Deja de lado la concepción utilitarista de la sociedad y los recursos naturales, y buscar un actuar justo de las empresas propiciando mejoras en el entorno, y en los grupos de interés. Tello y Rivera (2016) indican que este enfoque está relacionado con lo moral, es decir, que las acciones corporativas que se desarrollen deben buscar un bien común, por lo tanto, la RSE se concibe como un conjunto de prácticas transparentes basadas en valores éticos que conllevan al respecto de la comunidad, colaboradores y medio ambiente.

La RSE se aparta de la racionalidad económica, es decir de la maximización de beneficios, valorando otro tipo de compromisos, con los derechos humanos y laborales

y el respeto al medio ambiente, contribuyendo así al desarrollo de prácticas sociales que dirijan a la sostenibilidad, progreso y prosperidad empresarial.

Por lo tanto, la responsabilidad social se relaciona con las consecuencias de la actividad empresarial e implica la escogencia de metas corporativas y la valoración de resultados medidos no solamente por el criterio de ganancias, sino por estándares éticos.

4.3 Marco de referencia

Los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), de acuerdo a Pinta y Vargas (2019) se ubican en 1890, cuando se aplicó este concepto al ámbito económico con la expedición de la Ley antimonopolio Sherman. Luego, cuando el daño ambiental causado por las grandes corporaciones se hace evidente, los países crean leyes para reducirlo y controlarlo, Niño y Cortés (2018) argumentan que en el periodo 1930-1945 se desarrolla una legislación en diferentes países tendiente a proteger el ambiente, donde, se indica a las compañías que tienen una responsabilidad social y, por lo tanto, deben contribuir a la mitigación de los problemas ambientales y sociales.

A inicios de la década de los cincuenta, se habla de la relación empresa y sociedad, donde, se plantea que la operación económica de los negocios presenta una incidencia social, al respecto, López y Contreras (2019) indican que en 1953 Bowen, que puede considerarse como el padre de la RSE, señala que las empresas utilizan recursos productivos, lo que genera un deber ético de devolver a la sociedad un equivalente por el empleo de los mismos. Esto hace que grandes empresas sobre todo en Estados Unidos, inicien sus labores de filantropía y de ayuda social, igualmente, que

desarrollen prácticas que no tengan un impacto ambiental importante, lo que contribuye al mejoramiento de su imagen corporativa.

Según Dorado, Realpe y Tovar (2018) en la década de los sesenta se genera un activismo social importante para reclamar por el daño ambiental que generan las grandes corporaciones, haciendo que los gobiernos impusieran una mayor reglamentación, como consecuencia en varios países las empresas adoptan estas prácticas. En Colombia, se crean fundaciones como Carvajal en 1962 y Corona en 1963 en la ciudad de Medellín. También, según Lopes y Moneva (2017) se inicia con la realización de investigaciones que pretenden explicar la relación entre la RSE con la estrategia económica de las empresas.

En los setenta, según Domínguez, et al. (2019) el planeta agoniza debido al evidente deterioro ambiental, lo que obliga a las corporaciones a introducir la responsabilidad social a su gestión administrativa por imposición de los gobiernos, así en esta época se estructura verdaderamente el concepto, y se requiere la emisión de informes sociales a las compañías. En 1972, la ONU promulga la Resolución 1721 del Consejo Económico y Social como iniciativa de divulgación de información social (Pinta y Vargas, 2019). En Colombia, empresas como Fabricato y Enka utilizan el Balance social para valorar su desempeño económico y estimar el impacto que tiene su operación en la sociedad.

La década de los ochenta, marca un hito importante en materia de RSE, como consecuencia de la globalización y la actividad empresarial, como lo plantean Dorado, Realpe y Tovar (2018) surgen movimientos ambientalistas y ecológicos que presionan a los gobiernos, que a su vez tratan de controlar el impacto socio ambiental que la

operación de las grandes corporaciones genera, como consecuencia, las compañías incorporan la responsabilidad a su modelo de empresa, incluso, hacen que forme parte de su propuesta de valor. Así mismo, Romo y Cerrudo (2018) plantean que se produce en esta época un desarrollo teórico importante como la Teoría de los stakeholders, y el concepto de Desarrollo sostenible.

En los noventa, se realiza la Cumbre de Río en 1992 que abre el espacio para la información sostenible de las empresas, así, se desarrollan normas y guías para la presentación de los informes de sostenibilidad como el Pacto Mundial, el Global Reporting Initiative (GRI), y el AA1000 AccountAbility, y normas de aseguramiento como la ISO 26000, SA 8000, SGE 21, entre las más relevantes que presenten guías a las compañías para la elaboración de los Balances sociales, Informes de sostenibilidad, Reportes de Impacto, e informes integrados, con el objetivo de ofrecer información de calidad y relevante a las partes interesadas para la toma de decisiones (Jiménez, 2017).

Dorado, Realpe y Tovar (2018) plantean que, en la primera década del siglo XXI, se promueve el diálogo social entre los países para la conformación de una ciudadanía global que armonice los intereses de las grandes corporaciones con los valores sociales, donde, Colombia se adhiere al Pacto Global en el 2004, razón por la cual, las grandes empresas que operan en el país ya sean nacionales o extranjeras realizan prácticas de sostenibilidad y las reportan a través de sus informes integrados. En este sentido, en el periodo 2010-2020 compañías tan importantes como Ecopetrol, Grupo Éxito, y Grupo Bancolombia han logrado reconocimientos importantes en materia de responsabilidad social, como Bancolombia que en el 2018 y 2020 ocupó el primer lugar

en el Índice de Sostenibilidad del Dow Jones, facilitando su crecimiento en el mercado de Centroamérica, en países como Panamá, Nicaragua, El Salvador, y Puerto Rico.

Como se ha visto, la RSE ha evolucionado tanto a nivel de prácticas como de informes de sostenibilidad, incluso a través de los últimos años ha pasado de ser una responsabilidad única de las empresas, a involucrar a los gobiernos y ciudadanos, que han comenzado a tener participación no solo exigiendo información a las compañías y un marco regulatorio a los gobiernos, sino un rol activo participativo en temas ambientales.

Igualmente, no se concibe en la actualidad una empresa sin considerar los entornos sociales y medioambientales, es decir, se hace necesario la articulación de la responsabilidad social a la estrategia de negocio, lo cual, no solamente implica una inversión sino que se logran beneficios que conllevan a incrementar la rentabilidad neta del negocio, que a pesar de no informarse en los reportes de sostenibilidad, impacto e integrados son evidentes, pero que si se conocieran, impactarían en las decisiones de las partes interesadas.

En la actualidad, las empresas se preocupan tanto por desarrollar prácticas de sostenibilidad como de presentar información de calidad a los grupos de interés teniendo en cuenta estándares como el Global Reporting Initiative (GRI) y normas de aseguramiento como la ISO 26000, que orientan a las compañías sobre el deber ser y el querer hacer respecto a su retribución a la sociedad, también se han desarrollado diferentes enfoques acerca de la RSE, en especial el Instrumental, Político, Integrador y Ético, que permiten comprender la posición de los negocios respecto a este tipo de prácticas.

De acuerdo a Lozano y Parra (2019) el enfoque instrumental enfatiza en la creación de riqueza, como única responsabilidad, el Político, está integrado por teorías o posturas enfocadas en el poder de las corporaciones en la sociedad y el uso responsable de esta facultad, el Integrador, plantea que los negocios deben integrar demandas sociales enfocándose en la captación, identificación y respuestas a las mismas, y el Ético se basa en las teorías que asumen la responsabilidad ética de las empresas respecto a la sociedad.

4.4 Marco legal

Patiño (2018) plantea que en Colombia hay un marco jurídico – legal que sirve de directriz a la RSE, a nivel medio ambiental, en cuanto a las relaciones laborales, y en lo que hace referencia a la inversión social, el cual, se muestra a continuación.

Tabla 1

Marco legal respecto al medio ambiente

Concepto	Descripción
Constitución Política de Colombia	Art. 7. Diversidad étnica y cultural de la Nación. Art. 8 Riquezas culturales y naturales de la Nación. Art. 49. Atención de la salud y saneamiento ambiental. Art. 58. Función ecológica y social de la propiedad. Art. 63. Bienes de uso público que son inalienables, imprescriptibles e inembargables. Art. 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantiza la participación de la comunidad en las decisiones que la afecten. Es deber del Estado proteger la

	<p>diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para alcanzar estos fines.</p> <p>Art. 80. Planificación por parte del Estado del manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para su desarrollo sostenible, conservación y sustitución.</p> <p>Art. 95. Protección de los recursos naturales y culturales del país.</p>
Ley 29 de 1973	Parámetros de la Política ambiental en Colombia.
Decreto Ley 2811 de 1974	Código Nacional de Recursos Naturales Renovables (RNR) y No Renovables y de protección al medio ambiente.
Ley 9 de 1979	Ley Sanitaria Nacional, establece los fundamentos del derecho sanitario en Colombia en cuanto al saneamiento t protección ambiental no abordada en el Código de Recursos Naturales.
Ley 99 de 1993	Crea el Ministerio del Medio Ambiente, y le confiere impulsar una relación de respeto y armonía del hombre con la naturaleza, y lograr el desarrollo sostenible.
Decreto 150 de 1995, y normas reglamentarias	Reglamento para la obtención de la licencia ambiental y otros permisos. Establece las situaciones para la presentación del Diagnóstico Ambiental, Plan de Manejo, y Estudio de Impacto, además suprime la licencia ambiental ordinaria.
Ley 491 de 1999	Seguro ecológico y delitos contra los recursos naturales y el ambiente modificando el Código Penal.
Ley 599 de 2000 (Código Penal)	Establece los delitos contra los recursos naturales y el medio ambiente. Determina los tipos penales respecto a los impactos ambientales generados con base en actividades ilegales.
Ley 685 de 2001 (Código de Minas)	Regula las relaciones entre los particulares y el Estado y la de estos entre sí, en cuanto a la explotación minera, aprovechar los recursos naturales no renovables y del ambiente para que se efectúen en un marco de desarrollo sostenible.

