

Una mirada a la Responsabilidad Social Empresarial desde la misión;

Diócesis de Yopal

Segundo Juvenal Cicuariza Figueredo

Universidad Nacional Abierta y Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de negocios –

ECACEN

Maestría en administración de Organizaciones

Octubre 2023

Tabla de contenido

Prologo.....	7
Introducción	11
Justificación	13
Pregunta problema	16
Hipótesis	16
Objetivos.....	17
Objetivo General.....	17
Objetivos Específicos	17
Referentes teóricos.....	18
Doctrina Social de la Iglesia.	18
Responsabilidad Social Empresarial.....	22
Marketing Social.....	25
Referentes metodológicos.....	28
Tipo de investigación.....	28
Diseño de la investigación	29
Técnicas e instrumentos de investigación.....	29
Técnica de Revisión Documental	30
Encuesta	30
Resultados.....	33
Introducción	33
Resultados cuantitativos	33
Descripción del conjunto de datos cuantitativos.	33
Análisis estadístico	35
Interpretación preliminar	43

Resultados Cualitativos	46
Descripción del conjunto de datos cualitativos	46
Hallazgos de la revisión documental.	47
Interpretación preliminar	52
Integración de resultados	54
Resumen de hallazgos.....	58
Referencias Bibliográficas.....	61
Anexos	66
Anexo 1. Formato de cuestionario.....	66

Lista de figuras.

Figura 1: DSI en Colombia.....	37
Figura 2. Participación Política de la DSI	39
Figura 3. <i>Procesos de Formación y Capacitación en la DSI</i>	40
Figura 4. Canales de divulgación de la DSI	41
Figura 5. Marketing Social en la RSE	42
Figura 6. Relación entre la DSI y la RSE	48
Figura 7. Impacto de la DSI y la RSE a través de las acciones de la Diócesis de Yopal	49
Figura 8. Recomendaciones para fortalecer la RSE en la Diócesis de Yopal	51
Figura 9. Aspectos generales de la RSE en la Diócesis de Yopal	52

Resumen

Las organizaciones cada vez se hacen conscientes de un compromiso socialmente responsable, por tal motivo, hacen esfuerzos que contribuyen a alcanzar un sano equilibrio en las exigencias sociales, económicas y ambientales; no ajena a ello, la diócesis de Yopal desde el ejercicio y la praxis de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI), a lo largo de la historia ha impactado de manera directa la vida de los ciudadanos y de las comunidades a través de programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y la promoción integral de la dignidad humana; es así, que la presente monografía centra su esfuerzo académico en visibilizar esta labor mediante un ejercicio de aplicación de elementos de la metodología mixta donde se implementaron procedimientos de recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos que arrojaron como resultado; entre otras cosas, la influencia marcada de la Doctrina Social de la Iglesia sobre la configuración actual de la Responsabilidad Empresarial, el impacto trascendental de la labor de la iglesia en la transformación social y los retos que urgen en aras de visibilizar su labor en el territorio.

Palabras clave: Doctrina Social de la Iglesia, Responsabilidad Social Empresarial, Marketing Social, Grupos de Interés, Transformación social

Abstract

Organizations are becoming increasingly aware of a socially responsible commitment, for this reason, they make efforts that contribute to achieving a healthy balance in social, economic and environmental demands; no stranger to this, the diocese of Yopal from the exercise and praxis of the Social Doctrine of the Church (DSI), throughout history has directly impacted the lives of citizens and communities through programs that promote economic development, education and the comprehensive promotion of human dignity; Thus, this monograph focuses its academic effort on making this work visible through an exercise in the application of elements of the mixed methodology where procedures for the collection and analysis of qualitative and quantitative data were implemented, which resulted; among other things, the marked influence of the Social Doctrine of the Church on the current configuration of Corporate Responsibility, the transcendental impact of the work of the church in social transformation and the challenges that are urgent in order to make its work visible in the territory.

Key Words: Social Doctrine of the Church, Corporate Social Responsibility, Social Marketing, Interest Groups, Social transformation

Prologo

La llegada del siglo XX significo para el mundo, un cambio de las relaciones sociales y las relaciones sociales de producción. La rápida industrialización del mundo, las dinámicas laborales del *Fordismo* y el *Taylorismo*, en donde según Zuccarino (2012), las empresas decidieron especializar a sus trabajadores en las actividades y tareas diarias que estos desarrollaban con el fin de adquirir una mayor producción y rentabilidad en las ventas del producto.

En este sentido, estas transformaciones laborales llevaron a que las personas (trabajadores) y las empresas corporativas e industriales, mantuvieran una estrecha relación en el desarrollo económico e industrial del momento. Las industrias y las empresas significaron el centro de acumulación de la fuerza de producción en el mundo y los procesos como el *Fordista* en Estados Unidos y el *Toyotista* en Japón, permearon y marcaron unas nuevas relaciones económicas, sociales y laborales.

Esta nueva configuración laboral, va ser determinante para el futuro de la relación entre las empresas y la sociedad, la cual finalmente es toda la clase trabajadora que permite generar la producción y las rentas y ganancias comerciales; para autores como Palacio (2020), los conflictos sociales, políticos y militares de comienzos del siglo XX, esto es las dos grandes guerras, llevaron a que la humanidad centrara su atención en la importancia de la resolución de conflictos de forma pacífica, es por eso que las empresas abordan de una manera incisiva sobre la configuración de la denominada Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Para entender el concepto de responsabilidad social empresarial es importante comprender que existen unos principios básicos con los que debe contar un empresario como lo es la ética y la moral. La moral es entendida como ese conjunto de acciones, principios o valores que definen a una persona o un colectivo en un determinado momento y que se convierten en un código de conducta sobre ellos y sobre los demás, esta permite crear relaciones con el entorno y consigo mismo. Por su parte la ética es aquella que estudia las conductas de las personas o los colectivos, la responsabilidad establece la necesidad de responder a la aplicación y ejecución de los estos principios.

Es posible entonces definir la ética empresarial como aquellos principios empresariales que le permiten a la empresa tener una mejor relación con sus grupos de interés y le permiten establecer relaciones de confianza asegurando tratos igualitarios basados en el gobierno corporativo el cual está compuesto por aquellas personas que dirigen la compañía y que deben actuar bajo principios de honestidad, transparencia, cumplimiento, respeto, así como la lucha en contra de la corrupción (Palacio, 2020).

Con el nacimiento de la ONU y el surgimiento de los derechos humanos en el mundo se estableció diferentes ejercicios políticos y sociales que llevaran a adquirir una profunda conciencia social; es así, que las organizaciones coinciden en adoptar un compromiso con el desarrollo sostenible y una adhesión voluntaria de las empresas a la RSE, poniendo en marcha programas de responsabilidad social.

Este llamamiento a la humanidad, en el que se encontraba la sociedad de esta época, involucro a diferentes sectores civiles, para este caso en particular, la iglesia católica jugo un papel trascendental en la configuración de la denominada RSE, pues, de acuerdo a Giniger (2014), mientras el mundo vivía estas guerras mundiales y trataba de establecer otros principios éticos, morales y humanos, sectores eclesiásticos formularon la denominada Doctrina Social de la Iglesia (DSI), la cual, según la autora, es un propuesta de origen filosófico permeada totalmente por el contexto mundial conflictivo, la cual intenta desarrollar un enfoque de integración de clases.

La perspectiva anterior, va a consolidarse como la piedra angular y programática de los diferentes sindicatos de obreros católicos, esta situación va a influir directamente sobre estos primeros momentos y etapas de la RSE, motivo por el cual, a partir de este momento, las organizaciones cada vez se hacen consientes de un compromiso socialmente responsable, por tal motivo, hacen esfuerzos que contribuyen a alcanzar un sano equilibrio en las exigencias sociales, económicas y ambientales.

En este orden de ideas, el presente trabajo de investigación se encuentra nutrido y constituido por la identificación de la influencia de la DSI sobre la constitución y configuración actual de la RSE, estableciendo y analizando experiencias organizativas que

giran en este sentido y desarrollan sus prácticas laborales basadas en estos procesos de relacionamiento laboral.

En este sentido, la recopilación de experiencias que permitan desarrollar este propósito investigativo, será la principal motivación académica, resaltando las actividades económicas y socialmente responsables que vienen desarrollando algunas organizaciones en diferentes lugares del territorio. Para el caso del presente trabajo se planteará un análisis centrado en la Diócesis de Yopal desde el ejercicio y la praxis de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI), la cual es reconocida a lo largo de la historia por el impacto generado de manera directa en la vida de los ciudadanos y de las comunidades a través de programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y la promoción integral de la dignidad humana.

Por la naturaleza de su ejercicio la diócesis de Yopal como organización fomenta un ambiente de beneficio para la comunidad, aporta al desarrollo humano sostenible y solidario, sirve a la sociedad en la transformación de la realidad, generando compromiso, confianza y creando un impacto positivo, que se traduce en mejora de la calidad de vida y la participación activa de cada miembro en la sociedad. Visibilizar esta labor, empodera y despierta en la sociedad un compromiso frente a las dimensiones que propone la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en donde lo económico, lo ambiental y lo social cobre relevancia y se incorporen efectivamente en las problemáticas de la sociedad influenciando positivamente el entorno y así, incrementar la rentabilidad, la competitividad y la sostenibilidad.

En este sentido, el desarrollo del presente trabajo tiene como intención identificar y visibilizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la diócesis de Yopal a través de la historia y su impacto en la comunidad; como ejercicio llevado a cabo desde las acciones de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI). La formulación e implementación de este proyecto, se establece a su vez, como una robusta posibilidad de sistematizar y visibilizar los impactos de la DSI en las formas de organización social que constituye la sociedad y que en la actualidad se encuentran en un estado de detrimento.

Bajo esta perspectiva, la Responsabilidad Social Empresarial en su ejercicio de desarrollo sostenible da respuestas a los grandes retos del mundo actual y que constituyen problemáticas globales, proponiendo un crecimiento equilibrado en las tres grandes dimensiones; económica, ambiental y social. Este mismo ejercicio es relevante e inherente a la actividad y misión que lleva a cabo la DSI en los diferentes territorios del orden nacional; desde una dimensión social, se quiere ofrecer una contribución a la verdad sobre el lugar que el hombre ocupa en el mundo y en su entorno, ayuda a orientar el orden social, político, económico, cultural y ecológico, justo y solidario y motiva escenarios donde él pueda desarrollarse y vivir en paz.

Introducción

El contexto social, económico y político del siglo XXI, establece diferentes retos para el abordaje y superación de diferentes problemáticas globales relacionadas con: **la crisis climática, la pobreza, el acceso a los derechos básicos, el uso racional de los recursos naturales**, entre otros (León et al., 2018). Bajo esta perspectiva, es necesario que todos los actores económicos, sociales y políticos, logren constituir planes y programas que logren superar estas problemáticas que, en la mayoría de las ocasiones, se establecen como base de conflictos sociales.

Desde el escenario empresarial, la presente investigación, pretende identificar la influencia y el relacionamiento que existe entre la perspectiva de Responsabilidad Social Empresarial y la Doctrina Social de la Iglesia, como un ejercicio de impacto económico, laboral y social, reconociendo los factores que anteceden y configuran a cada una de los dos enfoques. En este orden de ideas, el desarrollo del presente trabajo plantea como propósito general la identificación y visibilización de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el caso particular de la diócesis de Yopal a través de la historia y su impacto en la comunidad; como ejercicio llevado a cabo desde las acciones de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI).

Siguiendo a López & Peñalosa (2019), en la actualidad, la RSE se ha logrado establecer como un elemento central para la constitución de las empresas en el mundo; según las autoras, las nuevas generaciones de empresarios son conscientes de la necesidad de constituir prácticas, leyes, normativas y orientaciones de desarrollo y crecimiento sostenible. En este orden de ideas, las empresas han profundizado en la idea de la RSE, atravesando varias etapas que algunos autores han robustecido conceptualmente.

De acuerdo a Correa (2007), se establece una fase inicial, la cual sugirió una primera propuesta frente a los cambios y transformaciones que se viven durante el periodo comprendido a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, en dicho periodo no existe un marco conceptual sobre RSE, sin embargo, las empresas desarrollan sus actividades sociales y filantrópicas desde una perspectiva empírica que era impulsada como respuesta a las grandes catástrofes y conflictos sociales y políticos de la época.

Posteriormente, en una segunda fase e impulsadas por el nacimiento de organizaciones multilaterales como la Organización de Naciones Unidas, las organizaciones, empresas y compañías industriales, asumen un papel más crítico con respecto a su accionar empresarial y los efectos que esta podía tener sobre el entorno que los rodean, el estado inicia un proceso de vigilancia y control para salvaguardar los intereses públicos y del medio ambiente (Correa, 2007).

Esta segunda fase se ubica durante los años 50 y 60 del siglo XX, momento en que la Segunda guerra mundial había terminado, las economías mundiales orientan sus recursos al fortalecimiento de la industria y el comercio; tanto los países como las organizaciones profundizan en la necesidad de establecer nuevos lazos de relacionamiento social y de tratamiento a los conflictos, incentivando la responsabilidad social y la humanización, estos elementos van a constituir la estructura teórica y conceptual que en décadas anteriores había hecho falta a la RSE (Herrera et al., 2020).

Finalmente, en la tercera fase, existe una interrelación más estrecha entre las capacidades y las actividades que desarrolla el estado y la empresa en relación a la responsabilidad social sobre el trabajador y en general sobre las relaciones sociales y de producción (Correa, 2007). En este sentido, existen y proliferan políticas más reguladoras, en cuanto a la acción empresarial, lo que permite que se unan organizaciones y grupos de interés, que estimulan a un compromiso serio y coherente, y de largo plazo ante las necesidades que se venían identificando en la sociedad.

Por su parte, desde un enfoque relacional, la Doctrina Social de la Iglesia, plantea como eje fundamental de la sociedad la enseñanza moral elaborada en el seno de la Iglesia como respuesta histórica a los problemas económicos y sociales producidos a partir de la revolución industrial hasta nuestros días (Arboleda, 2011). En este sentido, el enfoque de la DSI, es abordar las dinámicas y factores que inciden en la organización laboral y obrera en el mundo, estos establecer los principios rectores de las relaciones laborales de poder.

