

La RSO y la Economía Colaborativa: fundamentos para su análisis

The RSO and the Collaborative Economy: foundations for its analysis

Linda Paola Ospina Díaz¹, Diana Milec Cifuentes Leiton²,
Bryan Gaitán Vera³, José Londoño Cardozo⁴

Resumen

El presente artículo propone un primer acercamiento a la economía colaborativa / consumo colaborativo. Si bien se plantea una disociación entre los términos, el propósito del mismo es indagar sobre la definición y características de esa nueva institución económica, a fin de poder establecer qué niveles y categorías de la responsabilidad social organizacional se cumplen dentro de ese nuevo paradigma. Para ello, se realiza un análisis documental de los resultados de otros proyectos o trabajos de investigación llevados a cabo dentro del Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN.

Palabras clave: economía colaborativa; responsabilidad social; consumo colaborativo; responsabilidad social organizacional.

Abstract

This article proposes a first approach to the collaborative economy / collaborative consumption. Although there is a dissociation between the terms, the purpose of it is to investigate the definition and characteristics of this new economic institution, in order to establish what levels and categories of organizational social responsibility are met within this new paradigm. For this, results of other projects or research works carried out within the Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN are analyzed.

Keywords: sharing economy; collaborative consumption; peer to peer economy; corporate social responsibility

Recibido: 20 de abril 2019. **Aceptado:** 20 de mayo 2019

1 Magister en Administración de la Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira, Profesional en Gestión Cultural y comunicativa de la Universidad Nacional de Colombia - Sede Manizales. Filiación: Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira. Mail: lpospindad@unal.edu.co.

2 Magíster en Psicología. Universidad del Valle, Cali-Colombia. Facultad de Ciencias de la Administración. Filiación: Universidad del Valle. Mail: diana.milec.cifuentes@correounivalle.edu.co

3 Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira. Filiación: Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira. Mail: bygaitanv@unal.edu.co.

4 Estudiante de Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira. Filiación: Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira. Mail: jodlondonoca@unal.edu.co.

INTRODUCCIÓN

Acosta (2017) en su trabajo sostiene que uno de los nuevos paradigmas del siglo XXI es el auge del consumo colaborativo. Cada día se evidencia en mayor medida la incursión de esta nueva apreciación conceptual para definir ciertos comportamientos en el sistema económico y en los modelos de negocios contemporáneos. Los avances en las TICs facilitan la comunicación entre las personas y propician la aparición de nuevas formas de obtener los bienes y servicios que la satisfacen (Rodríguez-Antón, Alonso-Almeida, Rubio-Andrada, y Celemín Pedroche, 2016).

Precisamente, la satisfacción de las necesidades de las personas es la razón por la que surge el paradigma¹ denominado *economía colaborativa*. Este ha sido apropiado por diferentes individuos y organizaciones para generar modelos de negocio alrededor de dicho concepto. Martín (2016) menciona que entre los diferentes modelos de negocio que subsume este paradigma se pueden destacar UBER y Airbnb. Por otra parte, también hace hincapié en que han aparecido movimientos sociales como el Freecycle, que deben considerarse dentro del concepto de economía colaborativa.

En función de lo establecido precedentemente, se considera relevante analizar ¿cómo estas nuevas propuestas son socialmente responsables?, ¿cuáles de las categorías de la Responsabilidad Social Organizacional (RSO), tomadas en base al trabajo de Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba (2014), se logran satisfacer? Este documento pretende aportar bases para proponer dicho análisis.

A tal fin, en primera instancia se presenta una breve explicación de la metodología utilizada. Luego, en segunda instancia, se plantean

diversas definiciones vinculadas al concepto de economía colaborativa, teniendo en cuenta los diferentes nombres y formas en los que éste podría presentarse. En tercer instancia, se realiza una aproximación a las definiciones de RSO y se adopta como base principal el trabajo de Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba (2014). Finalmente, se realiza un cruce conceptual a fin de identificar cuestiones afines o congruencias entre ambos conceptos. A modo de cierre se plantean las reflexiones pertinentes.