Ley 1382 de 2010	Modifica le Ley 685, y adiciona el Art. 27 en cuanto al concepto de RSE
Legislación internacional adoptada por Colombia	<ul style="list-style-type: none"> - Convención Internacional sobre plataforma continental (Ginebra, 1958). - Convenio para la protección del patrimonio mundial, cultural y natural (París, 1972). - Convenio de las Naciones Unidas sobre el derecho del mar (Jamaica, 1982). - Convenio sobre la diversidad biológica (Río de Janeiro, 1992).

Nota. Elaboración propia.

Tabla 2

Marco legal relaciones laborales

Concepto	Descripción
Constitución Política de Colombia	<ul style="list-style-type: none"> - Arts. 17, 26 y 84. Libertad de trabajo. Hace referencia a la posibilidad de los empleados de desempeñarse en la actividad laboral que escojan. - Art. 25, Obligatoriedad del trabajo, colaboración social para la competitividad y para satisfacer las necesidades de los ciudadanos. - Arts. 25, 53, 54, 86, 215, 334, y 336. Protección Estatal, garantía del Estado para salvaguardar el desarrollo del trabajo, y derechos de los trabajadores. - Arts. 13, 25, 43, y 54, Igualdad laboral, todos los trabajadores deben ser tratados con las mismas garantías, sin preferencias o beneficios.

Código Sustantivo de Trabajo	Determina las obligaciones de empleados y empleadores en la ejecución del contrato laboral.
Ley 21 de 1982	Reglamentada por el Decreto 341 de 1988, define la figura del subsidio familiar.
Ley 50 de 1990	Por la cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones.
Ley 100 de 1993	Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.
Ley 549 de 1999	Fondo Nacional de Pensiones de las Entidades Territoriales.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 3

Marco legal relaciones comerciales

Concepto	Descripción
Código de Comercio	Art. 25, concepto de empresa.
Constitución Política de Colombia	Art. 4. Estado social de derecho, Art. 333. La empresa como base del desarrollo que a su vez implica obligaciones. Art. 78 Derechos de los consumidores.
Ley 222 de 1995	Art. 23, las actuaciones de los administradores deben ser realizadas en interés de la sociedad. Art. 25, otorga a la asamblea de accionistas poder de decisión si ejercer acción social de responsabilidad a favor de la sociedad. Art. 35, preservar el interés de los socios.
Decreto 3466 de 1982	Estatuto del Consumidor en Colombia, determina la manera en que se protege al consumidor a través de instrumentos para hacer valer sus derechos.

Ley 1480 de 2011	Nuevo Estatuto del Consumidor, y crea la Red Nacional de Protección al Consumidor.
------------------	--

Nota. Elaboración propia.

Tabla 4

Marco legal en cuanto a la inversión social

Concepto	Descripción
Constitución Política de Colombia	<p>Art. 49. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud. Corresponde al Estado organizar, dirigir y reglamentar la prestación de servicios de salud a los habitantes y de saneamiento ambiental conforme a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad.</p> <p>Art. 51. Derecho a la vivienda digna.</p> <p>Art. 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social.</p> <p>Art. 70. El Estado debe promover y fomentar el acceso a la cultura en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional.</p> <p>Art. 71. el Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia, la tecnología y las demás manifestaciones culturales.</p>
Ley 9 de 1979	Regula las actividades y competencias de salud pública para asegurar el bienestar de la población.
Ley 397 de 1997	A través de la cual se definen incentivos para el fomento de la cultura con el otorgamiento de créditos, y exenciones para la realización de actividades culturales.

Ley Estatutaria 1751 de 2015	Se regula el derecho fundamental a la salud y se dictan otras disposiciones para garantizar este derecho fundamental, regularlo y definir mecanismos de protección.
------------------------------	---

Nota. Elaboración propia.

5. Metodología

Definir el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) presente en los informes de sostenibilidad de Olímpica S.A. implica la realización de una investigación de enfoque cualitativo basada en la revisión de los reportes de sostenibilidad de la empresa del periodo 2016-2020, a través de los cuales, identificar los aspectos generales de la compañía en lo relacionado con su historia, razón social y políticas de responsabilidad social, y establecer las prácticas de sostenibilidad y el modo en que se articulan a la estrategia empresarial, permitiendo así responder a la pregunta de investigación.

En cuanto al tipo de estudio, es exploratorio descriptivo. Exploratorio, porque permite identificar y profundizar acerca de los enfoques de responsabilidad social a través de una revisión documental, con el fin de establecer cual está presente en los reportes de sostenibilidad de Olímpica S.A., así mismo, es descriptiva porque conlleva a caracterizar la compañía, analizar sus prácticas de sostenibilidad, y definir el enfoque de responsabilidad social presente en los informes.

Se consideran para la realización de la investigación fuentes primarias y secundarias. Entre las primeras, se tienen las siguientes:

- ✓ Informes de sostenibilidad de Olímpica S.A. del periodo 2016-2020.

- ✓ Informes de gestión de Olímpica S.A. (2016-2020)

- ✓ Información corporativa y de responsabilidad social tomada del sitio web de la compañía.

Y como fuentes secundarias están las siguientes:

- ✓ Bibliografía y documentos respecto a los enfoques y teorías de responsabilidad social (instrumental, político, integrativo, y ético).
- ✓ Investigaciones, proyectos, artículos y demás documentos físicos y virtuales acerca de la responsabilidad social de Olímpica S.A.

La investigación se desarrollará en las siguientes fases:

- ✓ Fase 1. Recolección de información corporativa a través del sitio web de la entidad e investigaciones, proyectos y artículos relacionados. Esta etapa se soporta en obtener los informes de sostenibilidad y de gestión de 2016 a 2020.
- ✓ Fase 2. Descripción de la historia, razón social y políticas de sostenibilidad de la compañía con base en la información obtenida de los reportes de sostenibilidad.
- ✓ Fase 3. Identificación de las prácticas de responsabilidad social realizadas por la empresa y la forma cómo las articula a su modelo de negocios.
- ✓ Fase 4. Revisión de los enfoques y teorías de responsabilidad social, a través del estudio de los diferentes documentos físicos y virtuales sobre el tema.

Fase 5. Definición del enfoque de responsabilidad social presente en los informes de sostenibilidad de Olímpica S.A.

6. Principales prácticas de RSE de Olímpica SA y grupos beneficiados

Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A. nace en 1953 en un pequeño local en la calle 30 del centro de Barranquilla, y actualmente es la segunda empresa comercial más grande en Colombia, después del grupo Éxito, con capital 100% colombiano, cuyos propietarios son la familia Char, con ventas superiores a 6 billones de pesos anuales. Sus formatos de comercialización son Superdroguerías que operan como farmacias y venta de víveres; Supertiendas, con venta de víveres y perecederos; Superalmacenes, conocidos como SAO, en los que se ofrece un amplio surtido de textiles, misceláneos y electrodomésticos, con presencia en 153 municipios y 21 departamentos, con alrededor de 371 establecimientos (mall & retail, 2020).

Para Olímpica S.A. la RSE tiene dos pilares, por una parte, la Responsabilidad social, y por otra la Sostenibilidad ambiental. En el 2021, estos tuvieron contribuciones de la compañía por más de \$4.300.000.000, \$198.000.000 donados por medio de Olímpica S.A, \$668.501.771 a través de la Fundación Olímpica, \$2.256.396.492 por donaciones de alimentos aprovechables no aptos para la venta, y \$1.222.097.894 por donaciones a la Uniandes y la Unicef (Fundación Olímpica, 2022).

Con la Responsabilidad social, la compañía quiere mitigar las necesidades de poblaciones vulnerables aportando a quienes más lo necesitan con los programas de nutrición, moviendo corazones, y vamos pa' lante, para lo cual, tiene presencia en gran parte del territorio nacional. El Programa nutrición se realiza en conjunto con la Fundación Olímpica y la Unicef, implementando hábitos que impacten positivamente en la salud y el desarrollo de niñas y niños menores a 5 años, mujeres gestantes y madres en periodo de lactancia, en el 2021, se amplió la cobertura del programa a través de la

implementación de la estrategia “seres de cuidado” en La Guajira, Nariño y Choco. Con este programa se beneficiaron en el 2021 a 1.500 familias, 3.800 integrantes del grupo familiar, 1.300 niños y niñas menores a 5 años, 170 mujeres gestantes y 300 madres lactantes (Fundación Olímpica, 2022).

Dentro del Programa nutrición, Olímpica S.A. se ha unido a la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO) para contribuir a la reducción del hambre dentro del territorio, rescatando los alimentos aptos para el consumo que no se venden en los puntos de venta. Así, en el 2021 la compañía donó 753 toneladas de comida, y se entregaron 10.825.955 raciones, lo que impacto a 3 millones de familias en 15 municipios del país (Fundación Olímpica, 2022).

En el Programa Moviendo corazones, la Fundación Olímpica en conjunto con ABACO entregaron 18.500 aguinaldos a niños y niñas en 62 municipios que presentan el mayor riesgo nutricional, inseguridad alimentaria y pobreza extrema, donde, se entregó 12.500 regalos a niños en situación de vulnerabilidad, y 6.000 a través de entidades gubernamentales como alcaldías, policía, y gobernación.

Olímpica S.A. a través de su Fundación y en alianza con la Universidad de Los Andes y la W Radio, implementaron el Programa vamos pa' lante, por medio del cual, se entregan becas de rescate a estudiantes de pregrado que cursen de 4 semestre en adelante y que no tengan recursos para seguir sus estudios, en el 2021, se destinaron \$861.000.000 al desarrollo de este programa (Fundación Olímpica, 2022).