A partir de lo planteado por autores como Letelier (2017), los principios que orienta la Doctrina Social de la Iglesia se manifiestan en los propios principios sociales constitutivos, como los son el bien común, la solidaridad, la justicia, entre otros, esto quiere

decir que los planteamientos de la DSI van mucho más allá de orientaciones católicas o de las personas que siguen esta religión, sino que involucra un enfoque sobre el relacionamiento social de las personas, esto es, involucrar elementos que conlleven a la constitución de nuevas relaciones sociales que permitan vivir y desarrollarse en un mundo más incluyente, justo y solidario.

De esta forma, la DSI influye directamente sobre todos los escenarios de relacionamiento social y humano de las personas, involucrando una perspectiva reflexiva frente a las problemáticas, conflictos y violencias sociales y políticas que han ocupado al mundo en su historia reciente (Arboleda, 2011). En este orden de ideas, el presente trabajo busca contrastar estas dos perspectivas de RSE y DSI, en aras identificar y visibilizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el caso particular de la diócesis de Yopal a través de la historia y su impacto en la comunidad; como ejercicio llevado a cabo desde las acciones de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI).

Justificación

Las dinámicas de relacionamiento en la actualidad se han venido configurando bajo el propósito de mejorar las problemáticas climáticas, sociales, económicas y políticas que arrecian en el siglo XXI (N. León et al., 2018). Estos procesos exigen que los principales actores de la sociedad civil puedan incidir positivamente en el fortalecimiento de estas prácticas, estableciendo nuevos programas y proyectos que propendan por el desarrollo y la sostenibilidad colectiva. Desde esta perspectiva, la Responsabilidad Social Empresarial y la Doctrina Social de la Iglesia, se presentan como dos ejemplos que plantean como objetivo el mejoramiento de las relaciones sociales y económicas en el contexto actual.

En este orden de ideas, la Responsabilidad Social Empresarial vista como el impacto positivo que generan las dinámicas comerciales y empresariales en la sociedad (Raufflet et al., 2012) y la Doctrina Social de la Iglesia como la capacidad que tienen las organizaciones eclesíásticas para incentivar mejores prácticas de integración y solidaridad en las comunidades entre las personas y las instituciones (Fundación Cáritas Asturias, 2019), se establecen como elementos conceptuales que pueden impulsar el desarrollo de prácticas económicas y sociales en contextos complejos como los actuales.

Las diferentes empresas y organizaciones en la actualidad han reconocido los beneficios de la práctica de RSE, evidenciando un fortalecimiento de aspectos como la eficiencia, la innovación, la sostenibilidad, el reconocimiento corporativo y la satisfacción social y de los clientes (Jaimes et al., 2021). La Diócesis de Yopal, es una de las instituciones eclesiásticas colombiana, que ha venido, desde la práctica de la DSI, influyendo en la configuración de programas y acciones comunitarias orientadas a la RSE.

De esta forma, se propone identificar y visibilizar el impacto social y económico de la Diócesis a lo largo de la historia de Yopal y el Casanare, permitiendo visibilizar a las comunidades y a las autoridades gubernamentales sobre la labor social que ejercen las organizaciones eclesiásticas, para este caso la Diócesis de Yopal, propendiendo por la articulación de esfuerzos con otras instituciones gubernamentales, sociales y privadas empresariales que permitan el fortalecimiento del tejido social en el territorio y de la constitución de relaciones laborales justas.

Este trabajo investigativo tiene como finalidad recoger de manera sistemática el quehacer de la diócesis de Yopal en el territorio departamental y poner en evidencia frente al mundo de manera concreta el aporte en la transformación del tejido social, el desarrollo humano sostenible y solidario y el acompañamiento a las comunidades más vulnerables, la labor que a lo largo de los años ha ejecutado como una tarea de Responsabilidad Social Empresarial, buscando la cooperación y vincular a la comunidad frente a las problemáticas sociales y sus posibles soluciones integrándolos y haciéndolos parte importante de los proyectos propuestos por la Doctrina Social de la Iglesia.

Siguiendo a autoras como Giniger (2014), la DSI y la RSE, guardan una estrecha relación en la configuración moral de las nuevas sociedades, estableciendo dinámicas económicas y sociales de responsabilidad y sostenibilidad colectiva. A partir de la reactualización y proliferación de la DSI llevada a cabo por el Papa Juan Pablo II, durante los años sesenta del siglo XX, el sector empresarial se involucró de una forma directa con la configuración social, política y cultural de las naciones en donde generaban impacto económico.

De acuerdo a la autora, las empresas se asumieron como codirigentes de las dinámicas sociales, políticas y económicas globales, situación que las llevo a constituirse, no solo desde el impacto de sus acciones en las fronteras de su escenario empresarial, sino además, desde la forma como sus prácticas podrían impactar en la constitución ética y moral de la sociedad, situación que impulso la relación entre la RSE y la DSI (Giniger, 2014). Bajo este panorama, se logra comprender las actividades que logran involucrar a la RSE y la DSI, motivo por el cual, es de vital relevancia establecer un proceso investigativo que permita evidenciar, en términos reales, dicha relación e impacto en el territorio comprendido por la Diócesis de Yopal.

En este sentido, se pretende visibilizar el impacto positivo de la Diócesis de Yopal en la configuración de las Empresas socialmente responsables, basados principalmente en la DSI. Es de vital importancia, para la presente investigación, reconocer el trabajo y desarrollo social que ha venido impulsando la Diócesis en el territorio, involucrando actividades que no solamente propenden por el crecimiento personal e interior de las personas, sino además por prácticas materiales que logran beneficiar y fortalecer las dinámicas económicas y sociales en la ciudad de Yopal. De esta forma, la importancia de la actividad desarrollada por la Diócesis de Yopal, puede presentarse como un ejemplo para aplicarse en diferentes lugares, jalonando actividades de crecimiento económico que tengan como propósito, fortalecer las dinámicas de relacionamiento y de responsabilidad entre las empresas y los individuos en los diferentes territorios.

En este orden de ideas, se llevará a cabo un proceso de revisión bibliográfica y de encuestas en campo, que permitirán acercar la investigación al quehacer de la iglesia en relación a la Responsabilidad Social Empresarial, identificando y visibilizando las actividades que sobre este tema viene desarrollando la Diócesis de Yopal, evidenciando su impacto en la comunidad, basado en un ejercicio orientado desde las acciones de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI).

Pregunta problema

¿Cuál es el impacto de las prácticas de la Dieceis de Yopal en el territorio, en relación a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como ejercicio llevado a cabo desde las orientaciones de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI)?

Hipótesis

De acuerdo a los aportes desarrollados por (Giniger, 2014) y Letelier (2017), existe una importante relación en los enfoques de la DSI y la RSE, pues los dos establecen los principios de defensa y respeto por las relaciones sociales que se originan en entornos empresariales y laborales. En este sentido, el presente trabajo investigativo señala la necesidad de fortalecer esta relación y determinar el impacto que la Iglesia ha podido generar en el desarrollo de planes, programas y actividades de construcción y asistencia social. En este orden de ideas, se expone a continuación la hipótesis que orienta la naturaleza y el propósito general del estudio.

- La Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social Empresarial, se relacionan e impactan notoriamente sobre el territorio, incentivando relaciones laborales y sociales más justas entre los trabajadores, las empresas y el usuario, fortaleciendo, el desarrollo económico integral y sostenible de las comunidades.

Objetivos

Objetivo General

Establecer el impacto de los procesos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la diócesis de Yopal en el territorio, como ejercicio llevado a cabo desde las acciones orientadas por la Doctrina Social de la Iglesia (DSI).

Objetivos Específicos

Establecer la relación y contribuciones de la Doctrina Social de la Iglesia a la Responsabilidad Social Empresarial.

Analizar el impacto del Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social Empresarial, en las actividades desarrolladas por la Diócesis de Yopal con las comunidades que habitan el territorio.

Proponer algunas recomendaciones que permitan fortalecer las actividades de RSE desarrolladas por la Diócesis, en aras de fortalecer las propuestas y visibilizar los avances y progresos de esta actividad en el territorio.

Referentes teóricos

El presente trabajo plantea como propósito principal establecer el impacto de la Doctrina Social de la Iglesia en los procesos de crecimiento y desarrollo económico y social de las comunidades, influenciando diferentes escenarios de constitución social, tales como, las empresas, las instituciones corporativas, las industrias, entre otras, en la denominada Responsabilidad Social Empresarial.

En este sentido, este apartado constituye los referentes teóricos y conceptuales sobre los cuales se va a configurar el propósito investigativo antes descrito. De esta forma, en las siguientes líneas se caracterizarán los principales conceptos y categorías que fundamentan la investigación, proceso que, además, permitirá acercar al lector a una definición conceptual de la propia indagación.

Doctrina Social de la Iglesia.

La Doctrina Social de la Iglesia se define como un proceso mediante el cual las instituciones eclesíásticas logran resaltar y reafirmar su compromiso y propósito con el desarrollo de relaciones sociales entendidas bajo el amor, la confianza, el respeto y finalmente, todos aquellos preceptos que rigen la vocación divina de la Iglesia y su compromiso con el amor al prójimo (Arboleda, 2011).

Para este autor, la Iglesia se ha enfrentado a diferentes transformaciones en sentido de acercarse a las condiciones, procesos, fenómenos y actividades sociales que se manifiestan en todas las relaciones sociales del mundo, desde revoluciones, conflictos internos y mundiales, cambios de era y época, generación de nuevos paradigmas sociales, etc.

Uno de estos mayores cambios ha sido el advenimiento de la modernidad, en ese sentido se presentan a continuación, algunos pasos que ha dado la Iglesia en sentido de impregnar con sus prácticas y principios la construcción de la sociedad actual:

- **León XIII:** 1892, después de un siglo de constituida acepta los fundamentos de la República francesa.

- **Pio XII:** acepta la democracia
- **Juan XXII:** Establece un reconocimiento a los DDHH posterior a la IIWW
- **Concilio Vaticano:** Reconciliación total con el mundo moderno, a excepción de los principios racionalistas (Arboleda, 2011).

En este sentido, la Iglesia ha generado procesos sociales y comunitarios, que intentan evidenciar que su doctrina busca precisamente acercar la palabra y los principios de Dios a las prácticas sociales que pueden generarse. De esta forma, la DSI no es otra cosa que una construcción ética y moral de sociedad en cualquiera de sus manifestaciones económicas, políticas y sociales, es decir, impacta sobre los cambios de era, época y generación, porque sus preceptos se encuentran enfocados a la configuración espiritual del ser humano, el primer momento y desde donde se configura el ser social.

Por su parte autores como Letelier (2017), señalan que a finales del siglo XIX, la sociedad eclesial sufrió grandes transformaciones relacionadas con la orientación dada por el Papa León XIII, quien en su personificación de los desposeídos, generó diferentes principios y preceptos bajo los cuales las relaciones sociales, específicamente las de obrero y empleador, deberían centrarse en la solidaridad y la justicia humana.

En este sentido, León XIII, en *Compendio de la doctrina social de la Iglesia*, propone la generación de cuatro principios para la orientación de la práctica social de la Iglesia, los cuales se enfocan en: La dignidad de la persona, el bien común, la subsidiariedad y la solidaridad (Letelier, 2017). En este sentido, los procesos relacionados a la DSI se manifiestan en todas aquellas acciones y políticas eclesiales que logran beneficiar y fortalecer la calidad de vida de las personas, en términos de validar y restituir los derechos básicos que posee cada individuo en la sociedad.

A partir de estos acercamientos entre la Iglesia y las dinámicas que viven las sociedades, va a venir a fortalecer la denominada Doctrina Social de la Iglesia. Siguiendo a Coelho (2019), la DSI nace como una posibilidad y necesidad de aterrizar el evangelio a la práctica real y concreta de las personas y en el desarrollo de los procesos sociales que se dan en sus comunidades. De acuerdo a este autor, la DSI plantea el desarrollo de una

actividad de abordaje metodológico que va desde lo inductivo a lo deductivo, tratando de relacionar las experiencias concretas de las personas con sus procesos internos de conciencia, corazón, espíritu.

La Fundación Cáritas Asturias (2019), ha señalado que es una necesidad de la Iglesia poder acercarse a las realidades que enfrentan las personas, tratando de incorporar los principios del evangelio a las dinámicas y reflexiones que sostienen las relaciones sociales entre las personas. De esta forma, la Fundación plantea que algunas de las razones por las cuales la Iglesia debe involucrarse en el campo social, son: **i.** Fortalecer el vínculo entre el evangelio y la promoción humana y social. **ii.** La necesidad de incorporar principios morales y sociales para resolver los conflictos que aquejan al mundo. **iii.** La influencia que puede generar las relaciones sociales en los procesos espirituales y morales de los individuos. **iv.** El acumulado de experiencias de la Iglesia en la formación de las personas.

Esta perspectiva hacia donde se enfoca la DSI y bajo la cual se plantea la necesidad de estrechar las relaciones entre las dinámicas sociales de las personas y la práctica de las orientaciones del evangelio, involucra una crítica y reflexión a la forma como la política gestiona y atiende las diferentes necesidades de las personas. Siguiendo a Parma (2013), la DSI plantea que la actividad política debe superar la constante disputa entre partidos políticos y enfocarse a reconocer y realizar el bien común de la sociedad, estableciendo principios y oportunidades para el desarrollo y la esperanza en comunidad.

Sobre este tema, el Papa Juan Pablo II (1987), plantea que la Doctrina Social de la Iglesia no se establece como una tercera opción entre el capitalismo liberal y el colectivismo marxista, por lo tanto, por ningún motivo se piensa como una plataforma política, más allá de esto, plantea el Santo Papa, la DSI, se sitúa como un puente entre la vida social de las personas y la reflexión sobre los principios eclesíásticos se permiten afrontar esta vida social.

De este modo, la DSI plantea como principal propósito brindarle las herramientas necesarias a los individuos para que estos puedan interpretar y reflexionar desde las orientaciones del evangelio, las complejas realidades que se desarrollan en una constante interacción social. Siguiendo a Guitián (2020), para lograr esto es necesario involucrar los

principios de dignidad humana, solidaridad y subsidiarias, los cuales son fundamentales para el desarrollo de la DSI.

Tal y como se ha venido planteando, la DSI impacta sobre la construcción moral y ética de las personas en el desarrollo de sus relaciones e interacciones sociales, caracterizándose por formular y orientar un ambiente social basado en el humanismo integral y solidario, propendiendo por la dignidad de las personas y el respeto por los derechos humanos y de todos los pueblos que habitan el planeta (Escobar, 2012).