METODOLOGÍA

La metodología implementada es cualitativa, dado que se pretende conocer un nuevo fenómeno que es la economía colaborativa / consumo colaborativo. El presente trabajo se elaboró con base a los principios de la hermenéutica, lo que permite la interpretación y creación de conceptos a partir de una revisión documental sin ahondar en el análisis del contexto en que los autores desarrollaron su trabajo.

Entre las fuentes utilizadas se destacan principalmente las bases de datos con las que cuenta el sistema de bibliotecas de la Universidad Nacional de Colombia, (SINAB). Las bases más consultadas fueron EconPapers, ScienceDirect y el repositorio institucional. Allí se encontraron una serie de documentos vinculados con la temática procedentes de investigaciones previas.

A partir de dicha información se procedió con la lectura y la síntesis documental. Para este propósito se utilizó una matriz de Excel que permitió sintetizar la información extraída. Adicionalmente, fue necesaria la lectura de documentos pertenecientes a otras fuentes de información no accesibles desde las bases de datos académicas de la Universidad. Tal es el caso de ResearchGate o Academia.edu.

REFERENTES TEÓRICOS

Se considera relevante aclarar que las bases teóricas utilizadas para desarrollar el presente documento son los resultados de otros proyectos o trabajos de investigación llevados a cabo dentro del Grupo de Estudios Neoinstitucionales - GEN. Se trata de los trabajos de

1 Este concepto podría entenderse a partir de Kuhn (1971) como un modelo o patrón que tiene vigencia durante algún periodo de tiempo. Esta vigencia se enmarca en la capacidad para solucionar problemas dentro de un campo de la investigación científica. Es de aclarar que el trabajo de Kuhn es posible interpretarlo desde diferentes posturas. En el presente documento se entiende la definición antes expuesta.

Acosta (2017), Ospina Díaz y Tello-Castrillón (2017, 2019) y Hernández Madroñero, Ospina Díaz, Londoño-Cardozo, y Tello-Castrillón (2019).

Economía colaborativa

Por ser este un concepto relativamente nuevo no existe una respuesta definitiva ni mayoritariamente aceptada acerca de su definición (Alfonso Sánchez, 2016a). Por ello, si se desea construir una idea general, se deberán considerar los diferentes aportes y denominaciones de los autores. En función de ello, a continuación se hace referencia a algunas de las definiciones conceptuales más relevantes.

Si bien muchos autores prefieren utilizar el vocablo *Consumo Colaborativo* (Cañigueral, 2015), otros se inclinan por *Economía Colaborativa* (Alfonso Sánchez, 2016b), estando ambos términos interrelacionados. Dado que para algunos, el *consumo colaborativo* es una de las formas en que se manifiesta la *economía colaborativa* (Alfonso Sánchez, 2016a), en el presente texto se adopta la postura en la cual el *consumo colaborativo* se encuentra subsumido dentro de la *economía colaborativa*, tal como se entiende en el trabajo de Diaz-Foncea, Marcuello Servós, y Monreal Garrido (2016).

Acosta (2017) define el tema como *consumo colaborativo*. Allí, dicho autor lo precisa como una nueva institución que, por medio del avance de las tecnologías, permite la reducción de la asimetría de la información, por lo tanto, la reducción de los costos de transacción y su correlación con antiguas instituciones ceremoniales (Acosta B., Rodríguez B, y Londoño-Cardozo, 2018; Ekelund y Hébert, 1991).

Otro autor que opta por dicho término es Jarne (2016, pp. 62-75) quien sostiene que el modelo económico que posibilita y fomenta una cierta autosuficiencia de los particulares con relación a la satisfacción de sus necesidades es el *consumo colaborativo*. Por regla general, el *consumo colaborativo* no abre nuevas áreas de negocio pero supone, una reclasificación profunda de los parámetros en torno a los cuales se configuran diversos sectores.