En lo que respecta a la sostenibilidad ambiental, se busca velar por el bienestar y calidad de vida de las comunidades donde opera la compañía, generando un mínimo impacto ambiental, lo que se logra por medio de acciones sostenibles, que contribuyan

a lograr un equilibrio entre el cuidado del planeta, bienestar social, y crecimiento económico. Así, en el 2021 se dejó de emitir 1.682 toneladas de CO₂. Igualmente, Olímpica S.A. apuesta por la energía no renovable por medio de fuentes no convencionales, convirtiendo la radiación solar en energía eléctrica.

En el 2021, se instalaron 11 puntos de venta, para un total de 22 con sistema de energía renovable, convirtiendo a la compañía en la que tiene más puntos con paneles solares en sus cubiertas. Así, en este año se generaron 4.203.871 kw-h de energía, evitando la emisión de 1.135 toneladas de CO₂ al ambiente (Olímpica, 2022).

Olímpica S.A. cuenta con un centro logístico ubicado en Malambo (Atlántico) con un área de 35.000 m², 29.688 posiciones, 68 muelles, iluminación LED, plataformas niveladoras para ahorro de energía y planta de tratamiento de aguas residuales, donde, atiende las categorías de víveres, electrodomésticos, granos, fruiter, y misceláneos, a través del cual respaldar las operaciones en la región Caribe y toda Colombia (Olímpica, 2022).

En cuanto al Programa de reciclaje, se aprovecha el material reutilizable generado en los puntos de venta para reducir el impacto ambiental, así, en el 2021 se recuperaron 6.927 toneladas de material reciclado. También el impacto positivo de la empresa en el medio ambiente puede medirse con el ahorro de 225.437.510 litros de agua, 29.002.728 kW-h, la siembra de 111.554 árboles, y evitar que 16.990 m³ de material lleguen al relleno sanitario (Fundación Olímpica, 2022).

Respecto a las alianzas estratégicas, Olímpica S.A. ha actuado en conjunto con la Fundación cardio infantil, la Cruz Roja Colombiana, la Unicef, Banco de Alimentos, y

cuenta con el apoyo de diferentes fundaciones aliadas para el desarrollo de campañas sociales.

Tabla 5

Inversión en sostenibilidad 2016-2020, Olímpica S.A.

En la Tabla 5, se muestra la inversión en Responsabilidad social y sostenibilidad ambiental. Donde, la primera se desarrolla por medio de donaciones a través de Olímpica S.A., de la Fundación Olímpica, recaudos de terceros, de alimentos y aprovechables no aptos para la venta, para la Uniandes y la Unicef, y alianzas con proveedores, la cual representa en el 2016 el 96,10% de la inversión total, en el 2017 el 93,90%, en el 2018 el 91,68%, en el 2019 el 87,80%, y en el 2020 el 87,85%, con una inversión en miles de millones de pesos que fluctúa en este periodo entre \$55.450.368 y \$70.233.307.

Respecto a la inversión en sostenibilidad ambiental, se realiza en lo relacionado con paneles solares para los puntos de venta, programa de reciclaje, programa de ahorro de energía y agua, plantación de árboles, y bolsas plásticas y reutilizables, la cual, equivale al 3,90% de la inversión total en el 2016, 3,84% en el 2017, 3,85% en el 2018, 5,55% en el 2019, y 6,21% en el 2020, con una inversión en miles de millones de pesos entre \$57.701.361 y \$74.859.249.

Tabla 6

Beneficios financieros 2016-2020, Olímpica S.A.

En la Tabla 6, se muestran los beneficios financieros obtenidos por la realización de prácticas de RSE. Respecto a la Responsabilidad social, Olímpica S.A. obtiene ingresos por concepto de descuentos con empresas proveedoras, y descuentos tributarios por donaciones, que representan el 95,80% del total en el 2016, el 95,86% en el 2017, 95,94% en el 2018, 96,11% en el 2019, y 96,10% en el 2020, con valores que varían en miles de millones de pesos entre \$121.660.366 y \$144.770.598.

Por concepto de sostenibilidad ambiental, se logran beneficios por ahorro de agua, de energía eléctrica, y venta de bolsas plásticas y reutilizables, que representan el 4,20% del total en el 2016, 4,14% en el 2017, 4,06% en el 2018, 3,89% en el 2019, y 3,90% en el 2020, con valores que fluctúan en miles de millones de pesos entre \$5.337.317 y \$5.865.914.

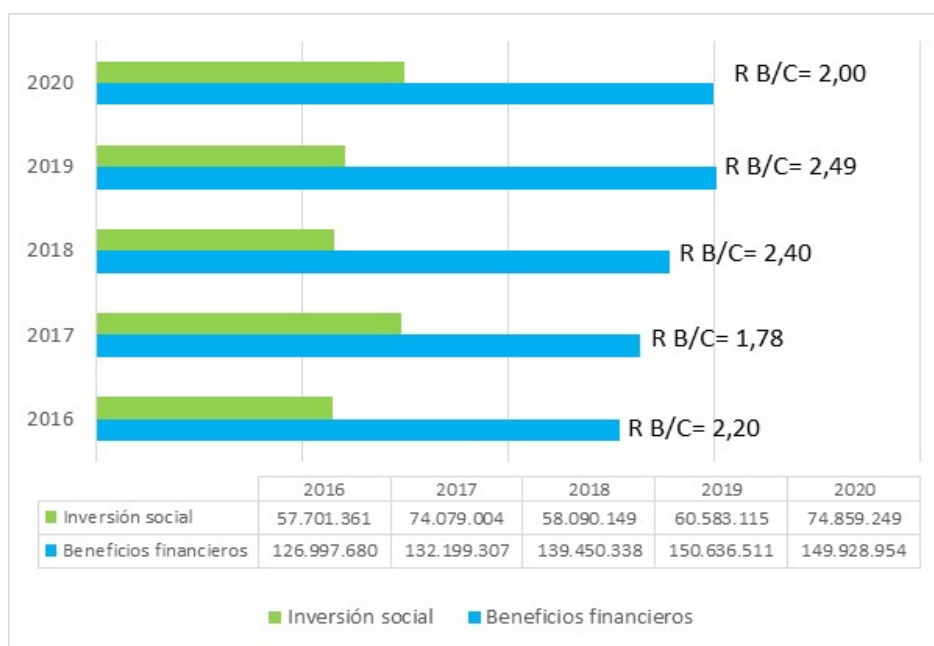
Al comparar los beneficios obtenidos por concepto de prácticas de RSE con la inversión realizada, se tiene una relación de 2,20 en el 2016, 1,78 en el 2017, 2,40 en el 2018, 2,49 en el 2019, y 2,00 en el 2020, es decir que en el 2016 por cada peso de inversión en sostenibilidad la compañía gana 2,20 pesos, 1,78 en el 2017, 2,40 en el 2018, 2,49 en el 2019, y 2 en el 2020 (Ver Tabla 7).

Tabla 7

Beneficio / Costo por concepto de RSE 2016-2020, Olímpica S.A.

Figura 1

Beneficio / Costo por concepto de RSE 2016-2020, Olímpica S.A.



Nota. Elaboración propia.

De acuerdo con la Tabla 7, se tiene que Olímpica S.A. logra beneficios financieros superiores a la inversión realizada en sostenibilidad, lo que contribuye a la maximización de su utilidad. En este sentido, la compañía no devuelve un equivalente a

la sociedad por el uso de los recursos productivos, por lo cual, no puede considerarse una empresa socialmente responsable.

7. Articulación del modelo de negocios y la sostenibilidad en Olímpica SA

7.1 Modelo de negocios de Olímpica S.A.

Olímpica S.A. es una de las cadenas de retail más grandes de Colombia, líder en la comercialización de productos de consumo masivo por medio de una cadena de establecimientos que incluyen Supertiendas, Superalmacenes, Superdroguerías, y Droguerías.

Ofrece productos de marca privada y de marcas propias en categorías como mercado, textil, electrodomésticos, electromenores (pequeños artefactos que se utilizan para efectuar las tareas del hogar, son de bajo costo, fáciles de instalar y manipular tales como aspiradoras, planchas y ventiladores), tecnología y hogar. La compañía compite por el mercado de marcas propias contando con 200 productos, que representan el 3,1% del total, donde, se resalta la categoría de electrodomésticos y aires acondicionados de la marca Olimpo (Rojano y Mercado, 2017).

Cada año la empresa invierte en aumentar sus puntos de venta para tener presencia no solo en las ciudades grandes sino en poblaciones intermedias, con lo cual, estar más cerca de los diferentes mercados a nivel nacional.

Dentro de sus estrategias más importantes están vender con descuentos y crecer por adquisiciones, realizando eventos mensuales en que se ofrecen rebajas especiales, donde, la tarjeta de fidelización permite a los clientes lograr mejores precios. En cuanto a las adquisiciones ha comprado varios negocios en el país como la galería en Cali, Euro Supermercado en Sincelejo, la Economía en la Virginia Risaralda, entre otros. La empresa trata de aprovechar así cada oportunidad de expansión para

posicionarse en más lugares, darse a conocer, mejorar su oferta de productos y generar mayor rapidez en la entrega.

Las marcas propias representan en el 2021 el 7% de los ingresos, porcentaje que se quiere subir cada año, tratando de incrementar la participación de los alimentos, textiles, elementos de aseo y electrodomésticos (Rojano y Mercado, 2017).