En este orden de ideas, la DSI logra situarse en todas las esferas de las relaciones humanas y sociales de las personas, generando discusiones y reflexiones frente a las formas y procesos que generan detrimento y pauperización de la calidad de vida de las personas. Sobre este tema, autores como Aparicio (2010) señalan que el modelo de sociedad contemporánea ha generado en el ser humano una fuerte necesidad por el consumo, llenando una suerte de felicidad material, sin embargo, esto se encuentra muy lejos de darle a las personas una felicidad personal o espiritual, para el autor este precisamente es el papel de la DSI, al incorporarse a por ejemplo las relaciones sociales y económicas de las personas.

Para autoras como Agotegaray (2022), en un mundo tan complejo y enfocado al consumo, como anteriormente se describió, es necesario que la DSI logre involucrarse en la forma como se orientan estas formas de relaciones económicas. En este sentido, la autora señala que si la empresa es el órgano fundamental de la sociedad, es allí donde la DSI, debe entrar a cuestionar las relaciones laborales, el sistema económico nacional e internacional, la relación del hombre con el medio ambiente, las consecuencias de la globalización, etc.

De esta forma, de acuerdo a lo señalado, existe una fuerte capacidad de la Doctrina Social de la Iglesia para impactar en las diferentes relaciones sociales que construyen los individuos, para el caso de la presente investigación, sobre las relaciones laborales y empresariales, que como se ha venido planteando, se encuentran en un agudo proceso de explotación y pauperización de la mayoría de empleados en el mundo.

Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a lo planteado por Espitia (2015), la Responsabilidad Social Empresarial, viene tomando gran relevancia a partir del siglo XX. Esta se entiende como todos aquellos procesos que desarrollan las empresas en sentido de aportar a la construcción y transformación de la sociedad, estableciendo principios éticos, de desarrollo social, crecimiento sostenible y mejorando la calidad de vida de los trabajadores y de los propios consumidores.

Siguiendo lo anterior, la RSE, se ha logrado establecer durante diferentes fases y momentos desde su primera referencia a finales del siglo XIX. El autor Cardona (2015), señala que, en términos generales, existen cuatro fases que dan sentido a los momentos por los que ha atravesado el concepto, a saber:

- **Fase inicial:** Durante el fin del siglo XIX hasta principios del siglo XX. En esta primera fase no existe un desarrollo conceptual y referencial del concepto, por lo tanto, su acción se veía orientada a la acción filantrópica y la asistencia social.
- **Fase primera:** Durante la primera mitad del siglo XX. Las empresas desarrollan actividades específicas y sistemáticas orientadas al desarrollo social, el bienestar común y el cuidado del entorno donde la empresa hace presencia.
- **Fase segunda:** Durante la segunda mitad del siglo XX. Las organizaciones asumen un sentido más crítico sobre el impacto de las actividades y efectos que estas desarrollan en la sociedad donde la empresa hace presencia; este proceso es reforzado por el interés de los Estados para salvaguardar los intereses públicos y medio ambientales, lo que claramente lleva a las empresas a reformular muchas de sus acciones.
- **Fase tercera:** Actualidad. El Estado y las empresas generan y constituyen políticas y leyes que regulan la acción empresarial, estableciendo redes de interés que se comprometen por la acción social y el cuidado ambiental por parte del sector empresarial (Cardona, 2015).

Es importante tener en cuenta cada una de estas etapas o fases, pues al situarse desde un carácter tan amplio y ambiguo en su proceder, el desarrollo conceptual y teórico

de la Responsabilidad Social Empresarial, suele establecerse continuamente como un término malinterpretado y mal utilizado por las organizaciones productivas, o el cual se ve reducido al desarrollo de actividades de caridad o de beneficencia, creyendo que con esto se responde al campo de acción de la RSE (Palacio, 2020).

Siguiendo a autores como Coba et al. (2017), la RSE, se logra establecer como un proceso que permite a las empresas y organizaciones tomar conciencia de las acciones que estas desarrollan entorno al desarrollo social de sus empleados y consumidores, así como el cuidado sobre el medio ambiente. Esta perspectiva, permite comprender que las empresas han de configurarse más allá de la generación de recursos y lucro, orientándose a una mirada mucho más integral sobre los procesos que estas llevan a cabo y el impacto que puedan llegar a tener en los contextos sociales y ambientales en las que se desarrollan.

En este orden de ideas, la RSE, se establece como un compromiso de las organizaciones y las empresas con el desarrollo social y ambiental de la sociedad, específicamente donde estas hacen presencia. En este sentido, Molero (2016), plantea que la principal orientación que debe seguir la RSE es el fundamento ético filosófico, en el cual, las empresas deban determinar y analizar que, es lo obligatorio y lo justo en el desarrollo de sus funciones, estableciendo procesos que propendan por la calidad de vida de los empleados, los consumidores y la comunidad donde la empresa se ubica.

Desde esta perspectiva, las empresas tienen la posibilidad y la capacidad de incorporar sus acciones a procesos de sostenibilidad ambiental y social, procurando que las practicas fomenten el desarrollo de una sociedad más justa y solidaria (Molero, 2016). En este sentido, la RSE posibilita a las empresas para reconocerse al interior de la sociedad, estableciendo puentes y canales de comunicación y de implementación de actividades que buscan beneficiar a la organización y a la sociedad en general.

Empero de lo anterior, autores como Crespo (2010), señalan que la RSE, se mueve bajo dos perspectivas, por un lado, desde la configuración del concepto, en una actividad que se puede determinar inacabada debido a que constantemente los procesos y contextos organizacionales son cambiantes, esto hace que la responsabilidad social de las empresas adquiera nuevos matices. Por otro lado, se encuentran los procesos prácticos que logran

implementar las empresas al margen de las múltiples definiciones y cambios que presenta el concepto de RSE. De esta forma, la RSE, propone avanzar en la implementación de actividades concretadas, constituyendo a la vez, el desarrollo conceptual que estas experiencias puedan proponer y evidenciar.

En aras de que los procesos de RSE, se puedan desarrollar eficazmente al interior de las empresas, Raufflet et al. (2012) proponen que estas actividades necesitan ser orientadas bajo la perspectiva misional y visional de la empresa, estableciendo procesos de planificación, monitoreo y evaluación de los acciones que son adelantadas por la organización en sentido de la RSE. Para estos autores, el desarrollo de estos procesos de preparación, vigilancia y control, que finalmente representan la generación de un marco lógico de implementación, posibilitan que la empresa logre consolidarse en el escenario de la RSE.

Además de este marco lógico de planificación, autores como Duque et al. (2013), proponen que existen tres factores fundamentales en la normativa y regulación de la denominada RSE: **i. Stakeholders:** Los cuales se presentan como agentes o grupos de interés que constituyen la organización. La RSE le da una proyección más amplia a estos stakeholders, pues no solo incluye a los dueños, empleados y consumidores, sino que también logran involucrar a todos los individuos que son impactados por la implementación de las tareas de la empresa. **ii. Medio ambiente:** Visto no solo como una normativa ecológica que regula el funcionamiento de la empresa, sino que, desde los inicios del siglo XXI, se ha venido a caracterizar como modelo de sostenibilidad ambiental. **iii. Empresa como motor de bienestar:** La organización se plantea de una fuente de conciencia sobre el impacto de las actividades de las empresas en el desarrollo colectivo de las sociedades, involucrando cuidado y preservación del medio ambiente y una buena calidad de vida para los empleados, los clientes y todos aquellos agentes que tienen relación o que impacta la empresa.

Finalmente, se va a definir por parte de López & Peñalosa (2019), que las organizaciones y empresas que han logrado determinar e implementar un modelo de RSE, son más destacadas y preferidas por los consumidores en la actualidad, esto quiere decir, que para los clientes, en la actualidad, es bien importante conocer el impacto que genera la

empresa en términos, sociales, económicos y ambientales, motivo por el cual las empresas que se orienten a constituir procesos y actividades de RSE, vienen fortaleciendo sus ingresos y su marca a nivel local e internacional.

Marketing Social

La responsabilidad de la generación de desarrollo sostenible por parte del sector empresarial es uno de los elementos en los que las empresas han trabajado y que puede denominarse el mercadeo social o marketing social. Sobre este tema León (2020) explica que este elemento está compuesto por todas las actividades estratégicas que desarrollan las empresas para generar transformaciones en los comportamientos de las personas involucradas en aras de fortalecer la calidad de vida, teniendo en cuenta que desde las herramientas utilizadas por el mercadeo puede llegarse a comunicar diferentes perspectivas e información, lo cual pueda cambiar o por lo menos cuestionar las conductas de la población influenciada.

El mercadeo social se logra posicionar en el espectro empresarial gracias a la importancia percibida en las grandes campañas de marketing, en donde se evidencia la gran capacidad que tiene este elemento para establecer u orientar conductas de las personas, razón por la cual se decide involucrar una perspectiva social que permita invitar a los individuos a cuestionar y tomar conciencia, en primera medida de los daños derivados del consumo de algunos productos sobre el cuerpo y el medio ambiente (A. X. León, 2020).

De esta forma, Daellenbach & Parkinson (2017), explican como la Escuela de Macromarketing ha configurado todo un escenario para presentar el mercadeo social como un elemento que involucra el dialogo constante entre la productividad económica y la igualdad en términos sociales, esto sugiere la integración de eficiencia-eficacia con procesos de equidad y sostenibilidad, resaltando que de no darse este proceso las consecuencias pueden situarse bajo la injusticia y la inequidad, lo que evidentemente no favorece en nada una transformación de los comportamientos sociales frente a las problemáticas sociales y ambientales presentes en la actualidad.

Por su parte, Galiano & Ortega (2019), plantean el mercadeo social, como el lugar donde los individuos son influenciados por el mercado para desarrollar una nueva visión de las relaciones sociales, teniendo en cuenta el bienestar individual y el bienestar social en un determinado territorio, cabe enunciar que aquí el bienestar es entendido bajo las premisas de desarrollo sostenible, de esta manera se promueven prácticas que no solamente contemplen aportes individuales, sino que además las personas sean promotoras de causas que favorezcan a erradicar la pobreza y las otras afectaciones que ocupan el estudio del marketing social y el desarrollo sostenible.

En la actualidad, es necesario enunciar que existen diferentes aportes académicos que se centren en analizar la práctica del marketing social, buscando relacionarlos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por la ONU, en el marco de la construcción del Agenda 2030 (Cosme, 2018). Bajo esta perspectiva Reyes et al. (2018), plantean que las redes sociales se han presentado como la principal herramienta para el desarrollo de los principios dados por los ODS en relación al mercadeo, en ese sentido los populares hashtag en Twitter, han promovido practicas comunicativas que alientan al desarrollo de prácticas de desarrollo sostenible con contenidos y productos ofrecidos por el marketing social.

Para Vallejo (2018), la relación entre el mercadeo empresarial y los ODS se encuentra frente a un sinnúmero de retos que basan su naturaleza en la reciente creación de los Objetivos, más aún cuando se sabe que estos dos elementos no han tenido mucha relación en el pasado y más bien el mercadeo se ha posicionado como un ente que puede llegar a promover prácticas nocivas contra el medio ambiente y profundizar consecuentemente en las desigualdades sociales presentes en la actualidad, razón por la cual, el compromiso que adquiere el mercadeo como promotor de nuevas prácticas de relacionamiento entre el mercado y el medio ambiente, está en manos de los grandes conglomerados económicos y su real propósito por erradicar prácticas que vayan en contra de los ODS.

Por su parte, Escupirán (2014), plantea que el actual sistema económico ha generado una sociedad de consumo que poco o nada le interesa construir reflexiones en torno al cuidado de los recursos naturales, por tal motivo el autor plantea que es el

mercadeo el encargado de diseñar estos imaginarios, más aún cuando es el escenario que posee todas las herramientas para poder posicionar en el discurso de las personas las ideas planteadas por el desarrollo sostenible, lo anterior involucra una fuerte reflexión sobre los comportamientos frente al consumo desproporcionado de los recursos naturales y la atención sobre la generación de pobreza y las brechas que se abren y se acrecientan cada día entorno a la producción y la adquisición de recursos y de riqueza por parte de unos pocos y por supuesto las nefastas consecuencias que pueden vislumbrarse sino se tienen en cuenta dichas reflexiones.

En la misma línea de estos autores, Giuliani et al. (2012) señalan que es tarea del marketing social, desarrollar parámetros y orientaciones de mercado que puedan ajustarse a acciones sociales y cuidado ambiental, sin que esto afecte con el proceso y el progreso económico de las naciones. Mencionan los autores que estas posturas deben ser analizadas por la Responsabilidad Social Empresarial, en donde se ajusten todas las disposiciones que puedan responder a una dinámica de mercado altamente móvil y productiva pero que a su vez limite el detrimento de las riquezas naturales y las condiciones de pobreza extrema.

Finalmente, el mercadeo social, según Kotler y Zaltman (1971, citados por Páramo, 2016) señalan que este proceso económico se da como una relación entre planes y proyectos de naturaleza comercial, productiva y de mercadeo con posturas de orden social, en donde se espera que las dinámicas de mercadeo se encuentren influenciadas por el consumo responsable de los productos que se promoción y se comercializan. En la actualidad las políticas económicas gubernamentales han hecho hincapié para que las empresas adopten este tipo de enfoque social, lo cual ha decantado en la generación de fundaciones y organizaciones que de una u otra forma tienen como objetivo desarrollar propuestas que incidan en problemáticas sociales, como la pobreza, el desplazamiento, la violencia intrafamiliar, entre otras.

Referentes metodológicos

Tipo de investigación

La presente investigación se encuentra nutrida por elementos de la metodología mixta, con lo cual se espera alcanzar y presentar los planteamientos desarrollados en los objetivos del trabajo. Frente a este proceso, señala Pole (2009) que el enfoque mixto implementa procedimientos de recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos, normalmente paralelamente, lo que permite abordar mucho más completo, considerando diferentes formas de interpretación de la información y los resultados y un enfoque más amplio para evaluar los impactos y proyecciones de los procesos y metodologías investigativas.

Así, el análisis y la posterior sistematización de esta información se desarrolla según las necesidades que se buscan suplir en el proceso propuesto. En este sentido, el desarrollo investigativo de este trabajo plantea como necesidad el diseño e implementación de técnicas e instrumentos que recojan la voz de los sujetos que configuran el universo social del estudio, lo que permite visibilizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la Diócesis de Yopal mediante la historia y su impacto en la comunidad, como ejercicio realizado desde las acciones de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI).