Si bien, en primera instancia se encuentra el término *consumo colaborativo*, más adelante diferentes autores comienzan a utilizar el término *economía colaborativa*. En este sentido, la *economía colaborativa* es una actividad que encierra nuevos ejercicios económicos que tienen en común algún grado de participación u organización colectiva en la provisión de bienes y servicios (Opciones, 2017, p. 14).

Al respecto Rodríguez Marín (2016, p.9), consideró que la *economía colaborativa* representa:

“el nacimiento de nuevos modelos empresariales y de consumo en los que gracias a las nuevas tecnologías se alcanzan bienes y servicios más eficientes y participativos justificados en la comunidad y la confianza, así como en la oferta fundamentada en el acceso al bien improductivo en oposición a su adquisición; combinación que unas veces puede basarse en una relación entre iguales (P2P) o bien en la puesta a disposición por parte de una empresa al acceso por los usuarios de bienes bajo demanda cuando les resulte más conveniente (B2P)”.

Considerando lo mencionado con anterioridad, se observa que al momento no hay un término claro para referirse a este nuevo fenómeno que se abre paso como una nueva tendencia económica gracias a los avances tecnológicos que facilitan y simplifican las relaciones entre vendedor y consumidor. Sin embargo, los términos *consumo colaborativo* y *economía colaborativa* comparten algunas características similares.

Características del consumo colaborativo y la economía colaborativa

Según el artículo de Cañigueral (2015) el *consumo colaborativo* cuenta con tres características esenciales: a) identifica algún bien o servicio que está siendo usado sin aprovechar su máximo potencial; b) aumenta la masa crítica de oferta/demanda y, c) genera confianza entre desconocidos creando una verdadera comunidad. Para dicho autor, éstas mismas son las características de una *economía colaborativa*.

En la última característica se ha hecho mención a la confianza, ésta por sí sola debe ser considerada como una característica fundamental del *consumo colaborativo* y la *economía colaborativa* dado que la confianza es en sí la que permite el desarrollo de estas actividades.

Otros autores, como Estancona Pérez (2015) y Díaz-Foncea et al. (2016), establecen sus propias particularidades. Para Estancona Pérez (2015), la *economía colaborativa* fomenta la autosuficiencia de los individuos en relación a sus necesidades y no abre nuevas áreas de negocio, pero supone una reorganización de los parámetros en torno a los cuales se configuran diversos sectores. La *economía colaborativa* también se caracteriza por crear conceptos de ventaja: el ahorro de dinero y de tiempo, alivianar problemas sociales como el hiper-consumismo, la contaminación y la pobreza mediante la reducción del coste de la coordinación económica dentro de las comunidades. En la misma línea Díaz-Foncea et al. (2016) sostiene que la *economía colaborativa* puede ser fuente de aprendizaje y de enriquecimiento personal, permite la ampliación de la mirada hacia un vasto abanico de dimensiones sociales y económicas. Asimismo, está hermanada y va de la mano de la *economía*.

Algunos de los modelos de transacciones económicas que provienen de la *economía colaborativa* muchas veces aplican a los sectores subsumidos bajo el concepto de *economía creativa*. Casos como el ecoturismo, caracterizado normalmente por la unión de varias personas para ofrecer un servicio turístico, o el de las cooperativas de artistas aplican en las líneas de influencia que propuso Howkins (2001) y que de buena forma analizaron Hernández Madroñero et al. (2019). Ambos tipos de economía buscan, desde diferentes frentes, satisfacer algunas de las necesidades de las personas.

Discusiones sobre las necesidades humanas

La *economía colaborativa* se plantea como una alternativa para el actual modelo de desarrollo. En este sentido, para poder discutir acerca de las necesidades de las personas, es

necesario identificar lo que se puede entender por desarrollo.