Los formatos de negocio de la empresa son:

- Super Tienda (STO). Tipo de negocio de supermercado que tiene una amplia variedad de alimentos, productos de aseo y medicamentos.
- Super Almacenes (SAO). Es un almacén que además de disponer de los surtidos tradicionales de las Super Tiendas, ofrece ropa, eléctricos, muebles, hogar, calzado, perfumería, entre otros.
- Super Droguería (SDO). Son autoservicios donde además de droguería y perfumería se ofrecen productos básicos de la canasta familiar.
- Droguería (DO). Es el negocio de menor área, donde, únicamente se comercializan medicamentos, cosméticos, y líneas de productos básicos (Vega, 2022).

Respecto a las secciones en cada tienda están las siguientes:

- Carnes. El liderazgo en este tipo de producto inicia en la Costa Atlántica y en los Llanos Orientales, donde, la empresa posee grandes extensiones de tierra que dedica a la ganadería. Una vez el ganado está listo, lo lleva a las plantas de sacrificio para posteriormente surtir los supermercados
- Cosméticos. Se ofrecen productos cosméticos a precios justos y de las mejores marcas reconocidas por los clientes.

- Delicatessen. Este proceso se realiza con los más altos estándares de calidad, desde la escogencia de ingredientes, hasta el talento humano, y el aseguramiento de los alimentos para obtener un excelente producto.
- Droguería. La compañía es líder en la venta y comercialización de medicamentos, donde, se tienen convenios con entidades para garantizar que los clientes obtengan el producto requerido.
- Electrodomésticos. Hay diferentes opciones de productos para el hogar de las mejores marcas en video y audio digital, tecnología y línea blanca.
- Frutas y verduras. Se ofrece diversidad de productos que son seleccionados por expertos para brindar al consumidor final la mejor relación calidad precio.
- Misceláneos. Se ofrecen muebles, adornos, artículos para la cocina, juguetería, ferretería, motos y lencería, donde, se importan productos de óptima calidad y acorde a las tendencias de consumo.
- Panadería. Dispone de las mejores plantas de panadería industrial, al igual que materia prima de óptima calidad, con panaderos expertos y con experiencia para obtener el mejor producto.
- Textiles. Se cuenta con un surtido diverso de moda actual, con diseños importados y nacionales exclusivos, donde, se tiene la marca propia Dakota, que ofrece a los clientes prendas de calidad con variedad de diseños (Vega, 2022).

Además del retail y las droguerías, la compañía ha incursionado en el fútbol al ser el mayor accionista del Junior de Barranquilla, en el sector inmobiliario con empresas como Portales Urbanos S.A. y Promotora Inmobiliaria Char y Cía; en las

inversiones a través de Char Hermanos Ltda., Char Díaz y Cía., Farid Char y Cía S.C., Golden Gate Int'l Corp. y Simba Ltda., y en la publicidad con Sonovista. También es propietaria de diferentes medios radiales como Olímpica Stereo, Radio tiempo, La Reina, Emisora Atlántico Espectacular, La KY, y Radio mil, las cuales, transmiten igualmente por medio de Internet (Ver Figura 2).

Figura 2

Modelo de negocio de Olímpica S.A.



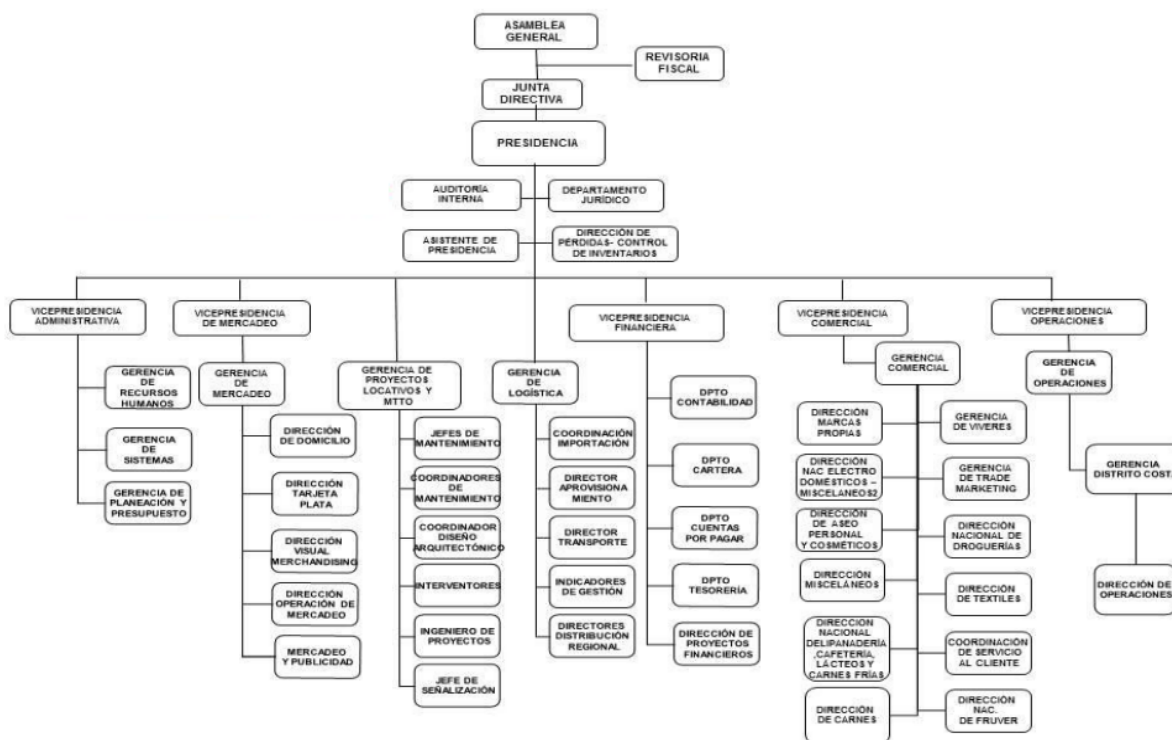
Nota. Monitoreo de medios, 2022.
<http://www.monitoreodemedios.co/grupo-organizacion-radial-olimpica-sa-oro-sa/>

En cuanto a la estructura organizacional, la compañía está integrada por la Asamblea general y Junta directiva, luego, está la presidencia, como organismos de control la revisoría fiscal y la auditoría interna, y el asistente de presidencia, el departamento jurídico, y la dirección de pérdidas y control de inventarios que operan como staff. En el nivel directivo están las vicepresidencias administrativa, de mercadeo, financiera, comercial y de operaciones, y las gerencias de recursos

humanos, sistemas, planeación y presupuesto, mercadeo, proyectos locativos y mantenimiento, logística, comercial, de víveres, trade marketing, de operaciones y distrito costa.

Figura 3

Estructura organizacional Olímpica S.A.



Nota. Olímpica S.A, 2022.

Por otra parte, Olímpica S.A. desarrolla sus prácticas de RSE a través de la Fundación Olímpica, entidades que han establecido sus políticas de sostenibilidad relacionadas con la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental. Así mismo, cuenta con un Comité de sostenibilidad integrado por el presidente y algunos miembros del consejo administrativo de la Fundación, y por el presidente y la junta directiva de la compañía. Igualmente, dispone de un Código de Gobierno Corporativo en el que

establece el marco de actuación para una gestión adecuada y control de la empresa y sus relaciones con las partes de interés, que contiene las reglas, procedimientos y prácticas para la toma de decisiones en asuntos empresariales dirigidos a las partes interesadas, también se plantean lineamientos para la protección a los accionistas, y reglamentos para la Asamblea general y la Junta directiva.

7.2 Modelo de negocios y la sostenibilidad

Olímpica S.A. desarrolla sus prácticas de RSE por medio de la Fundación Olímpica, para lo cual, realiza donaciones en efectivo, y de alimentos y productos aprovechables no aptos para la venta, donde, la articulación entre el modelo de negocios y la sostenibilidad se efectúa por medio de políticas, el Comité de sostenibilidad, y el Gobierno Corporativo que permiten el tránsito hacia una operación sostenible.

Igualmente, la compañía obtiene recursos para su Fundación por medio de los pesos de cambio, que consiste en preguntar a los clientes si quieren donar el regreso de dinero que le corresponde por la compra a causas sociales, donde se entregan los recursos a otras empresas para la realización de proyectos sociales, educativos y a entidades que trabajan por los niños necesitados.

En cuanto a las políticas de sostenibilidad, están relacionadas principalmente con la seguridad alimentaria, la transición hacia energías limpias y el reciclaje, la primera dentro de su estrategia de responsabilidad social, y las dos últimas en sostenibilidad ambiental para reducir el impacto de la emisión de gases de efecto invernadero, con lo cual, contribuir al logro de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

Respecto a la seguridad alimentaria, Olímpica S.A. tiene una alianza estratégica con la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO), siendo una de las empresas que mayores aportes realiza. El trabajo conjunto consiste en recuperar los alimentos y no alimentos que no se venden en los supermercados, y que aún son aptos para el consumo humano, lo que permite llevar comida a zonas de alto riesgo nutricional, siendo la empresa un aliado importante para luchar contra el hambre, ayudando así a millones de personas a mejorar su nutrición.

En lo referente a la transición hacia energía limpias, la empresa ha optado por el uso de nuevos tipos de energía, de acuerdo a las tendencias mundiales, constituyéndose en la cadena con más puntos de venta con energía por medio de paneles solares, lo que viene realizando desde el 2018, representado entre un 25% y un 30% del consumo de cada almacén, evitando así emitir CO₂ al ambiente (Fundación Olímpica, 2022).

Para contribuir a la sostenibilidad, ha desarrollado un programa de reciclaje para cerrar el ciclo productivo, con lo cual, lograr un planeta más limpio, donde, se recupera el material reciclado generado en los puntos de venta para darle una adecuada disposición, para su utilización en el comercio, la industria, y distintos ámbitos de la producción. Los productos aprovechados son plástico, cartón, cajas de frutas, cajas plegadizas, bandejas, envases tipo pet, entre otros. También la empresa está vinculada a varios programas posconsumo, con contenedores en más de 100 puntos de venta para la recolección de residuos.