A propósito de esto, Pole (2009) señala como ventajas de la investigación mixta la posibilidad del investigador de generar múltiples respuestas a preguntas explicativas y confirmativas, que pueden comprobarse de forma más precisa debido a la combinación de enfoques y técnicas, así que la investigación mixta permite a los investigadores establecer inferencias mucho más claras entre los datos y la información recolectados, lo que lleva a conocer los contextos, las condiciones y los participantes de las indagaciones realizadas. Por esto, en esta investigación, el desarrollo de encuestas que tienen en cuenta las categorías claves del estudio permite que se constituyan elementos mucho más concretos en relación con los objetivos planteados y, en segundo lugar, que los procesos de sistematización de la información recolectada permitirán relacionar y exponer la información que responda a los propósitos de la investigación.

Sumado a esto, Pereira (2011), destacan que las investigaciones con orientación mixta, tienen un alto potencial analítico, en tanto, tienden a tener una mejor adaptabilidad a las características de los diversos estudios que se pueden realizar, así como, permiten una mayor relación entre lo teórico, lo prácticos y las poblaciones que se tienen en cuenta en las investigaciones, posibilitando la comprensión de algunos fenómenos de diversa índole desde reflexiones y análisis teóricos. Con relación a este tema, es importante resaltar que, en las investigaciones de corte mixto, se tienen en cuenta múltiples variables de tipo cualitativo y cuantitativo, la cual le abre cabida a diferencias y particularidades que se reflejan tanto en los aspectos metodológicos como en los resultados de las indagaciones.

Diseño de la investigación

El diseño de investigación utilizado en el presente trabajo es de corte no experimental, según lo plantea Donis (2013), este tipo investigación se caracteriza por desarrollarse en estudios donde las variables no son manipuladas, en este sentido, la actividad que se desarrolla es la de observar los fenómenos que hacen parte del objeto de estudio en su ambiente o entorno natural, evidenciando elementos que posteriormente serán evaluados, analizados y debatidos en concordancia con los objetivos propuestos por la investigación, de esta forma el trabajo del investigador, es de vital importancia, en el sentido de su capacidad para recoger, apuntar y condensar todos los elementos que pueden convenir para el desarrollo de la investigación. Cada uno debe ofrecer las herramientas necesarias para que el investigador desarrolle eficazmente esta tarea y así obtener resultados útiles para cumplir los objetivos propuestos.

Técnicas e instrumentos de investigación

Es importante señalar que las técnicas, los métodos y los instrumentos que fueron seleccionados para el desarrollo del presente trabajo investigativo, fueron escogidos por la posibilidad que brindan para acercarse al tema de estudio propuesto. En este sentido, la revisión documental permite fortalecer conceptualmente los elementos relacionados a la DSI y la RSE, permitiendo establecer las características que configuran estos procesos y así reconocer la forma como estas prácticas se desarrollan en un determinado territorio.

Por su parte, la encuesta favorece el reconocimiento de las experiencias y actividades que desarrolla la Diócesis de Yopal en el territorio, relacionando los planteamientos conceptuales, interiorizados en la revisión documental, con las prácticas implementadas por la Diócesis. De esta forma, las respuestas ofrecidas por las personas encuestadas, pueden orientarse a los elementos conceptuales que permiten explicar, desde una perspectiva académica, los procesos que desarrolla la Diócesis en el territorio, basados en la DSI y su impacto en los procesos de RSE.

Técnica de Revisión Documental

Como se ha venido planteando, el desarrollo del presente trabajo también ha incluido la aplicación de la técnica de revisión documental. Siguiendo a Deslauriers (2004), la aplicación de la técnica de revisión documental permite identificar, sistematizar y analizar toda la información relacionada a un tema en particular, posibilitando así la delimitación de un proceso investigativo y la constitución de diversas bases argumentativas para explicar o fundamentar el problema que se desea abordar.

Para esta investigación, los procesos de revisión documental se enfocaron en responder a los objetivos relacionados en la investigación, reconociendo y estableciendo los elementos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la diócesis de Yopal a través de la historia y su impacto en la comunidad; como ejercicio realizado desde las acciones de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI).

Encuesta

Según Casas et al. (2003) la técnica de la encuesta permite obtener información y elaborar datos de manera ágil durante la investigación, ya que posibilita la aplicación masiva de estas teniendo en cuenta una amplitud considerable de opciones al mismo tiempo. Al respecto, García (1993, citado en Casas et al., 2003) describe la encuesta como:

una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se

pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (p. 527).

De manera complementaria, Sierra (1994, citado en Casas et al., 2003) explica que, al lograr datos cuestionando diferentes sujetos, la técnica de la encuesta se convierte en una de las más empleadas por los investigadores, por lo que presenta las siguientes características: 1) la información se obtiene indirectamente, según las percepciones de los sujetos; 2) se puede aplicar masivamente mediante técnicas de muestreo; 3) el interés del investigador no radica en los sujetos encuestados, sino en el fenómeno social por el cual se está indagando en la encuesta.

Así pues, para dar lugar a estos cuestionamientos es necesario realizar un instrumento de investigación conocido como cuestionario que, como menciona Padilla (1998, citado en Casas et al., 2003) es un documento que permite recopilar información organizada, en el cual, se consigan las preguntas encaminadas a los sujetos relacionados con la investigación para obtener respuestas confiables, válidas y cuantificables.

Por ello, para este caso en específico, se realizará un cuestionario que tendrá 13 enunciados relacionados con la RSE y la DSI dirigido a 21 personas pertenecientes a la Diócesis de Yopal, Casanare (Ver anexo A), y que se identifican como líderes de los procesos implementados a lo largo de los últimos años; muestra llevado a cabo, en población finita o encuesta por muestreo no probabilístico, por tratarse de seleccionar una parte de la población estadística y sacar conclusiones. En este sentido, es necesario señalar que las 21 personas encuestadas contaban con conocimientos, ideas y experiencias relacionadas a las DSI y la RSE.

Los 13 enunciados que respaldan el cuestionario desarrollado a las 21 personas, se encuentran organizados y han sido propuestos en relación al cumplimiento de los objetivos específicos señalados para la presente investigación. En este sentido, 5 de los enunciados propuestos en el cuestionario tienen como propósito, identificar el conocimiento que tienen las personas encuestadas en relación a las contribuciones de la DSI a la RSE; los siguientes 4 enunciados del cuestionario, tienen como propósito reconocer el impacto de la DSI y la RSE, en las actividades desarrolladas por la Diócesis de Yopal en el territorio y finalmente

los últimos 4 planteamientos se orientan a establecer recomendaciones para fortalecer las actividades de RSE desarrolladas por la Diócesis de Yopal en el territorio.

Resultados

Introducción

De acuerdo a lo que se ha venido planteando, el presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental, establecer el impacto de los procesos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la diócesis de Yopal en el territorio, como ejercicio llevado a cabo desde las acciones orientadas por la Doctrina Social de la Iglesia (DSI). En este sentido, en el presente capítulo se exponen los elementos, cuantitativos y cualitativos, que permiten establecer la forma como estas prácticas eclesiales y empresariales logran impactar en la comunidad, desarrollando dinámicas de cooperación, integración, solidaridad y crecimiento económico sostenible.

En este orden de ideas, se establecieron como instrumentos de investigación la revisión documental y la encuesta, en aras de establecer la relación y contribuciones de la DSI a la RSE, reconociendo los elementos teóricos y prácticos de estos conceptos implementados por la diócesis de Yopal y su impacto en la comunidad, con todo lo cual, finalmente, se logren establecer una serie de recomendaciones que permiten identificar y mejorar dichas prácticas en el territorio.

Resultados cuantitativos

Descripción del conjunto de datos cuantitativos.

Para llevar a cabo este análisis cuantitativo, sobre la Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social, a la luz de las apuestas prácticas de la Diócesis de Yopal, fue necesario categorizar diferentes enunciados en la herramienta de recolección de información denominada encuesta, en una muestra de los 21 participantes, a saber:

Tabla 1.*Categorización de la encuesta*

Objetivos del proyecto	Enunciado de la encuesta
Establecer la relación y contribuciones de la Doctrina Social de la Iglesia a la Responsabilidad Social Empresarial	<p>2. Las dinámicas que desarrolla la DSI tienen la capacidad de fortalecer procesos económicos al interior de las comunidades de base.</p> <hr/> <p>4. La DSI desarrolla actividades de transferencia y divulgación de conocimientos de forma periódica.</p> <hr/> <p>8. En el caso de Colombia, la DSI es bastante reconocida e implementada.</p> <hr/> <p>9. Existe alguna relación entre la DSI y la RSE</p> <hr/> <p>10. La RSE debería constituirse como un proceso obligatorio para todas las empresas.</p>
Analizar el impacto de la Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social Empresarial, en las actividades desarrolladas por la Diócesis de Yopal con las comunidades que habitan el territorio.	<p>1. La DSI se establece como un proceso que busca acercar la Diócesis a actividades de crecimiento comunitario.</p> <hr/> <p>7. La DSI es una experiencia que propone la instauración de procesos de participación política de la Diócesis en la sociedad.</p> <hr/> <p>11. La base productiva de la ciudad de Yopal guarda relación con la DSI o con la RSE.</p> <hr/> <p>12. La Diócesis de Yopal constituye procesos de RSE.</p>
Proponer recomendaciones que permitan fortalecer las actividades de RSE desarrolladas por la Diócesis, en aras de fortalecer las propuestas y visibilizar los avances y progresos de esta actividad en el territorio.	<p>3. La DSI permite que la sociedad en general pueda reconocer las enseñanzas de Jesús.</p> <hr/> <p>5. Es necesario desarrollar procesos de capacitación y formación en relación a temáticas relacionadas a la DSI.</p>

6. La DSI cuenta con canales de divulgación y conocimiento para que la comunidad en general pueda reconocer de que se trata.

13. El marketing social se establece como una herramienta fructífera para el desarrollo de procesos relacionados con la RSE.

Fuente. Elaboración propia (2023)

Análisis estadístico

Los resultados de investigación que se presentan a continuación, se plantean desde una perspectiva de enfoque cuantitativo, motivo por el cual se observaran, a lo largo del apartado, análisis estadísticos por medio de graficas de porcentajes que dan respuesta a los enunciados planteados en el medio de recolección, que para el caso del presente trabajo, es la encuesta. Es evidente, que este proceso de interpretación cuantitativa, permitirá establecer análisis mucho más integrales en la configuración de resultados robustos y fundamentados, pensados en la solución y explicación de cada uno de los objetivos específicos planteados.

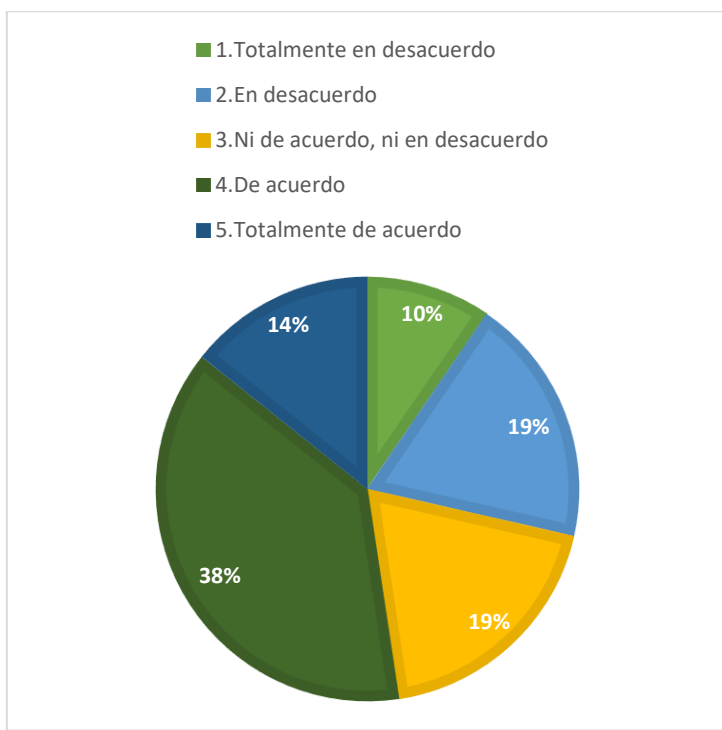
Precisamente, en aras dar cumplimiento al primer objetivo específico de esta investigación, el cual corresponde a establecer la relación y contribuciones de la Doctrina Social de la Iglesia a la Responsabilidad Social Empresarial (ver figura 1), tanto los ítems 2, 4, 8, 9, y 10 de la encuesta, como la revisión documental permitieron tener como base la conceptualización tanto de la Doctrina Social de la Iglesia como un proceso que le permite a la Iglesia establecer relaciones, vínculos y diálogos con otras entidades y con las comunidades a partir del amor al prójimo, esto es, el amor, la confianza y el respeto. Así mismo, fue posible entender la Responsabilidad Social Empresarial como los procesos emprendidos por las empresas para aportar a la transformación social, a partir de la ética empresarial, el desarrollo social, el crecimiento sostenible y el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas. Un ejemplo de ello son los proyectos auspiciados por la Diócesis de Yopal encaminados a la instalación de pozos profundos para tener agua potable en el territorio.

Lo dicho, permite establecer que la relación entre la Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social Empresarial está dada por la complementariedad de sus objetivos, ya que, los principios de la DSI podrían servir de inspiración para la fundamentación y práctica de la RSE, así mismo, la fusión de las acciones de la DSI y la RSE podría llevar a la configuración de mecanismos de control, regulación y evaluación de los impactos económicos, políticos y sociales que tienen las empresas en las comunidades donde se ubican, en sus trabajadores, en sus consumidores y en la población en general.

En estos términos, la encuesta llevó a conocer que la mayoría de las personas consideran que las dinámicas que desarrolla la Doctrina Social de la Iglesia tienen la capacidad de fortalecer procesos económicos al interior de las comunidades de base, lo cual, da cuenta de un ejercicio práctico de la Responsabilidad Social Empresarial que acompaña este ejercicio eclesial, al tener un impacto en los territorios en los que hace presencia, lo cual ha de complementarse con el desarrollo periódico de actividades de transferencia y divulgación de conocimientos por parte de la DSI, lo que constituye una estrategia que requiere de fortalecimiento, dado que hay un número importante de encuestados que no lo han percibido de esta forma.