También ha implementado una estrategia de uso racional de bolsas plásticas, logrando su reducción en un 69,4% respecto al 2015, y en las cafeterías se entrega el

aceite de cocina usado para su aprovechamiento y elaboración de nuevos productos como biodiesel, jabón y cera (Fundación Olímpica, 2022).

Así mismo, se han definido políticas para la emisión de informes de sostenibilidad, las cuales son emitidas por la Fundación Olímpica que es la encargada de realizar las prácticas de RSE, estos son publicados en el sitio web de Olímpica S.A., identificando las estrategias adoptadas, y los beneficiarios, donde, se presenta la información sugerida por estándares internacionales como el Global Reporting Initiative (GRI)

En lo que se refiere al Comité de sostenibilidad, tiene como propósito la coordinación de acciones dirigidas a mejorar la competitividad y la innovación asegurando la sustentabilidad, establecer los alcances de las estrategias de responsabilidad social, y sostenibilidad ambiental, aprobar y realizar ajustes al modelo de sostenibilidad de la compañía, diseñar las políticas, velar por que se cumplan los indicadores y metas propuestos, y revisar los informes de sostenibilidad previo a su emisión.

A su vez, el Gobierno corporativo verifica como se desarrollan las estrategias de sostenibilidad, y define si crean valor compartido, cuyo marco de referencia es el Código de Gobierno Corporativo que determina cómo deben efectuarse las relaciones entre la empresa y los agentes de interés.

8. Aspectos básicos del enfoque de sostenibilidad de Olímpica SA

8.1 Caracterización de los informes de sostenibilidad de Olímpica S.A.

En los informes de sostenibilidad se identifican los 4 ejes estratégicos que conforman la sostenibilidad de la compañía, en este caso, nutrición, educación (programa vamos pa' lante), sonríe navidad (Moviendo corazones), y medio ambiente, destacando la presencia que tiene la empresa en los diferentes departamentos de Colombia.

También se muestran los beneficiarios de cada uno de los programas, y los logros alcanzados, y se destacan los nombres de las personas que hacen parte de la Junta directiva y que a su vez integran el Comité de sostenibilidad, encargado de diseñar las estrategias y evaluar el alcance de las mismas.

La sostenibilidad hace parte de la estrategia corporativa de la empresa encaminada a lograr la seguridad alimentaria, la transición hacia energías limpias, y la realización de procesos de reciclaje para la reducción de la contaminación ambiental.

En la parte final de los informes se presentan los estados financieros, en este caso, el estado de situación financiera, el estado de resultados integral, el flujo de efectivo, el estado de cambios en el patrimonio, y las notas tanto de Olímpica como de la Fundación.

Desde los informes, se puede establecer que Olímpica S.A. enfoca la sostenibilidad en los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

- ODS 2: Hambre cero.
- ODS 4: Educación de calidad.

- ODS 7: Energía asequible y no contaminante.
- ODS 9: Industria, Innovación e infraestructura.
- ODS 12: Producción y consumo responsables.
- ODS 13: Acción por el clima.
- ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.

8.2 Enfoques de responsabilidad contenidos en los informes de sostenibilidad de Olímpica S.A.

Se presentan diferentes concepciones acerca de los enfoques de RSE, al respecto, López y Contreras (2018) identifican el macroeconómico, microeconómico, costos de transacción, administrativo, teoría de la regulación, desarrollo sostenible y stakeholders; mientras que, Vélez y Cano (2016) consideran que estos son responsabilidad social corporativa, social gubernamental, social ambiental, social universitaria, y social personal, y Garriga y Melé (2004), citado por Lozano y Parra (2019) indica que estos son el instrumental, integrador, ético y político.

Según Lozano y Parra (2019), la propuesta de Garriga y Melé (2004) es la que presenta la mayor rigurosidad formal, es la más completa, expositiva y explica la relevancia de las prácticas de responsabilidad social, razón por la cual, se tomó como referencia para establecer los enfoques de RSE contenidos en los informes de sostenibilidad de Olímpica S.A.

8.2.1 Enfoque instrumental

Lozano y Parra (2019) indican que este enfatiza en la dimensión económica siendo la empresa instrumento para generar riqueza, la cual, es su única

responsabilidad. Así, las actividades sociales cobran sentido cuando generan utilidades. La inversión social se utiliza para mejorar los resultados de la firma, y para incrementar las ventas, donde, la RSE es una ventaja competitiva que permite la penetración y garantiza el posicionamiento en los diferentes mercados.

De esta forma, es importante identificar las actividades sociales que generen riqueza, y puedan articularse para lograr un mayor rendimiento para los accionistas. Uno de los principales exponentes de este enfoque es Friedman (1970), citado por Lozano y Parra (2019) quien indica que la realización de acciones socialmente responsables es una carga para los accionistas, siendo consideradas como una obra de caridad que no debe ser realizada por el negocio sino a título personal.

También, las actividades sociales deben orientarse a mejorar la reputación de la empresa, por lo que el desarrollo de las mismas se justifica siempre y cuando se genere un retorno asociado a un mejor posicionamiento de la marca. Así, las prácticas de RSE son actos que implican un beneficio financiero o para mejorar la reputación, en síntesis, la responsabilidad social de una firma está relacionada con aumentar las ganancias.

Lozano y Parra (2019) plantean que la RSE es una estrategia competitiva, que obedece a un interés particular como es el mejoramiento productivo, y a su vez, es un instrumento de lucro empresarial que permite a través de las acciones sociales mejorar los resultados del negocio, su imagen y reputación, medidos a nivel contable para la empresa y sus accionistas.

En los informes de gestión y sostenibilidad de Olímpica S.A. del periodo 2016-2020, y con base en el estado de resultados integral, se pudo establecer que la empresa al realizar prácticas de RSE presenta utilidad en cada año, en miles de millones de pesos de \$118.816.926 en el 2016, \$136.303.727 en el 2017, \$94.154.737 en el 2018, \$113.302.393 en el 2019, y \$89.604.015 en el 2020 (Ver tabla 8). Mientras que, la utilidad obtenida sin considerar la RSE es \$37.808.009 en el 2016, \$70.794.191 en el 2017, \$38.813.649 en el 2018, \$133.769.451 en el 2019, y \$8.560.935 en el 2020, es decir que la ganancia es superior en 276,15% en promedio en el periodo de estudio (Ver tabla 9). Esta diferencia se presenta principalmente por los descuentos con los proveedores, el ahorro por la transición hacia energía limpias, y los ingresos por la venta de bolsas plásticas en los puntos de venta.

Tabla 8

Estado de resultados integral con RSE, Olímpica S.A. (2016-2020).

Tabla 9

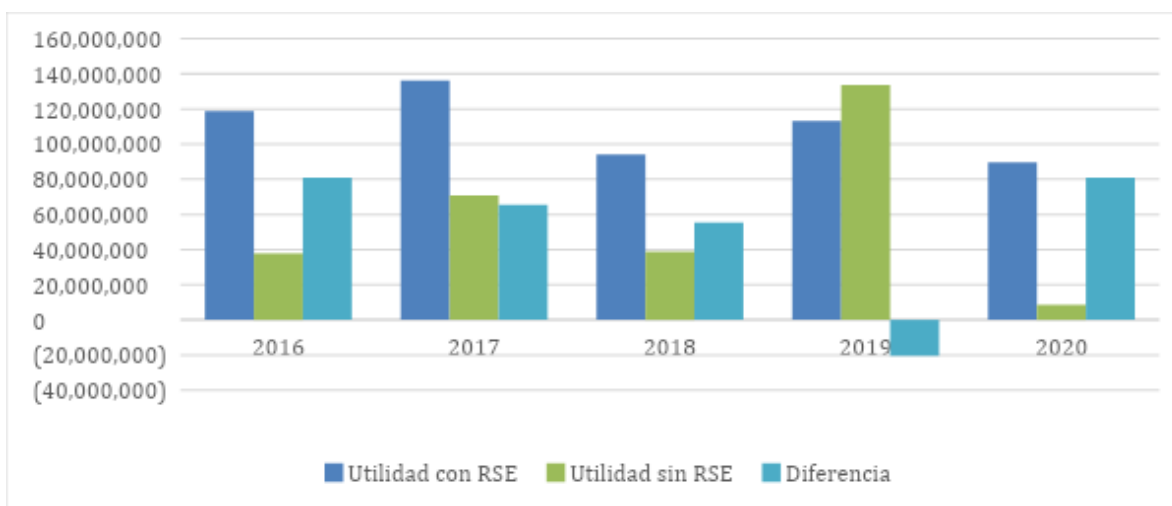
Estado de resultados integral sin RSE, Olímpica S.A. (2016 – 2020)

Al comparar los resultados del negocio con y sin RSE, se pudo establecer que en el 2016 se logró una mayor ganancia equivalente a \$81.008.917 miles de millones de pesos, en el 2017 a \$65.509.536, en el 2018 a \$55.341.088, en el 2019 a -\$20.467.058, y en el 2020 a \$81.043.080, es decir, que este tipo de prácticas fueron utilizadas por la empresa para maximizar su utilidad (Ver Figura 4). En este sentido, el enfoque de responsabilidad social empleado por Olímpica S.A. es instrumental, es

decir, la RSE como herramienta para mejorar la posición financiera del modelo de negocio, el cual, está contenido en sus informes de sostenibilidad (Ver Figura 4).

Figura 4

Utilidades con y sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)



Nota. Elaboración propia.