Teniendo en cuenta esto, resulta pertinente continuar con el desarrollo de acciones adelantadas por la Diócesis de Yopal como el fortalecimiento pastoral juvenil, impulso al departamento de comunicaciones y formación pastoral desde las vicarias de la Diócesis de Yopal, las cuales son formas de acercarse a la comunidad de forma continua, de modo que se puedan ver reflejados los resultados y los cambios en la comunidad, a la par que se evalúa la propuesta de la Diócesis, con el fin de proponer nuevas acciones que sigan fortaleciendo el proceso pastoral y comunitario.

Por otro lado, el ítem número 8 de la encuesta (ver figura 2) permitió notar que las opiniones se encuentran claramente divididas acerca del reconocimiento e implementación que tiene la Doctrina Social de la Iglesia en Colombia, lo cual reafirma la necesidad de que las acciones de la Diócesis de Yopal, que caben dentro del marco de la Responsabilidad Social Empresarial y de la Doctrina Social de la Iglesia, tengan mayor visibilidad y claridad en las comunidades.

Figura 1*DSI en Colombia*

Fuente. Elaboración propia (2023)

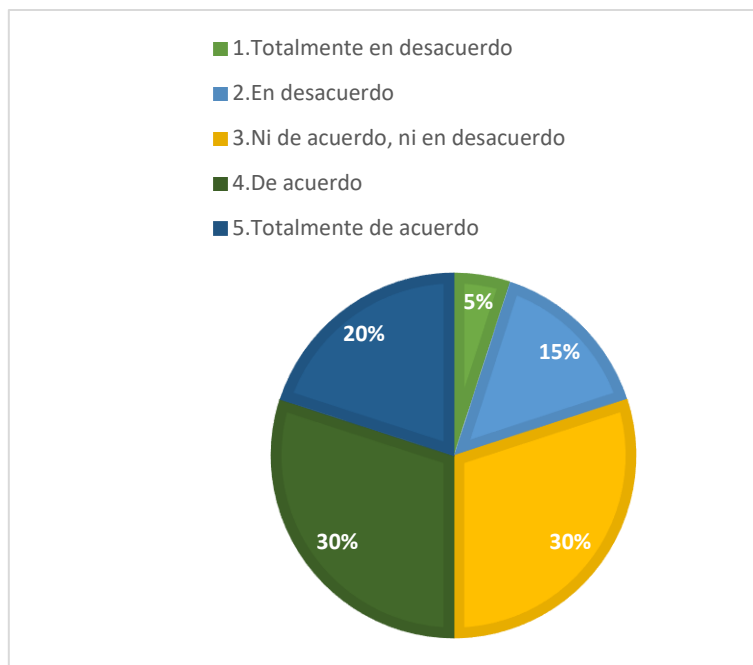
Ante esta situación, resulta pertinente volver sobre las propuestas nacientes del Marketing Social, el cual tiene como principio rector, el ejercicio crítico de los mecanismos del mercado, del consumo y de la publicidad, lo cual se enlaza muy bien con las necesidades antes evidenciadas, acerca de la búsqueda de estrategias que acerquen a las personas al quehacer de la Diócesis y a los principios de la DSI, a partir de información verídica, encuentros colectivos y experiencias de cambio social.

Así, la propuesta enunciada anteriormente se fortalece al conocer que, el 85% de los encuestados consideran que la Responsabilidad Social Empresarial debería constituirse como un proceso obligatorio para todas las empresas, lo cual, da cuenta del hecho de que la RSE tiene una gran acogida por las comunidades, cuando supera los actos de caridad o la filantropía, para situarse como un ejercicio integral, consciente y crítico que genera transformaciones sociales reales, que perduran en el tiempo y no solo dependen del

ejercicio empresarial o de la permanencia de las empresas en el territorio, sino que da un lugar protagónico a las personas que integran las comunidades.

En la encuesta, los ítems 1, 7, 11 y 12, permitieron conocer que, para el número total de encuestados, la Doctrina Social de la Iglesia se establece como un proceso que busca acercar a la Diócesis de Yopal a actividades de crecimiento comunitario, lo cual, está asociado a las intervenciones que ha realizado de la mano del sector empresarial, en los espacios donde tiene incidencia comunitaria, ya que, la propuesta de la DSI que tiene que ver con este sector ha motivado fuertemente la idea de que la relación entre el empleado y el empleador este basada en la solidaridad y la justicia (Letelier, 2017), de modo que las empresas le apuesten a fortalecer los estados de bienestar no solo de sus clientes, sino también de sus empleados.

Estos proyectos, se relacionan con el hecho de que, como se muestra en la figura 4, casi el 70% de la población encuestada tiene la percepción de que la Doctrina Social de la Iglesia es una experiencia que propone la instauración de procesos incidencia política, económica y social, tales como formación de líderes para el compromiso social de Yopal, el fortalecimiento del centro pastoral intercomunitario y la formación humanística para el clero de la Diócesis de Yopal, que si bien no son el fin último de la Doctrina Social de la Iglesia, sí se sitúa como un puente entre la vida social de las personas y la reflexión sobre los principios eclesiales se permiten afrontar esta vida social (Papa Juan Pablo II, 1987).

Figura 2*Participación Política de la DSI*

Fuente. Elaboración propia (2023)

Esto último, se ve reflejado, nuevamente, en el hecho de que casi el 80% de los encuestados tienen la percepción de que la base productiva del municipio de Yopal guarda relación con la Doctrina Social de la Iglesia y con la Responsabilidad Social Empresarial, dado que, es justamente la RSE la que permite que las empresas o entidades que se posicionan dentro del sector empresarial, generen políticas de inversión e impacto social, acompañadas de acciones de planificación, monitoreo y evaluación (Raufflet et al., 2012), que llevan a que los territorios y las comunidades en los que se encuentran crezcan y se desarrollen de la mano de las industrias.

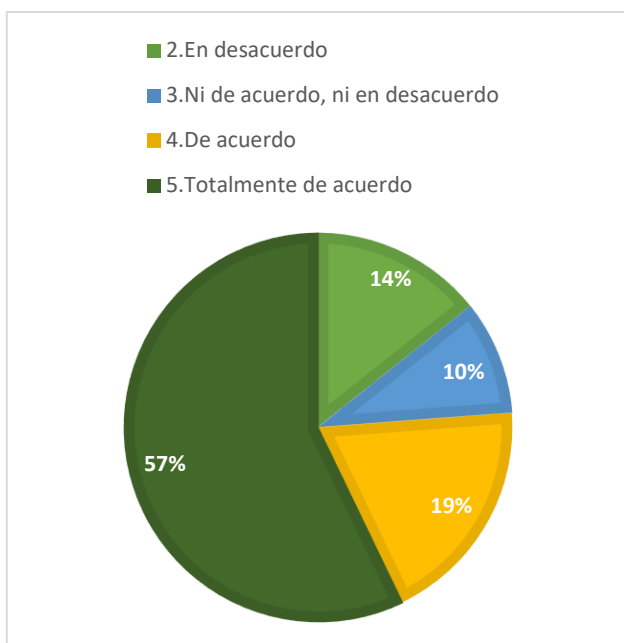
Sumado a esto, el auge de la Responsabilidad Social Empresarial como criterio de preferencia por parte de los consumidores, dentro de los mercados nacionales e internacionales (López y Peñaloza, 2019), es posible que haya generado que las empresas de Yopal que han tomado como referente las apuestas de formación en este tema, de la mano de las propuestas de la DSI, ganen mayor reconocimiento y solidez en el panorama empresarial de la región. Sobre esto, es posible señalar que los procesos antes enunciados se han ido fortaleciendo de la mano de la Diócesis de Yopal, dado que, según el 60% de

la población encuestada, esta entidad constituye procesos de Responsabilidad Social Empresarial en el municipio.

Paralelamente a esto, a los encuestados en el ítem 5 de la encuesta se les preguntó sobre si estaban de acuerdo con la idea de que es necesario desarrollar procesos de capacitación y formación en relación con temáticas relacionadas a la Doctrina Social de la Iglesia (ver figura 7).

Figura 3

Procesos de Formación y Capacitación en la DSI



Fuente. Elaboración propia (2023)

Por lo que, como se muestra en esta figura, este enunciado muestra un 57% estuvo totalmente de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 19% dijo estar de acuerdo, un 14% manifestó estar en desacuerdo, y finalmente un 10% de personas que respondió no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con este enunciado, estos resultados arrojados de la encuesta son importantes en la medida que como lo plantea Aparicio (2010) el modelo de la sociedad contemporánea ha enfocado sus esfuerzos en que las personas tengan unos principios de vida basados en el consumo y la felicidad material, sin embargo como lo plantea este autor desde la vida espiritual estos hechos se encuentran alejados de una vida

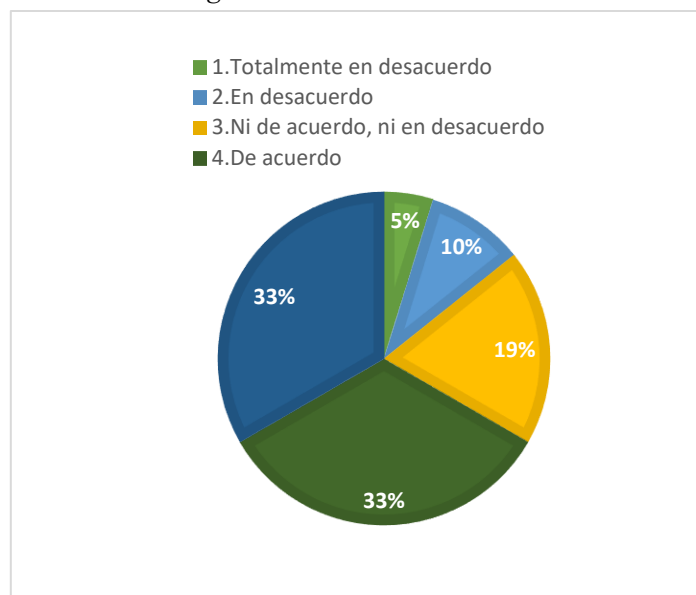
espiritual, por lo que es necesario que más personas conozcan sobre la Doctrina Social de la Iglesia, puesto que, desde este campo es posible incorporar otra visión de la vida espiritual a partir de las relaciones sociales y económicas de las personas.

Sobre esto, resulta útil establecer recomendaciones en torno a la necesidad de capacitar y formar a los integrantes de la Diócesis de Yopal en relación con temáticas de la Doctrina Social de la Iglesia, a fin de que no solo quienes asisten a la Iglesia tengan una experiencia individual sobre su vida espiritual, sino que conjuntamente puedan sentirse interesados en conocer más sobre la DSI a partir de grupos focales en donde se socialicen estos temas, y además, se establezcan brigadas de trabajo en donde sea palpable el lugar de la Diócesis frente a problemáticas centrales identificadas en el territorio de Yopal.

Aunado a lo anterior, también se le preguntó a los encuestados en el ítem 6 sobre si la Doctrina Social de la Iglesia cuenta con canales de divulgación y conocimiento para que la comunidad en general pueda reconocer en qué consiste su trabajo (ver figura 8).

Figura 4

Canales de divulgación de la DSI



Fuente. Elaboración propia (2023)

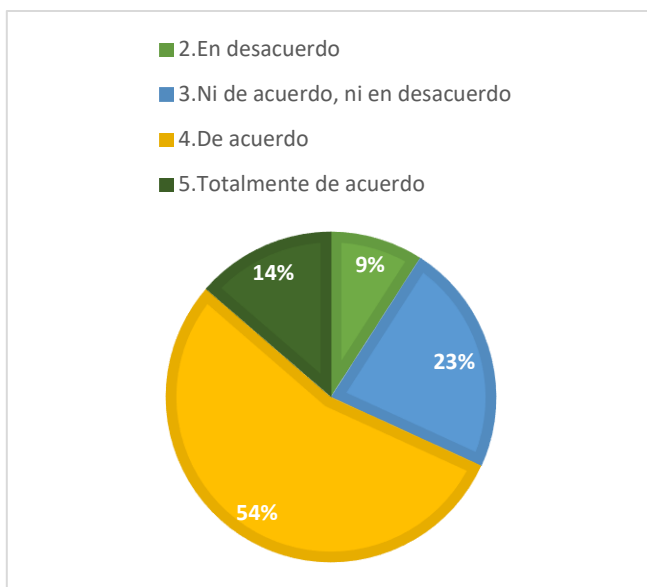
Sobre esto, un 33% manifestó estar totalmente de acuerdo con esta información, el otro 33% dijo estar de acuerdo, un 19% respondió no estar de acuerdo ni en desacuerdo con

este enunciado, un 10% dijo estar en desacuerdo, y finalmente, un 5% manifestó estar totalmente en desacuerdo, lo arrojado en las encuestas da cuenta de lo crucial que resulta para la Iglesia que existan canales de difusión para que se conozca de manera puntual en qué consiste el trabajo realizado desde la Doctrina Social de la Iglesia, puesto que, como lo menciona Letelier (2017) la esencia de esta doctrina es conseguir que las acciones y políticas eclesiales que se desarrollan desde la Diócesis sean conocidas ampliamente por la comunidad, con el objetivo de que se sientan en plena libertad de acudir a estas acciones en el momento en el que lo necesiten.

Finalmente, la encuesta aplicada para este trabajo también indagó en el ítem 13 del cuestionario sobre el marketing social y si es pertinente que este se establezca como una herramienta fructífera para el desarrollo de los procesos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial (ver figura 9).

Figura 5

Marketing Social en la RSE



Fuente. Elaboración propia (2023).

Como se evidencia, la respuesta de los participantes como se muestra en la figura 9 de la encuesta estuvo encaminada en un 54% a decir que estaban de acuerdo con este enunciado, un 23% que manifestó ni estar de acuerdo ni en desacuerdo, un 14% dijo estar

totalmente de acuerdo y un 9% respondió que estaba en desacuerdo, teniendo en cuenta estos resultados es pertinente hacer algunas recomendaciones alrededor de este tema.

Es necesario recordar lo dicho por León (2020), cuando menciona que el marketing social tiene la función de crear estrategias organizacionales para generar transformaciones en los comportamientos de las personas, de ahí que este aspecto conceptual es importante tenerlo en cuenta al momento de difundir información sobre la Doctrina Social de la Iglesia. En este sentido, se debe comprender que el alcance que tiene el marketing social es altísimo en cuanto a partir de una esquematización pueden orientar las conductas de las personas acudiendo a la toma de conciencia de cada persona respecto a determinados temas, en este caso en la Diócesis de Yopal desde las acciones que se realizan en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial en el territorio.