Olímpica S.A. utiliza también las prácticas de RSE para mejorar su liquidez, lo cual, se puede evidenciar en el Flujo de efectivo del periodo 2016-2020, confirmando que la compañía utiliza la responsabilidad social con un enfoque instrumental en consideración a la información financiera y no financiera tomada de sus informes de sostenibilidad. En el Flujo de efectivo con RSE, se obtuvo un valor en miles de millones de pesos de \$330.217.822 en el 2016, \$450.179.369 en el 2017, \$450.866.932 en el 2018, \$498.431.487 en el 2019, y \$713.886.817 en el 2020 (Ver Tabla 10). Mientras que, en el Flujo de efectivo sin RSE, los valores fueron de \$179.316.333 en el 2016, \$174.323.001 en el 2017, \$38.309.286 en el 2018, \$16.287.503 en el 2019, y \$75.630.048 en el 2020. (Ver Tabla 11).

Tabla 10

Flujo de efectivo con RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)

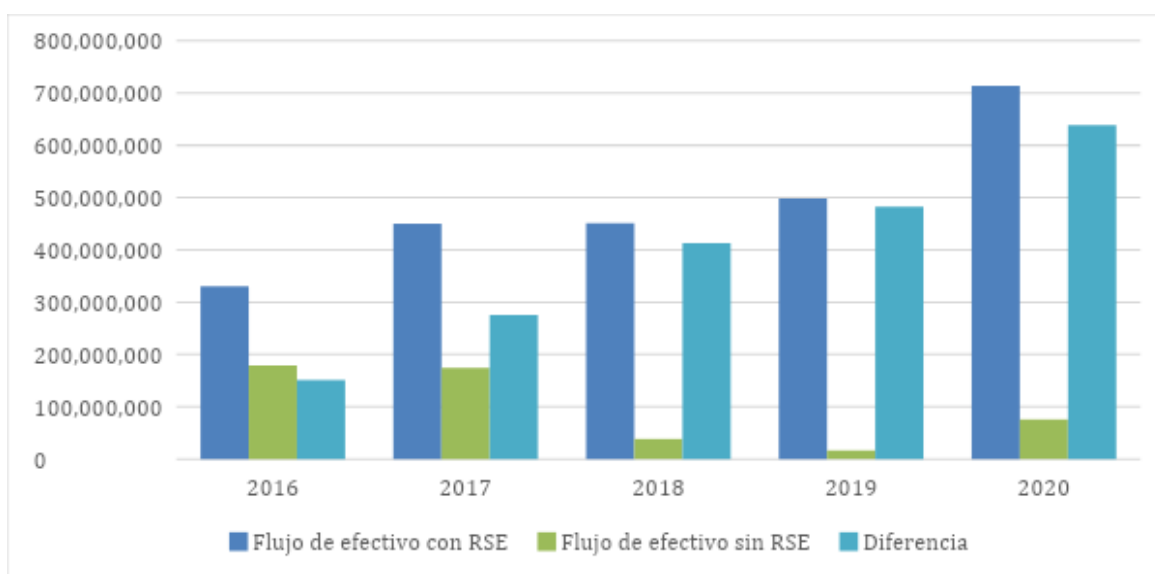
Tabla 11

Flujo de efectivo sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)

Se tiene que al comparar los valores de los flujos de efectivo con y sin RSE, hay un valor superior en cada año cuando se realizan prácticas de sostenibilidad, en miles de millones de pesos de \$150.901.489 en el 2016, \$275.856.368 en el 2017, \$412.557.646 en el 2018, \$482.143.984 en el 2019, y de \$638.256.769 en el 2020, lo que indica que las prácticas de RSE mejoran la liquidez de la compañía (Ver Figura 5).

Figura 5

Flujo de efectivo con y sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)



Nota. Elaboración propia.

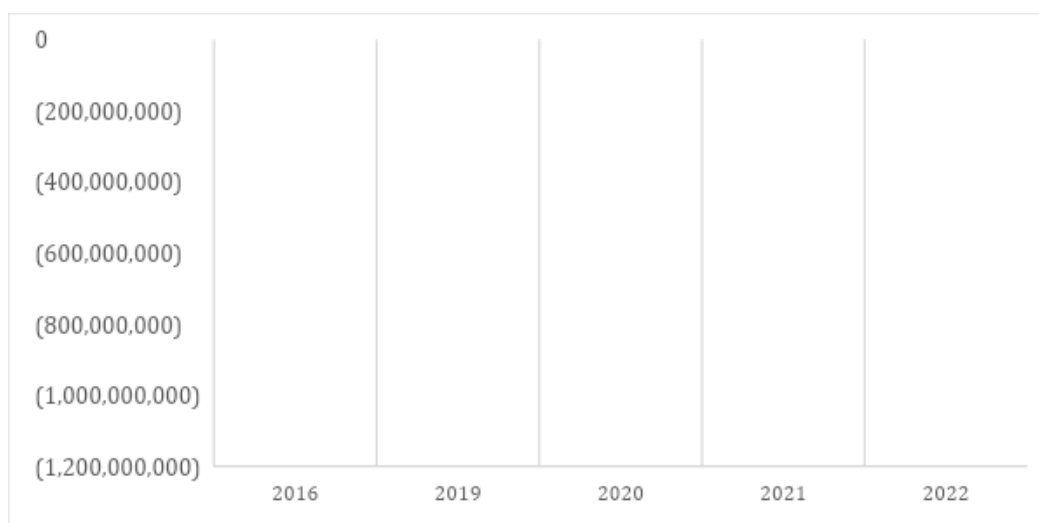
Otro aspecto que permite establecer que Olímpica S.A. utiliza un enfoque instrumental respecto a la responsabilidad social es la creación de valor financiero. Al tomar como referencia el Valor Económico Agregado (EVA) se tiene que con RSE la empresa pierde valor por un valor de -\$884.329.831 en el 2016, -\$973.867.475 en el 2017, -\$1.110.246.737 en el 2018, -\$704.953.098 en el 2019, y -\$807.667.456 en el 2020 (Ver Tabla 12 – Figura 6). Al calcular el EVA sin RSE, se tiene que en el 2016 se pierde valor por -\$936.833.664, \$1.034.520.117 en el 2017, -\$1.178.468.583 en el 2018, -\$743.826.374 en el 2019, y -\$964.472.630, es decir, que la compañía pierde más valor empresarial cuando no desarrolla prácticas de responsabilidad social. (Ver Tabla 13 – Figura 7).

Tabla 12

Valor Económico Agregado (EVA) con RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)

Figura 6

Valor Económico Agregado (EVA) con RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)



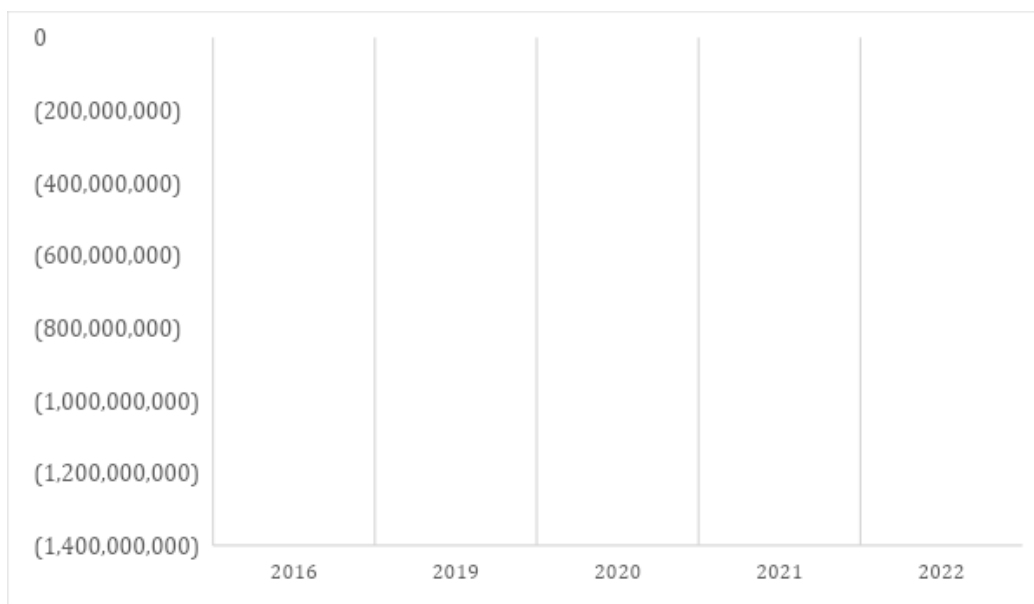
Nota. Elaboración propia.

Tabla 13

Valor Económico Agregado (EVA) sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)

Figura 7

Valor Económico Agregado (EVA) sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)



Nota. Elaboración propia.

Al calcular la diferencia entre los valores del EVA con y sin RSE se tiene que se creó mayor valor si se realizan este tipo de prácticas, de \$52.503.834 en el 2016, \$60.652.642 en el 2017, \$68.221.843 en el 2018, \$38.873.276 en el 2019, y \$156.805.174 en el 2020 (Figura 8).

Figura 8

Diferencias de EVA con y sin RSE, Olímpica S.A. (2016-2020)



Nota. Elaboración propia.

Para establecer en qué porcentaje se genera más valor se calculan los flujos descontados de la siguiente forma.

De acuerdo con estos valores, se tiene que se crea mayor valor con prácticas de RSE en \$656.977.183 equivalente a 7,16%, así, Olímpica S.A. emplea la sostenibilidad esencialmente para la creación de valor financiero.

8.2.2 Enfoque político

Esta teoría se soporta en que las corporaciones realizan prácticas de responsabilidad social para incidir en lo político, lo cual, viene dado por el poder e influencia de una firma en lo económico, evidenciado de acuerdo a Lozano y Parra (2019) en dos grupos, por una parte lo macroeconómico y social, que es la responsabilidad para emplear de manera eficiente los recursos para maximizar las utilidades, lo que a su vez beneficia a la sociedad, y por otra parte lo microeconómico y social, en el que se aplica la RSE como una inversión costo beneficio para satisfacer a colaboradores, clientes y sociedad, para lograr una mayor rentabilidad, sin embargo, la creación de riqueza no es necesaria para ser socialmente responsable.

Según Lozano y Parra (2019) en este enfoque pueden identificarse teorías como el constitucionalismo corporativo, la ciudadanía corporativa, contrato social integrador, y filantropía corporativa. Así, de acuerdo a Cancino y Morales (2016) la relación entre la

empresa y la sociedad se da por una especie de constitucionalismo, donde, además de los propósitos económicos, se debe observar el marco institucional determinado por los grupos de interés, donde, es necesario estimar los siguientes aspectos: técnico (físicos y lógicos), económico (valores de mercado por consumo), y humano (satisfacción de necesidades de los consumidores).

En el caso de Olímpica S.A., la familia Char ha sido reconocida como de tradición en lo político y económico con incidencia en sectores como el retail, farmacia, fútbol, inmobiliario, inversión y publicidad, consolidado a partir de potentes maquinarias políticas, teniendo su principal poder en la Costa Atlántica, donde, controla el 51% de las alcaldías en el Atlántico, con influencia en la Guajira, Magdalena y Córdoba (Semana, 2021).

Desde la llegada de Ricardo Char, padre de Fuad, actual propietario de Olímpica S.A., se ha venido estructurando todo un monopolio económico que saltó a lo político, consolidado al invertir en el fútbol como socio mayoritario del Junior de Barranquilla, lo que popularizó su nombre para llegar a la Gobernación del Atlántico, posteriormente fue Ministro de Desarrollo en el gobierno de Virgilio Barco (1986-1990), y senador hasta el 2010. Así mismo, su hijo Arturo Char ha sido elegido como senador, y Alejandro Char ha llegado varias veces a la Alcaldía de Barranquilla.

Así, Fuad y la familia Char ha tenido una incidencia permanente en lo político, en que ha combinado la riqueza que le ha generado Olímpica S.A., y las estrategias políticas para lograr el fortalecimiento e influencia de su Grupo económico. Al respecto Cano (2020) plantea que los Char colocan alcaldes en Barranquilla, y mueven fichas en el Congreso lo que ha permitido su anclaje por medio de una transferencia de capital

político construido a través de los años, llevando a que este clan se convierta en amo de la Costa Atlántica.

Igualmente, las prácticas de RSE no solo han contribuido a la maximización de las utilidades y a consolidar el poder económico del Grupo Char, sino a fortalecer sus alianzas políticas, donde, las donaciones realizadas directamente, a través de la Fundación Olímpica, a la Uniandes y Unicef han servido para ganar popularidad facilitando a que varios integrantes de la familia y amigos políticos ocupen cargos de elección popular. Así, es innegable que los informes de sostenibilidad representan una herramienta para mostrar su gestión social a los grupos de interés, y a la vez para aumentar su poder político.

La Fundación Olímpica, además de canalizar los esfuerzos de las empresas que conforman el conglomerado empresarial para lograr el bienestar social y el desarrollo de las comunidades donde operan, también ha participado en política, cumpliendo un rol importante para incidir en el voto de las personas que se ven favorecidas con las donaciones y beneficios que ofrece el Grupo, por lo tanto, las prácticas y los informes de responsabilidad social de la compañía presentan un enfoque político estratégico.

Se puede establecer entonces que Olímpica S.A. logra rendimientos financieros importantes, de los cuales, destina una parte a la realización de prácticas de responsabilidad social, las cuales, le han permitido consolidarse no solo en lo económico sino en lo político, así, a partir de este enfoque se puede determinar que la compañía es socialmente responsable, dado que no hay necesidad de devolver un equivalente por el uso de los recursos productivos, sino destinar una parte de los beneficios financieros para cumplir con las obligaciones sociales, informando a la

sociedad de los objetivos perseguidos, recursos utilizados, y resultados económicos, sociales y ambientales.

8.2.3 Enfoque integrador

En este enfoque, las empresas deben incorporar las demandas sociales, enfocándose en su captación, identificación y respuesta, igualmente, se destaca la dependencia que tienen los negocios de la sociedad para su desarrollo, crecimiento y supervivencia. Según Chaves y Mondragón (2018) se trata de una visión más compleja que prioriza las interrelaciones más allá de los objetivos empresariales, ajustando la realidad al sistema económico y a las necesidades de la sociedad, siendo esta relación de tipo simbiótico.

Jiménez (2017) plantea que la responsabilidad social de las empresas debe llevarse a un nuevo nivel que sea coherente con las normas, expectativas y valores, comprendiendo que se nutre de su contexto y que depende de los trabajadores, medio ambiente y clientes para existir.

También, en este enfoque se resalta que la RSE es una forma de hacer negocios a través del compromiso de la organización para contribuir a la sostenibilidad, destacando los ámbitos sociales y ambientales, en este último, las empresas deben asumir su responsabilidad por el desarrollo de sus procesos, servicios, productos, y su impacto en la biodiversidad, aire, agua, y recursos naturales.

Olímpica S.A. tiene un enfoque integrador en sus informes de sostenibilidad debido a que además de realizar gestión con sus colaboradores, sociedad y medio ambiente, comunica de las mismas a través de sus reportes de RSE. En cuanto a la gestión del talento humano, y dentro del Programa educativo vamos pa'lante, ofrece becas para apoyar a un grupo selecto de empleados de punto de venta con el financiamiento de becas universitarias, aportando así a la construcción de un futuro mejor y brindando mayores oportunidades para el desarrollo personal y profesional de los beneficiarios, donde, se ofrece además auxilio de transporte y manutención, acompañamiento psicosocial, y equipo de cómputo (Fundación Olímpica, 2022). La empresa se ve favorecida con esta práctica de responsabilidad social dado que mejora su reputación corporativa, y permite contar con personal calificado y motivado que aporta a la productividad del modelo de negocio, y a la mejora de su posición competitiva.

En lo que respecta a la gestión social, se tiene el Programa de nutrición, uno de los ejes de intervención de mayor relevancia de la compañía, enfocado en la prevención de la desnutrición infantil, desarrollado por medio de la estrategia seres de cuidado, en alianza con UNICEF Colombia, para mejorar el cuidado integral de la primera infancia y contribuir a minimizar el riesgo nutricional y de enfermedades asociadas.

Con el Programa Moviendo corazones se entregan aguinaldos y se desarrollan jornadas de recreación a niños y niñas de escasos recursos que habitan en las zonas de influencia de Olímpica, donde, se realiza un acercamiento con la comunidad, a

quienes se entregan regalos y refrigerios en un marco de actividades recreativas y dinámicas.

Así, Olímpica S.A. no solo identifica problemáticas sociales como la desnutrición infantil y la pobreza extrema, sino que desarrolla acciones puntuales para incidir de forma positiva en su mitigación, contribuyendo así a un mundo mejor y más equitativo, lo que hace parte de una visión integradora de la responsabilidad social.

El eje de intervención medio ambiente, vela por el bienestar y calidad de vida de las comunidades donde actúa, generando el mínimo impacto ambiental, siendo esto posible con la implementación de acciones sostenibles para lograr un equilibrio entre lo económico, cuidado del planeta y bienestar social. En este marco, se desarrollan procesos de reciclaje en el que se aprovecha material reutilizable generado en los puntos de venta en todo el país para mitigar el impacto ambiental.

También se instalan paneles solares en los puntos de venta, como estrategia para transitar hacia el uso de energías limpias, siendo en la actualidad el retail líder en este tipo de cubiertas que conllevan un ahorro importante de energía, aportando a la reducción del cambio climático y a la huella de carbono.

Así, la organización busca ser ejemplo en el uso de nuevos tipos de energía de acuerdo a las demandas globales, lo que viene realizando desde el 2018, siendo uno de sus logros más importantes y que tiene impacto significativo en la emisión de gases de efecto invernadero, lo cual, no solo ayuda al medio ambiente sino que favorece sus finanzas, dado que la energía eléctrica es uno de los costos más altos de la cadena de almacenes.

La compañía no solo realiza prácticas puntuales para contribuir a la reducción de los problemas sociales, sino que las comunica a los grupos de interés por medio de informes de sostenibilidad publicados en su sitio web corporativo que tratan de cubrir los puntos más importantes en materia de responsabilidad social de acuerdo a estándares internacionales como el Global Reporting Initiative (GRI), tratando de ofrecer información financiera y no financiera de calidad que sirva de base para el proceso de toma de decisiones de los grupos de interés. En este caso, se ofrece información respecto a los tópicos establecidos en la GRI 100 relacionados con fundamentos, contenidos generales, y enfoques de gestión respecto a lo económico, social y ambiental.

8.2.4 Enfoque ético

Este enfoque se basa en la concepción que es necesaria la realización de acciones socialmente responsables para cumplir derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, de los trabajadores, preservación del medio ambiente, y preocupación por el desarrollo sostenible para lograr el bien común (Chávez y Mondragón, 2018).

Es importante resaltar que el enfoque ético puede llegar a determinar un actuar justo por parte de la empresa, priorizando actividades para la mejora del entorno y el bienestar de los grupos de interés. Tello y Rivera (2016) plantean que la teoría ética es un asunto teórico moral, y lo moral cumple la función de contribuir a que los actos de una persona o grupo se realicen de manera favorable para la sociedad.

Tinoco (2016) indica que se plantea la necesidad de promover un desarrollo humano que involucre las generaciones actuales y futuras, debiendo la empresa buscar un triple resultado en lo económico, social y ambiental.

Olímpica S.A. no solo desarrolla prácticas de RSE relacionadas con los colaboradores, lo social y ambiental, sino que plantea indicadores de gestión, y metas corporativas sociales para evaluar los resultados obtenidos de acuerdo a estándares éticos, lo que permite evidenciar la adopción de este enfoque, donde, no solo se trata de desarrollar ciertas actividades sino valorar el alcance de las mismas para establecer el impacto en los grupos de interés.