Para ello, resulta indispensable, como se ha visto a lo largo de los resultados de la encuesta que exista una mayor difusión del trabajo realizado en la Diócesis de Yopal, para esto podrían hacer uso, como lo menciona Reyes et al. (2018), de las redes sociales ya que estas se han constituido como una herramienta fundamental para dar a conocer de la palabra de Dios y las acciones realizadas por la Iglesia desde estamentos como los planteados por la Doctrina Social de la Iglesia, además esto también podría servir como un aspecto que potencialice el trabajo realizado desde la mirada de la Responsabilidad Social Empresarial, toda vez que, podría convocar a muchas más personas a formarse en este tema y realizar acciones concretas en la Diócesis de Yopal.

Interpretación preliminar

La perspectiva reconocida en este proceso de análisis cuantitativo, evidencia que las dinámicas de RSE y DSI, desarrolladas por la Diócesis de Yopal, impactan positivamente en el desarrollo social, económico y político del territorio. Gracias al enfoque de planificación empresarial, propuesto por la Diócesis, las relaciones económicas del territorio se han ido modificando por propuestas comunitarias, colectivas y de crecimiento sostenible, en este sentido, en perspectiva de las personas encuestadas, la implementación de estos proyectos, permiten entrelazar los principios de la iglesia de amor al prójimo,

respeto, solidaridad, entre otros, junto a una perspectiva empresarial de desarrollo y crecimiento comunitario.

En este orden de ideas, frente al objetivo de establecer el impacto de los procesos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la diócesis de Yopal en el territorio, como ejercicio llevado a cabo desde las acciones orientadas por la Doctrina Social de la Iglesia (DSI), se logra evidenciar un impacto importante y positivo, en términos del desarrollo colectivo de las comunidades, superando problemáticas sociales de pobreza, desempleo, exclusión, entre otras; posibilitando que las dinámicas económicas en los territorios puedan generarse desde la equidad y el crecimiento comunitario.

De esta forma, de acuerdo a lo planteado en el objetivo específico que plantea establecer la relación y contribuciones de la Doctrina Social de la Iglesia a la Responsabilidad Social Empresarial, gracias a las respuestas obtenidas por las personas encuestas y sumado a los diferentes análisis que se han presentado en este ejercicio investigativo, se hace evidente la relación entre la DSI y la RSE, como actividades que integralmente permiten desarrollar procesos de crecimiento económico y social en los territorios en donde logran implementarse dinámicas económicas comunitarias.

Empero de lo anterior, los resultados también evidencian algunas dificultades que hasta el momento se han podido reconocer en los proyectos adelantados por la Diócesis de Yopal, en sentido de la constitución de ejercicios de Responsabilidad Social Empresarial. Estas dificultades se enfocan directamente con la falta de métodos, técnicas y herramientas que favorezcan la planificación y la implementación de los proyectos dentro de los marcos técnicos de la RSE, esto quiere decir, que muchas veces los procesos que proyecta la Diócesis, carecen de procesos y conocimientos técnicos que permitirán una mejor implementación, no solo a la hora de planificar, sino también a la hora de ejecutar planes empresariales.

Sumado a lo anterior, se logra observar que otra dificultad de las actividades que desarrolla la Diócesis de Yopal en perspectiva de la DSI y la RSE, es la poca difusión de los proyectos y por ende la invisibilización de estas dinámicas de crecimiento comunitario. En este sentido, la presente investigación sugiere, conceptualmente hablando, la

importancia del acercamiento y desarrollo a el denominado Marketing Social, bajo el cual se puedan adquirir diferentes herramientas técnicas y tecnológicas para la propagación de las actividades desarrolladas en este territorio. La integración de estos procesos de relacionamiento comercial, permite que entidades tanto públicas como privadas, puedan reconocer la propuesta de la Diócesis y aportar, económica o instrumentalmente al desarrollo de actividades económicas que favorezcan a las comunidades que han decidido establecer prácticas de crecimiento económico sostenible. En este sentido, esta propuesta de integración del Marketing social a las dinámicas planteadas por la Diócesis de Yopal, permite que las empresas logren posicionarse en un panorama comercial local e internacional, con todo lo cual, se logren establecer nuevas formas en la generación de proyectos sociales y empresariales.

Tabla 2. Tabla de resultados

Enunciado de la encuesta	To talmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. La DSI se establece como un proceso que busca acercar la Diócesis a actividades de crecimiento comunitario.				13	8
2. Las dinámicas que desarrolla la DSI tienen la capacidad de fortalecer procesos económicos al interior de las comunidades de base.				5	0
3. La DSI permite que la sociedad en general pueda reconocer las enseñanzas de Jesús.					1
4. La DSI desarrolla actividades de transferencia y divulgación de conocimientos de forma periódica.		2	9		1
5. Es necesario desarrollar procesos de capacitación y formación en relación a temáticas relacionadas a la DSI.		3	2		1
6. La DSI cuenta con canales de divulgación y conocimiento para que la	1	2	4		7

comunidad en general pueda reconocer de que se trata.					
7. La DSI es una experiencia que propone la instauración de procesos de participación política de la Diócesis en la sociedad.	1	3	6	4	4
8. En el caso de Colombia, la DSI es bastante reconocida e implementada.	2	4	4	3	3
9. Existe alguna relación entre la DSI y la RSE	1	2	2	4	1
10. La RSE debería constituirse como un proceso obligatorio para todas las empresas.			3		10
11. La base productiva de la ciudad de Yopal guarda relación con la DSI o con la RSE	1		6		9
12. La Diócesis de Yopal constituye procesos de RSE.		5	4		4
13. El marketing social se establece como una herramienta fructífera para el desarrollo de procesos relacionados con la RSE.		2	5	2	3

Fuente. Elaboración propia (2023)

Resultados Cualitativos

Descripción del conjunto de datos cualitativos

El desarrollo del presente apartado, logra integrar la relación existente entre los resultados obtenidos en el desarrollo investigativo y la constitución teórico-conceptual del proyecto. En este sentido, la revisión documental que soporta el trabajo, se enfoca en establecer los principios de la Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social Empresarial, generando una integración de los conceptos en una actividad desarrollada por la Diócesis de Yopal en el territorio.

De esta forma, algunas de las fuentes documentales que nutren esta investigación, se desarrollan torno a temáticas como: *¿Qué son los principios de la doctrina social de la Iglesia?*; *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones*; *Doctrina Social de la Iglesia y Responsabilidad Social Empresarial: ética y política del neoliberalismo*; *La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las MiPymes colombianas*; *Aportes de la doctrina social de la Iglesia para una deontología del consumo*; *Tendencias En Mercadeo Social (Ms)*, entre otras.

Como puede evidenciarse, estas investigaciones se perfilan desde la importancia entre la dinámica empresarial y comercial en el desarrollo social de las comunidades, es decir, que teóricamente, el presente proyecto, se distancia del enfoque empresarial desigual y que excluye los procesos comunitarios y se enfoca en vislumbrar la necesidad de que los procesos comerciales y el crecimiento empresarial impacte positivamente en el desarrollo social de las comunidades, desde los procesos de generación de empresas y las dinámicas que giran entorno a las formas de consumo.

La posibilidad de que las empresas impacten positivamente en el desarrollo de los territorios, se hace evidente en la configuración conceptual que nutre la presente investigación, por ende, los resultados presentados, se establecen como de vital importancia para el fortalecimiento de estas dinámicas comerciales al interior de los territorios, generando propuestas distintas a la establecidas en las actividades empresariales capitalistas que caracterizan el modelo económico actual y en donde el valor del trabajador y de los territorios, como sustentos de desarrollo sostenible, se invisibilizan de una manera constante.

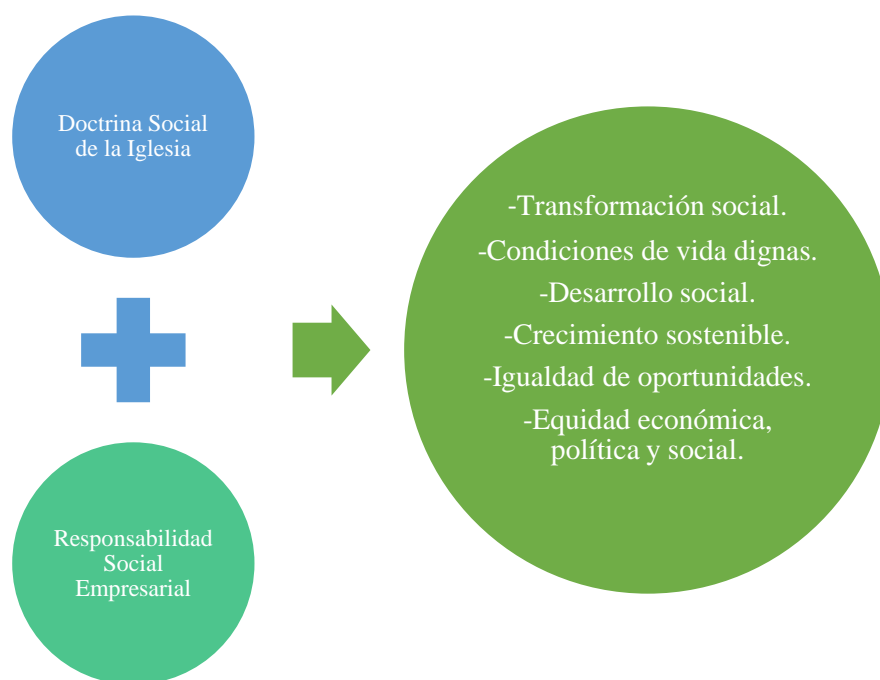
Hallazgos de la revisión documental.

Como se ha venido planteando, la relación existente entre la Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social Empresarial, para Yopal, ha permitido generar diferentes procesos de progreso y desarrollo social y económico. El ítem número 9 de la encuesta realizada en el ejercicio metodológico de este proyecto, en el que se preguntaba sobre la existencia de alguna relación entre la DSI y la RSE, evidencia que más del 70% de los encuestados percibe esta relación.

Dicha relación se puede ver representada en el gran número de cooperantes de nivel nacional e internacional (Adveniat, Caritas Italianas, Conferencia Episcopal Italiana, Kirche in not, Fundación Populorum Progressio, Vicariato de Roma, Caritas Alemanas, CEI, Conferencia Episcopal Española, Comisión de Conciliación Nacional, ACN, entre otras), con los que cuenta la Diócesis de Yopal para llevar a cabo cada una de sus acciones.

Figura 6

Relación entre la DSI y la RSE



Fuente. Elaboración propia (2023)

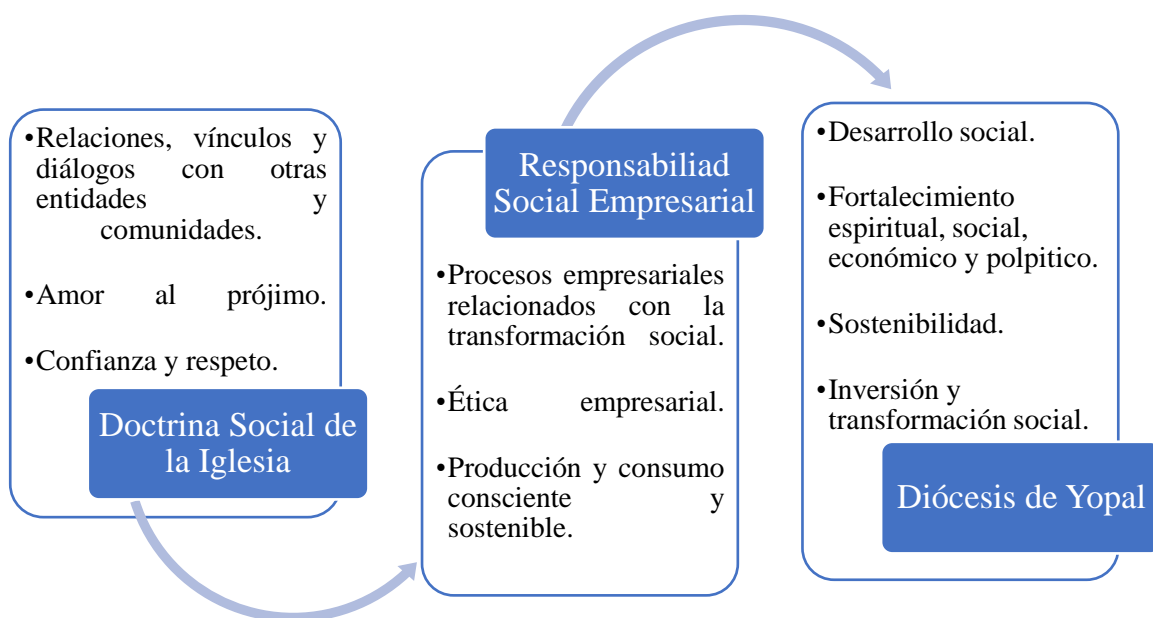
Por su parte, con el fin de responder al segundo objetivo de esta investigación, analizar el impacto de la Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social Empresarial, en las actividades desarrolladas por la Diócesis de Yopal con las comunidades que habitan el territorio (ver figura 3), en la revisión teórica se encontró que, en efecto, la Diócesis ha buscado adaptar los principios de la DSI y de la RSE a su accionar, al construir una propuesta ética, moral y espiritual que conversa e interviene en los procesos económicos, políticos y sociales de la región, a través del trabajo religioso y comunitario que realiza. Esto se puede notar a partir de las acciones realizadas por la Diócesis de Yopal orientadas a la solicitud de un banco de alimentos que permitiera transformar el bienestar

de las familias que conviven en este lugar, así como la intervención en el internado Nunchía.

Así mismo, estas acciones han buscado seguir los principios de la Doctrina Social de la Iglesia, que como lo expone Letelier (2017) son: la dignidad de la persona, el bien común, la subsidiariedad y la solidaridad.

Figura 7

Impacto de la DSI y la RSE a través de las acciones de la Diócesis de Yopal



Fuente. Elaboración propia (2023)

A propósito de las actividades de crecimiento comunitario, llevadas a cabo por la Diócesis de Yopal, existen dos proyectos que destacan de manera importante en este proceso, el primero de ellos es el “mejoramiento de vivienda para la calidad de vida familiar” el cual tiene como objetivo mejorar las condiciones habitacionales de algunas familias en situación de vulnerabilidad diagnosticadas por el equipo del programa banco de alimentos en la Diócesis de Yopal, en los que se intervienen tanto espacios sociales como de emergencia arquitectónica.