Igualmente, la compañía se enfoca en el bienestar humano teniendo como objeto mejorar el nivel educativo de sus colaboradores, y de estudiantes de bajos recursos, igualmente, garantizar la nutrición y salud de niños y niñas menores de cinco años en regiones que presentan alto índice de desnutrición infantil, y realizar una gestión ambiental a través de la búsqueda de energías limpias para reducir la huella de carbono, con lo cual, las generaciones futuras puedan disfrutar de un mejor planeta, y de recursos naturales óptimos para tener una calidad de vida digna, o al menos mejor a la actual.

A pesar de los cuestionamientos en materia política, Olímpica S.A. ha tratado de actuar dentro de un marco ético, especialmente en lo que se refiere a acabar con el hambre de niños y niñas, y de optar por el uso de energías limpias, procurando así contribuir al desarrollo sostenible. Para garantizar la sostenibilidad de su operación, dispone de un Comité de sostenibilidad, que se encarga de estructurar y determinar los alcances de los ejes de intervención en materia social y ambiental, igualmente, políticas

de sostenibilidad, y gobierno corporativo, lo que muestra su compromiso con el bienestar humano y con reducir el impacto que su operación pueda generar en el planeta.

En cuanto al Gobierno corporativo, señala la manera en que la compañía debe ser administrada para alinear sus objetivos económicos con los de los grupos de interés, y revisar los mecanismos de control para los diferentes órganos que la conforman. Con este se busca proteger los intereses de los inversores, estar a la altura de los requerimientos de los mercados nacionales, y considerar las necesidades de las partes interesadas.

9. Conclusiones

1. Olímpica S.A. presenta dos ejes estratégicos de RSE, uno denominado responsabilidad social en el que están los programas de nutrición, moviendo corazones, y vamos pa' lante, y otro de sostenibilidad ambiental en el que se realizan procesos de reciclaje y la transformación hacia el uso de energías limpias, lo que muestra el compromiso de la compañía por el bienestar de los colaboradores, el medio ambiente, y el desarrollo sostenible, así mismo, tiene en cuenta las expectativas de los grupos de interés, los principios del Pacto Global, los estándares de sostenibilidad mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

2. El modelo de negocios y el de sostenibilidad de Olímpica S.A. se articulan a través de un Comité conformado por directivos de la compañía y de la Fundación, igualmente, por políticas, y por el gobierno corporativo, que representan un marco de actuación de la empresa para sus relaciones con los diferentes grupos de interés, con el propósito que estas se realicen dentro de un marco ético.

3. Al comparar la inversión social con los beneficios financieros obtenidos se pudo establecer que estos últimos son superiores maximizando de esta forma su utilidad, por lo cual se pudo determinar que la compañía no es socialmente responsable debido a que no devuelve un equivalente por el uso de los recursos productivos.

4. Es evidente que Olímpica S.A. ha adoptado un enfoque instrumental, dado que las prácticas de RSE le han permitido aumentar su riqueza, lograr un mayor nivel de liquidez, y crear más valor económico, donde, a pesar de generar valor social este no es equivalente.

5. Olímpica S.A. ha aprovechado la riqueza generada por el modelo de negocios para influir en lo político, logrando que miembros de la empresa ocupen cargos de elección popular, lo cual, le ha permitido estructurar un ambiente favorable para generar más riqueza y convertirse en un monopolio político -económico en la Costa Atlántica.

6. La empresa ha asumido un enfoque integrador considerando que se ha preocupado por identificar problemáticas sociales como la desnutrición y el deterioro del medio ambiente, para lo cual, ha adoptado medidas que han permitido mitigar su impacto, así mismo, ha desarrollado acciones concretas para el logro del bienestar humano en las zonas donde opera.

7. Olímpica S.A. también ha adoptado un enfoque ético, dado que no solo realiza prácticas de RSE, sino que evalúa su alcance desde lo económico y social por medio de indicadores y metas, igualmente, porque garantiza que su operación sea sostenible con la articulación de su modelo de negocios y sostenibilidad por medio de un Comité, políticas y gobierno corporativo.

Referencias bibliográficas

Aledo, A. (2018). *La cara oculta de la Responsabilidad Social Corporativa*.
<http://www.albasud.org/noticia/es/223/la-cara-oculta-de-la-responsabilidad-social-corporativa>.

Alonso, J. (2016). *La empresa en tiempos de cambio: La RSE y los negocios inclusivos*. La Rioja: Universidad de La Rioja.

Argandoña, A. (2017). *Otra definición de Responsabilidad Social*. Navarra: Universidad de Navarra – Business School.

Bermeo, D., y Sarmiento, N. (2019). *Realidad de la Responsabilidad Social Empresarial y su valor financiero en Colombia*. Santa Marta: Universidad Cooperativa de Colombia.

Cancino, C., y Morales, M. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial*.
https://www.researchgate.net/publication/43650508_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIA.

Cano, L. (2020). *El clan Char: una fábrica de negocios y politiquería*.
<https://www.pares.com.co/post/el-clan-char-una-f%C3%A1brica-de-negocios-y-pol%C3%ADtiquer%C3%ADa>.

Castillo, S. y Rivadeneira, A. (2017). *Teorías y enfoques que sustentan la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Chaves, C., y Mondragón, S. (2018). *Estrategias de desarrollo humano de una empresa del sector textil y confecciones colombiana adherida a la red del Pacto Global*. Bogotá: Universidad El Bosque.

Correa, D., y Hernández, D. (2017). *Informes de sostenibilidad y su impacto en la creación de valor financiero de las empresas*.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/331295>

Domínguez, R., et al. (2019). *Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad*. Santiago: Naciones Unidas.

Dorado, M., Realpe, L., y Tovar, K. (2018). *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde el contexto de la contabilidad social: situación actual y perspectivas*. Popayán: Universidad Cooperativa de Colombia. Domínguez, et al. (2019)

Ethos. (2020). *¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?*.
<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang=ptBR>.

Fundación Olímpica. (2022). *Informe Fundación Olímpica 2021*. Barranquilla: Olímpica S.A.

Jiménez, M. (2017). *La responsabilidad social empresarial, pública e individual en la obra de Rousseau*. Revista digital Gestión y estrategia.

Jiménez, V. (2017). *El aseguramiento de los informes de sostenibilidad en España*. Cantabria (España): Universidad de Cantabria.

Lopes, M. y Moneva, J. (2017). *El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa, Petrobrás versus Repsol*. Madrid: Contaduría y Administración 58 (1). 131-167.

López, S., y Contreras, S. (2018). *El concepto Responsabilidad Social Empresarial desde diversos enfoques teóricos*.
https://www.researchgate.net/publication/260284600_El_Concepto_de_Responsabilidad_Social_Empresa.

Lozano, M. y Parra, Y. (2019). *Enfoques de responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.

Lozano, M., y Parra, Y. (2019). *Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.

Mall & retail. (2020). *Olímpica el 2 retail más importante del país 100% nacional*.
<https://www.mallyretail.com/actualidad/mall-y-retail-boletin-272-noticia-1>

Monitoreo de medios. (2022). *Modelo de negocio de Olímpica S.A.*
<http://www.monitoreodemedios.co/grupo-organizacion-radial-olimpica-sa-oro-sa/>

Moreno, J. et. al. (2019). *RSC: Para superar la retórica*. Madrid: Economistas sin fronteras.

Mosquera, L. (2019). *Una mirada de la RSE desde la contabilidad social. Estudio de caso: Empresa de servicios de transporte de la ciudad de Popayán*. Popayán: Universidad del Cauca.

Nino, T. y Cortés, M. (2018). *Comunicación estratégica y Responsabilidad social empresarial, escenarios y potencialidades en creación de capital social: una revisión de la literatura*. Revista Prisma Social No. 22. López (2019)

Olímpica. (2022). *Informe de gestión 2021*. Barranquilla: Área contable financiera.

Patiño, D. (2018). *Marco Legal de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia*. Barranquilla: Universidad de La Costa.

Pinta, Y., y Vargas, M. (2019). *RSE como estrategia de desempeño financiero y transparencia corporativa*. Bogotá: Uniminuto.

Robbins, S. y Coulter, M. (2018). *Administración*. México: Pearson.

Rojano, L. y Mercado, S. (2017). *Análisis del posicionamiento de la cadena de supermercados Olímpica S.A. en la ciudad de Cartagena*. Cartagena: Universidad de Cartagena.

Romo, Z., y Cerrudo, M. (2018). *La RSC como herramienta de gestión y comunicación de la reputación corporativa*. *Austra Comunicación*, Vol. 6 No. 2.

Semana. (2021). *El poder de los Char en la política colombiana*.
<https://www.semana.com/semana-tv/el-poder/articulo/el-poder-de-los-char-en-la-politica-colombiana/687062/>.

Strandberg, L. (2017). *La medición y comunicación de la RSE: Indicadores y normas*. Madrid: Responsabilidad Social de la empresa y Gobierno Corporativo.

Tello, C., y Rivera, P. (2016). *Fundamentos éticos disciplinares de la responsabilidad social organizacional*. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*.

Tinoco, U. (2016). *Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Utria, L., De La Espriella, L. y Cásseres, M. (2017). *Análisis de la evolución teórica de la Responsabilidad Social Empresarial*. Cartagena: Gerencia Libre (3) (15-24).

Vega, R. (2022). *Diseño de un plan estratégico de marketing digital para mejorar el posicionamiento del punto de venta Olímpica del municipio de Sampedro (Sucre)*.

Grupo empresarial Olímpica S.A. Montería: Universidad de Córdoba.

Vélez, X., y Cano, E. (2016). *Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas*. Revista científica dominio de las ciencias, 2, 117-126.

Volpentesta, J. (2018). *Confluencia de teorías en torno a la RSE*. Revista de Ciencias Administrativas.