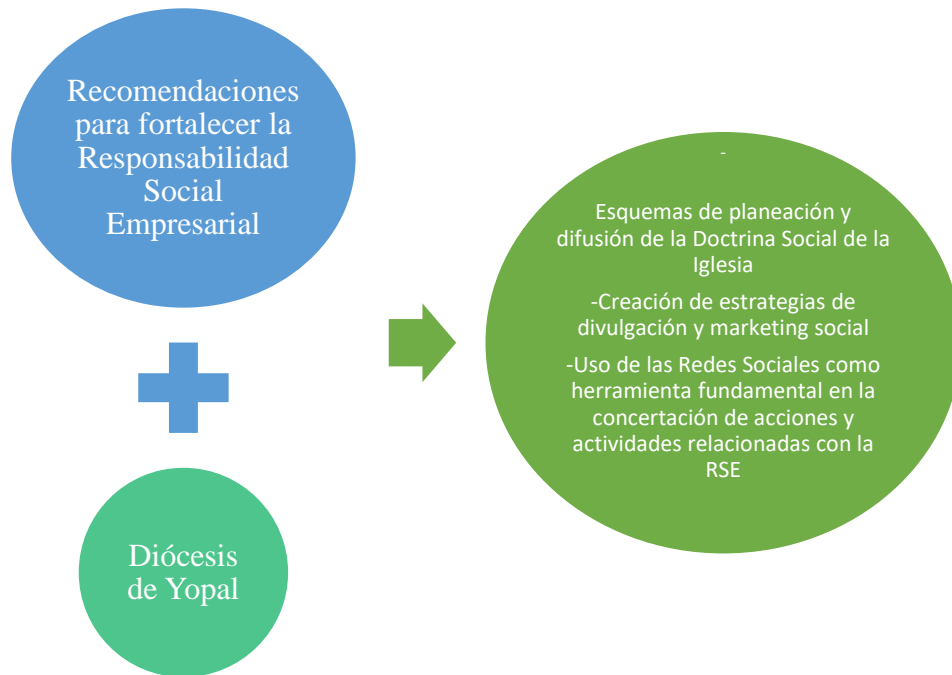
Esta intervención se llevó a cabo en los municipios de Sácama, Támara, Pore, Nunchía, Yopal, Recetor, Aguazul, Tauramena, Pajarito, Chámeza, Monterrey, Sabanalarga, Villa Nueva, Hato, Corozal y Paz de Ariporo. Al respecto, es de vital interés mencionar que estas acciones de mejoramiento de vivienda se realizan de manera mancomunada entre la Diócesis de Yopal quienes se encargan del asesoramiento, seguimiento y evaluación del proyecto y la comunidad beneficiada quienes se encargan de la mano de obra y la veeduría del cumplimiento del mismo.

Por su parte, el segundo proyecto impulsado por la Diócesis de Yopal está orientado a “huertas de consumo bioamigables y comprometidas para la seguridad alimentaria de todos, en familia” el cual tiene como objetivo incentivar en las comunidades beneficiarias del proyecto, la creación de la huerta cacaera orgánica en sus hogares, con una alternativa nutricional (pos-covid) para mejorar sus condiciones de vida, permitir el aprovechamiento productivo de los espacios desde la agricultura alternativa e incentivar el aprecio y cuidado por el medio ambiente.

Empero de lo anterior, se reconoce la necesidad de acompañar estas actividades de Responsabilidad Social Empresarial con algunos elementos puntuales de la Doctrina Social de la Iglesia (ver figura 6) a fin de que no solo las personas pertenecientes a la Diócesis puedan reconocer estas acciones, sino que la sociedad en general pueda identificar con mayor facilidad que la manera en la que la Iglesias aporta concretamente al campo de la RSE en Colombia es por medio de la Doctrina Social de la Iglesia la cual está enfocada a generar un impacto en el territorio de manera tangente, pero también está centrada en compartir la palabra de Jesús a través de los cuatro principios que plantea la DSI, los cuales son la dignidad de la persona, el bien común, la subsidiariedad y la solidaridad.

Figura 8

Recomendaciones para fortalecer la RSE en la Diócesis de Yopal

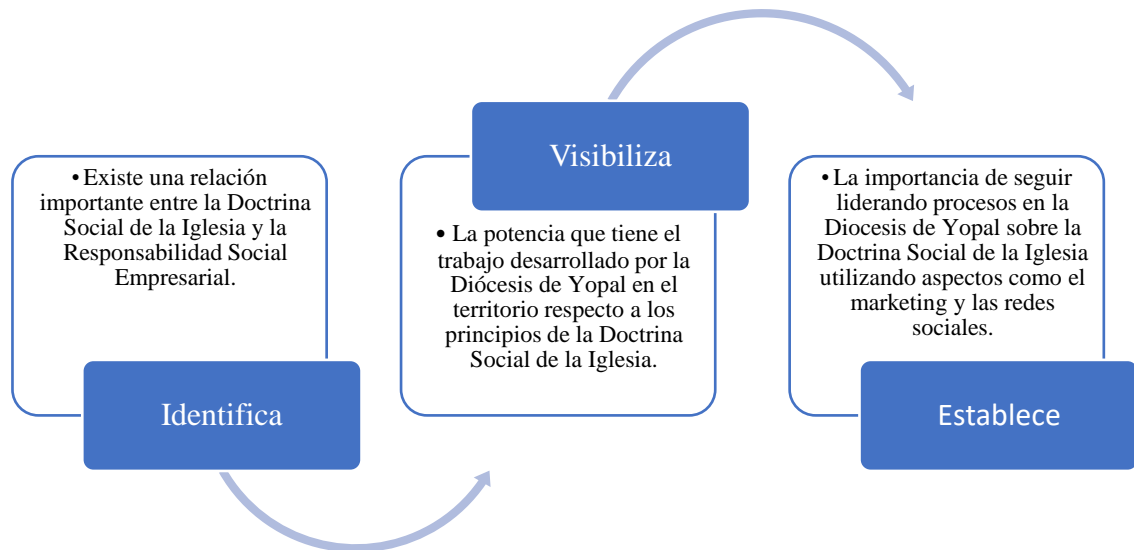


Fuente. elaboración propia (2023)

Con todo lo anterior, fue posible darle respuesta al objetivo general de esta monografía el cual estuvo encaminado a identificar y visibilizar la Responsabilidad Social Empresarial de la Diócesis de Yopal a través de las acciones realizadas desde la Doctrina Social de la Iglesia, en donde se pudo establecer que la DSI es un proceso que efectivamente le ha permitido a la Diócesis de Yopal, desempeñar un papel importante, como lo reconocen la mayoría de los encuestados al reconocer este trabajo en el territorio, y su capacidad para que por medio de estas acciones sea conocida la palabra de Dios y se intente dar respuesta a los problemas más acuciantes de la humanidad.

Figura 9

Aspectos generales de la RSE en la Diócesis de Yopal



Fuente. elaboración propia (2023)

Finalmente, se puede comprender que las acciones que ha venido realizando la Diócesis de Yopal en el marco de la Doctrina Social de la Iglesia sí pueden complementarse con los principios encontrados en la Responsabilidad Social Empresarial, ya que, si bien el primero refleja el compromiso de las institución eclesiástica con su comunidad, el segundo permite potencializar este alcance de manera organizacional, en la medida que sea posible difundir este conocimiento tanto a las personas que asisten a la Diócesis de Yopal como a la comunidad en general que podría interesarse por estos postulados de la DSI desde elementos específicos como el marketing social.

Interpretación preliminar

De acuerdo al análisis planteado, desde la perspectiva cualitativa, se evidencia la creciente relación entre los elementos que configuran la Doctrina Social de la Iglesia y las actividades planificadas desde la Responsabilidad Social Empresarial. En este sentido, al

aterrizar estas prácticas a los proyectos de sustentabilidad propuestos por la Diócesis de Yopal, se logra reconocer conceptos y dinámicas que fortalecen el dialogo entre el desarrollo humano y el desarrollo empresarial en los territorios, algunos de estos procesos son: *vida digna, condiciones para el desarrollo sostenible, crecimiento social equitativo, igualdad de oportunidades, equidad económica, entre otros.*

En este sentido, siguiendo a autores como Letelier (2017), los procesos que se constituyen en la relación de la DSI y la RSE, se estipulan bajo dinámicas de solidaridad y justicia social, esto quiere decir, la generación de propuestas económicas en las que todas las personas tengan las mismas posibilidades para el crecimiento y el desarrollo de sus actividades empresariales. En este sentido, la palabra de Dios o los enfoques epistemológicos que permiten comprender sus enunciados, pueden aterrizarse a las necesidades que presentan las comunidades en la actualidad, esto se puede materializar en procesos como la constitución de empresas y la generación de relaciones económicas mucho más justas y menos excluyentes, con todo lo cual, la DSI penetra en las problemáticas económicas actuales y constituye una propuesta para el empoderamiento económico equitativo de las comunidades.

Por otra parte, los resultados obtenidos evidencian la necesidad de que las personas que fundan estas empresas con proyección al desarrollo sostenible y a la integración de los principios de la DSI y de la RSE, logren formarse, capacitarse e involucrarse, de una manera más directa con los conceptos, actividades y herramientas técnicas que involucran el desarrollo de estas prácticas. Claramente, una de las necesidades evidenciadas en los proyectos generados por la Diócesis de Yopal, carecen de elementos conceptuales y de métodos técnicos en la planificación de los planes, por lo tanto, al integrar un conocimiento un poco más enfocado en el desarrollo y crecimiento sostenible, se puedan obtener mayores y mejores resultados en las propuestas empresariales nacientes.

Integración de resultados

Este apartado busca dar cuenta de los aspectos y elementos que este trabajo de monografía puede transmitir a la Diócesis de Yopal, con el ánimo de cualificar y fortalecer los procesos que allí tienen lugar y que se relacionan con la Responsabilidad Social Empresarial y la Doctrina Social de la Iglesia. Entonces, lo primero es reconocer que esta apuesta investigativa aporta un primer ejercicio de análisis y evaluación tanto de la relación de la Diócesis de Yopal con los principios de la Doctrina Social de la Iglesia y la Responsabilidad Social Empresarial, como de su impacto y proyecciones en la comunidad. Además, este mismo ejercicio deja para la Diócesis de Yopal una perspectiva metodológica que puede ser implementada más adelante para darle continuidad al proceso de análisis, evaluación y mejoramiento de su funcionamiento y su accionar.

Así mismo, la revisión documental llevada a cabo en este proyecto le permite a la Diócesis de Yopal contar con una consolidación teórica y conceptual completa acerca de los conceptos de Doctrina Social de la Iglesia, Responsabilidad Social Empresarial y Marketing Social, lo cual, le permite reconocer la incidencia que han tenido estas premisas a lo largo de la historia, así como, continuar fortaleciendo sus acciones y ampliando su impacto social.

Por otro lado, al pasar por los resultados que se presentaron en el apartado anterior, los cuales tienen un enfoque analítico y comparativo a partir de la revisión documental realizada y de las encuestas llevadas a cabo, es posible plantear que las acciones realizadas por la Diócesis de Yopal tienen un alto impacto, así como un buen nivel de aceptación dentro de la comunidad, lo cual, la ha situado como un referente para el desarrollo de las actividades empresariales y comunitarias de la población del municipio.

Sin embargo, estas acciones, que claramente están inspiradas en los principios de la Doctrina Social y en la puesta en práctica de la Responsabilidad Social Empresarial, requieren de estrategias que las hagan más visibles y, por ende, que lleven a que las personas de la comunidad de Yopal tengan una mayor comprensión del origen, intenciones y proyecciones de estas acciones, no solo para que la Diócesis tenga mayor reconocimiento, sino para que las mismas comunidades puedan darle continuidad a los procesos gestados

desde allí, así como, para que las empresas adopten las bases de la Responsabilidad Social Empresarial como parte de sus políticas de funcionamiento.

Esto, podría llevarse a cabo a partir de estrategias publicitarias, así como, por medio de espacios de reunión comunitarios en los que la Diócesis de Yopal conocer de forma detallada los procesos que desarrolla, a las personas que habitan los territorios donde tienen lugar sus acciones, de esta misma forma, la Diócesis podría desarrollar algunos espacios de formación en Responsabilidad Social Empresarial a las empresas que se encuentran ubicadas en Yopal, lo cual, seguramente tendría una gran acogida, ya que, un número importante de personas consideran que este aspecto debería ser un proceso obligatorio para todas las empresas.

Lo anterior, podría desarrollarse a partir de las apuestas disponibles en el Marketing Social, las cuales le permitirían a la Diócesis de Yopal emprender acciones más puntuales de mitigación y evaluación de los impactos de las empresas a nivel económico, político, social y ambiental en el territorio, a la par que se fortalece la transformación social, lo cual se relaciona directamente con la transformación de la vida de las personas del municipio.

En esta misma vía, estos espacios comunitarios y empresariales, de acercamiento y formación, representan la posibilidad de fortalecer las acciones que la Diócesis de Yopal ha realizado anteriormente en torno al crecimiento comunitario y a la instauración de procesos de participación política, los cuales, además de relacionarse con los direccionamientos de la Doctrina Social y de la Responsabilidad Social Empresarial, tienen que ver con un aporte al ejercicio pleno de los Derechos Humanos y de la ciudadanía por parte de las personas que integran la comunidad de Yopal, así como a la concreción de una sociedad participativa, con condiciones de vida dignas y equitativas.

Además de esto, es importante reconocer que este trabajo de monografía a través de los resultados arrojados por la encuesta realizada a 21 personas de la Diócesis de Yopal pudo establecer que la Doctrina Social de la Iglesia es una forma altamente reconocida dentro de la institución eclesial que permite que la sociedad en general conozca de las enseñanzas de Jesús, en la medida en que las acciones realizadas dan cuenta de los principios básicos

de la doctrina, como lo son la dignidad humana, el bien común, el trabajo social y la solidaridad.

Así, la Diócesis logra ser vista como una organización que se preocupa genuinamente por las distintas problemáticas que enfrenta el territorio y crea un plan de acción que permite darle solución a corto, mediano y largo plazo, pero este ejercicio de Responsabilidad Social Empresarial no puede darse si antes no ha existido dentro de la Diócesis espacios de diálogo, formación y capacitación sobre los principios que adopta la Doctrina Social de la Iglesia, así que como lo muestra la mirada conceptual de esta monografía es necesario que la Iglesia se acerque a las realidades de las personas que asisten a este lugar a fin de que se pueda fortalecer el vínculo de la Iglesia con sus integrantes, para que de esta forma sea posible incorporar estos principios de una forma mucho más orgánica y establecida dentro del territorio.

Siguiendo esta misma línea de argumentación, otra de las lecciones aprendidas que se pueden visibilizar en esta monografía está encaminada a reconocer que existe una problemática alrededor del desconocimiento la labor que realiza la Diócesis de Yopal en relación con la Doctrina Social de la Iglesia, puesto que incluso los mismos integrantes de la Diócesis manifestaron que es necesario desarrollar procesos de capacitación y formación en relación con las temáticas trabajadas en la DSI.

Si bien la Diócesis ha realizado acciones de impacto social y económico en el territorio esto no es del todo conocido por la comunidad, por lo que se hace necesario que la Diócesis de Yopal emprenda acciones de difusión sobre la labor social que realiza la Iglesia, por un lado para que la comunidad comprenda que puede acudir a esta institución en el momento que lo necesite, y por otro lado, porque dar a conocer este trabajo y su resultado puede motivar a otras organizaciones tanto públicas como privadas a contribuir con estas iniciativas.

A manera de cierre, otra de las lecciones aprendidas dentro de la escritura de esta monografía tiene que ver con la importancia que podría otorgarle la Diócesis de Yopal al concepto teórico referente al marketing social, puesto que, es este aspecto el que le puede permitir a las instituciones eclesíásticas difundir el trabajo que realizan a partir de la

Doctrina Social de la Iglesia que pueden incentivar estrategias que permitan mitigar algunas de las problemáticas más apremiantes de la sociedad como lo son los grandes niveles de pobreza, personas en situación de desplazamiento forzado y los altos índices de violencia en el país.

Resumen de hallazgos

En el presente apartado se presentan los principales hallazgos encontrados en la monografía referente a la Responsabilidad Social Empresarial desarrollada desde la Doctrina Social de la Iglesia en la Diócesis de Yopal. Para ello, es importante empezar por reconocer que la revisión documental realizada permitió establecer que las instituciones eclesíásticas tuvieron un papel fundamental en la construcción de lo que hoy se entiende por Responsabilidad Social Empresarial, ya que fue la Iglesia católica quien en medio del periodo de guerras mundiales empezó a establecer las bases desde principios éticos, morales, sociales y humanos en favor de los más necesitados.

Es a partir de esta lectura de la sociedad, que las instituciones eclesíásticas dan lugar a la Doctrina Social de la Iglesia, la cual tiene un origen filosófico a raíz de un contexto complejo de guerras, por lo que se plantea algunos principios que apunten a dignificar la vida, trabajar por el bien común, la solidaridad, el amor al prójimo, entre otros elementos indispensables en la DSI. En el caso de la Diócesis de Yopal se pudo identificar que la praxis de la Doctrina Social de la Iglesia ha estado encaminada a tener un impacto positivo en la comunidad por medio de la realización de programas que permiten mejorar el desarrollo económico del territorio en temas relacionados con la educación, los proyectos sociales y el cuidado del medio ambiente.

En ese sentido, la Diócesis de Yopal vista como una organización importante dentro del territorio se ha configurado como un espacio de beneficio para la comunidad, que realiza procesos relacionales que dan cuenta del compromiso de la institución eclesíástica con su comunidad y que genera aportes importantes respecto a temas de interés como el desarrollo humano sostenible y solidario. Lo anterior, es importante porque si bien la Doctrina Social de la Iglesia es un proceso interno de cada Diócesis, es un aspecto que puede trasladarse a cada persona que hace parte de la comunidad con la intención de que, por un lado, exista una participación activa en la que cada integrante desde sus propios conocimientos y saberes aporta en estas acciones concretas y, por otro lado, como se describió en la hipótesis de este trabajo el desarrollo de la DSI puede ayudar a que se

mitiguen más rápidamente algunas de las problemáticas presentes en el territorio por medio de la RSE.

Ahora bien, en lo que respecta al aspecto metodológico de este estudio, fue acertado llevar a cabo un ejercicio de tipo mixto ya que permitió llevar a cabo la recolección y sistematización de información, a partir de técnicas de investigación de orden cuantitativo y cualitativo, los cuales llevaron a generar una comprensión y análisis mucho más amplios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la Diócesis de Yopal mediante la historia y su impacto en la comunidad, como ejercicio realizado desde las acciones de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI). Así mismo, el diseño de investigación no experimental llevó a que la observación de las acciones de la Diócesis de Yopal a nivel empresarial, comunitario, ambiental y espiritual, se hiciera en el ambiente natural, manteniendo la coherencia con los objetivos planteados.

En esta vía, la puesta en marcha de la revisión documental, como técnica cualitativa, permitió reconocer los elementos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la Diócesis de Yopal en las comunidades a las cuales dirige su accionar, a la par que las encuestas realizadas llevaron a recopilar información de manera organizada, que permitieron un mayor alcance de las comprensiones y análisis de los impactos y las transformaciones que las intervenciones de la Diócesis de Yopal, de la mano del fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, han tenido lugar a los largo del territorio.

Sobre esto, resulta pertinente concluir que, de manera general, las personas encuestadas reconocen en la Doctrina Social de la Iglesia un elemento indispensable que permite dar a conocer las enseñanzas de Jesús, lo cual es uno de los objetivos principales de su praxis dentro de la Diócesis de Yopal; de ahí que, la mayoría de personas encuestadas hayan respondido que la Doctrina Social de la Iglesia tiene relación con la base productiva del municipio de Yopal que generan propuestas, programas, actividades y acciones de alto valor para la comunidad, y que requiere, como se pudo ver desde la revisión teórica, la necesidad de difundir y capacitar a las personas sobre la DSI de manera más asertiva con la idea de que la sociedad en general participe activamente en estas acciones de RSE.

Ahora bien, está creciente insistencia, por parte de las comunidades, en que la Responsabilidad Social Empresarial se constituya como un proceso obligatorio para todas las empresas, tiene que ver con los beneficios que han visto reflejados en aquellas acciones que desde la Diócesis de Yopal se han gestado con el fin de promover las mejoras en la calidad de vida de los empleados de las empresas, así como el compromiso de estas con la configuración de oportunidades para el crecimiento comunitario y de condiciones de vida más dignas y más equitativas en los territorios donde se encuentran ubicadas.

Por esto, vale la pena resaltar la importancia que tiene que la Diócesis de Yopal lleve a cabo procesos de participación colectiva en diversas áreas (política, social, ambiental, empresarial, educativo, entre otros), ya que, las acciones a las que ha dado lugar tienen diversos enfoques y múltiples impactos que merecen ser fortalecidos, para que se mantengan en el tiempo y sigan cualificándose, para llegar cada vez a más territorios y más grupos poblacionales.

Referencias Bibliográficas

- Agotegaray, M. A. (2022). La empresa en la Doctrina Social de la Iglesia desde Juan Pablo II a Francisco: una revisión. *Cultura Económica*, 40(103), 137–155.
<https://doi.org/10.46553/cecon.40.103.2022.p137-155>
- Aparicio, A. (2010). Aportes de la doctrina social de la Iglesia para una deontología del consumo. *Revista Iberoamericana de Teología*, VI(11), 31–54.
- Arboleda, C. (2011). Epistemología de la nueva Doctrina Social de la Iglesia Epistemology of the New Christian Social Teaching. *Universidad de San BUenaventUra*, 17–49.
- Bustillo, M. (2011). El marketing social una respuesta del mundo mercantil al desarrollo sostenible. *Saber, ciencia y libertad*, Vol. 6, pp. 169-176.
- Cardona, D. (2015). La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias. *Colciencias*
- Casas, J., Repullo, J., y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Aten Primaria*, 31(8), 527-538.
- Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., & Proaño, P. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del Ecuador. *Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), 23–44.
- Coelho, J. (2019). La doctrina social de la Iglesia. *Mayéutica*, 14(37).
<https://doi.org/10.5840/mayeutica19881437-3865>
- Correa, J. (2007). *EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LOS CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y BALANCE SOCIAL* *. 20, 87–102.
- Cosme, J. (2018). *The Objectives of Sustainable Development and the academy* *Introducción*. 22(8), 1089–1100. <http://scielo.sld.cu/pdf/san/v22n8/1029-3019-san-22-08-838.pdf>

- Crespo, F. (2010). Entre El Concepto Y La Práctica: Responsabilidad Social Empresarial. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 119–130.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21218551006%5CnC?mo>
- Delgado, Ricardo. (2012). La Doctrina Social de la Iglesia:Fuentes y Principios de los Derechos Humanos. <https://www.redalyc.org/pdf/876/87625443006.pdf>
- Deslauriers, J. P. (2004). Investigación cualitativa : guía práctica. *Alma Mater-Rude Colombia*, 144. <http://hdl.handle.net/11059/3365>
- Donis, J. (2013). Tipos de diseños de los estudios clínicos y epidemiológicos. *Avances En Biomedicina*, 2(2), 76–99. <http://www.redalyc.org/pdf/3587/358741821004.pdf>
- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196–206. <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225029797009.pdf>
- Escobar, R. (2012). La Doctrina Social de la Iglesia : Fuentes y Principios. *Prolegómenos. Derechos y Valores*, 15(30), 99–117.
<https://www.redalyc.org/pdf/876/87625443006.pdf>
- Escupirán, A. (2014). Consumo sostenible y marketing social en la educación ambiental de jóvenes universitarios. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 0(35E), 179.
<https://doi.org/10.15198/seeci.2014.35e.179-196>
- Espitia, A. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, IV(14), 75–84. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215047422008>
- Fundación Cáritas Asturias. (2019). Doctrina Social de la Iglesia. *Formación Continua Para Grupos de Cáritas*, 215.
- Galiano, A., & Ortega, M. (2019). Marketing social, indicadores de bienestar y ODS. *RETOS. Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 9(18), 219–238.

- Giniger, N. (2014). Doctrina Social de la Iglesia y Responsabilidad Social Empresaria : ética y política del neoliberalismo. *Sociedad y Religión: Sociología, Antropología e Historia de La Religión En El Cono Sur*.
- Giuliani, A., Monteiro, A., Zambon, M., Betanho, C., & Lima, L. (2012). El marketing social, el marketing relacionado con causas sociales y la responsabilidad social empresarial. *Invenio*, 15(29), 11–27.
- Gutián, G. (2020). The principle of solidarity of the catholic social teaching: Theological foundation. *Scripta Theologica*, 52(3), 555–585.
<https://doi.org/10.15581/006.52.3.555-585>
- Juan Pablo II. (1987). Carta Encíclica: SOLLICITUDO REI SOCIALIS. *Libreria Editrice Vaticana*, 17.
- León, A. X. (2020). Tendencias En Mercadeo Social (Ms). *Working Papers. Maestría En Gerencia Estratégica de Mercadeo*, 1(4). <https://doi.org/10.15765/wpmgem.v1i4.1477>
- Letelier, G. (2017). ¿ Qué son los principios de la doctrina social de la Iglesia ? *. *Theologica Xaveriana*. <https://doi.org/10.11144/javeriana.tx67-183.qpdsi>
- López, D., & Peñalosa, M. (2019). Responsabilidad social empresarial y su impacto en la disposición a pagar más entre los consumidores colombianos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87). <https://doi.org/10.37960/revista.v24i87.24630>
- Martínez, C. (2015). El compromiso interpretativo: un aspecto ineludible en la investigación cualitativa. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, Vol. 33, pp. S58-S66.
- Molero, G. (2016). La responsabilidad social empresarial en el contexto del capital social Corporate Social Responsibility in the Context of Social Capital. *Omnia Año 22*, 22(3), 46–59. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73752819004>

- Naciones Unidas. (2018). Objetivos de desarrollo sostenible. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Palacio, A. (2020). *Responsabilidad social empresarial : evolución e importancia dentro de las organizaciones Social business responsibility : evolution and importance inside organizations* Introducción La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto bastante amp. 8, 75–85.
- Páramo, D. (2016). *Una aproximación al marketing social*.
- Parma, E. (2013). Política En La Doctrina Social De La Iglesia. *Universum (Talca)*, 28(1), 231–245. <https://doi.org/10.4067/s0718-23762013000100011>
- Pereira, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 15(1), 15-29.
- Pole, K. (2009). Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas. *Renglones*, (60), 37-42.
- Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., & García, C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: Vol. primera ed.*
- Reyes, A., Saura, J., & Alvarez, C. (2018). Understanding #worldenvironmentday user opinions in twitter: A topic-based sentiment analysis approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph15112537>
- Sixto, J. (2010). El Marketing y su origen a la orientación social: desde la perspectiva económica a la social. Los aspectos de organización y comunicación. Em Questão, Vol. 16, pp. 61-77.
- Vallejo Vélez, J. C. (2018). Environmental and digital signage marketing initiatives at trade fairs as a contribution to sustainable development. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 6276(44), 156–190. <https://doi.org/10.14482/pege.44.10162>

Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Editorial Síntesis S.A.

Zuccarino, M. (2012). Modelos estadounidense-fordista y japonés-toyotista : ¿ Dos formas de organización productiva contrapuestas ? Un estudio de caso : trabajadores bolivianos en la primera mitad del siglo XX. *Historia Caribe*.

Anexos

Anexo 1. Formato de cuestionario

Enunciados	1.Totalmente en desacuerdo	2.En desacuerdo	3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
1. La DSI se establece como un proceso que busca acercar la iglesia a actividades de crecimiento comunitario					
2. Las dinámicas que desarrolla la DSI tienen la capacidad de fortalecer procesos económicos al interior de las comunidades de base					
3. La DSI permite que la sociedad en general pueda reconocer las enseñanzas de Jesús					
4. La DSI desarrolla actividades de transferencia y divulgación de conocimiento de forma periódica					
5. Es necesario desarrollar procesos de capacitación y formación en relación con temáticas relacionadas a la DSI					
6. La DSI cuenta con canales de divulgación y conocimiento para que la comunidad en general pueda reconocer de que se trata					
7. La DSI es una experiencia que propone la instauración de procesos de participación política de la iglesia en la sociedad					
8. En el caso de Colombia, la DSI es bastante reconocida e implementada					
9. Existe alguna relación entre la DSI y la RSE					
10. La RSE debería constituirse como un proceso obligatorio para todas las empresas					
11. La base productiva de la ciudad de Yopal guarda relación con la DSI o con la RSE					
12. La Diócesis de Yopal constituye procesos de RSE					
13. El marketing social se establece como una herramienta fructífera para el desarrollo de procesos relacionados con la RSE					

Fuente: Elaboración propia (2023)