Algunos autores consideran que el desarrollo es únicamente aquello que se puede medir a través de posturas utilitaristas, es decir, aquello que se puede cuantificar, especialmente desde lo económico (Lewis, 1957). Dicha visión predomina en la actualidad, principalmente dado el auge del pensamiento capitalista (Sweezy, 1982) en el que solo aquello que tenga cierta utilidad es válido.

Contrario a ello, existen posturas como la expuesta por las Naciones Unidas (2018), que considera que el desarrollo es una cuestión integral y transversal a todos los aspectos de las personas. En esta línea de pensamiento se encuentra el economista Manfred Max Neef y sus colaboradores. Para ellos, el desarrollo gira alrededor de la satisfacción de las necesidades humanas. Precisamente, estas necesidades son asimilables a muchos aspectos cotidianos de los seres humanos (Max Neef, Elizalde, & Hopenhayn, 1998). Dichos autores bogan por un análisis transdisciplinar que busca formas para su satisfacción.

Las necesidades humanas si bien pueden clasificarse en diferentes categorías, las mismas no serán analizadas en profundidad, dado que excede el objeto de estudio del presente documento. Sí se considera relevante mencionar la clasificación propuesta por Maslow (1943) dado que propone, además de las necesidades básicas e inherentes a las personas, otras necesidades como la interacción o pertenencia a grupos de personas, el desarrollo económico y personal y la búsqueda de un bienestar integral, entre otras. Para la mayoría de estas categorías aparecen modelos de intercambio en la *economía colaborativa* que buscan aliviar los costos de satisfacción de estas necesidades mediante la agrupación y el trabajo mancomunado.

Principios básicos de la Responsabilidad Social Organizacional

La Responsabilidad Social es un tema de interés para la administración contemporánea (Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba, 2014).

La preocupación por el efecto de la intervención de la mano del hombre en los entornos donde tiene actividad justifica dicho interés. En función de ello, se presentan algunos aportes a la definición de Responsabilidad Social Organizacional (RSO), que permiten dilucidar dicho concepto.

Cabe aclarar que, aun los autores especialistas en la temática, no han llegado a un acuerdo sobre su denominación exacta, lo que se puede evidenciar en el trabajo de Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba (2014) en el cual se manifiesta que en las últimas dos décadas se han presentado diferentes definiciones y puntos de vista que hacen que sea difícil una unificación terminológica.

Tello Castrillón & Rodríguez Córdoba (2014) presentan una evolución terminológica que vale la pena reseñar. Según su investigación, algunos de los términos más usados para referirse a la responsabilidad social son, entre muchos otros: a) Responsabilidad Social Corporativa (RSC), utilizado principalmente a partir de los años sesenta del siglo XX; b) Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que para los autores mencionados engloba a las RSC, en tanto que por corporaciones se refieren a un tipo específico de empresas, por ende RSC se encuentra incorporado en la RSE y finalmente c) la Responsabilidad Social Organizacional (RSO). Según Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba (2014, p. 133) la actuación de RSO corresponde al reconocimiento de la organización, como grupo social entramado en la sociedad de la cual depende. Esta última acepción es la acogida por los autores del presente artículo.

Como se evidencia en el trabajo de Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba (2014), el término RSO abarca a todos los tipos de organizaciones. Es decir, que al referirse a RSO se subsume en un solo término a todas las posibles definiciones que se pueden encontrar. Situación similar a ésta se presenta con los términos *organización* / *empresa*. Dicha cuestión se discute en profundidad en los trabajos de Londoño-Cardozo y Hernández Madroño (2018) y Tello-Castrillón (2018a).

Otros autores como Valor Martínez y de la Cuesta González (2003), la definen como el conjunto de compromisos y obligaciones, éticas y legales, que las organizaciones tienen con sus grupos de interés y que se derivan de los impactos de la acción que estas producen a nivel social, laboral y ambiental. Según Isabel La Moneda (2016), dicho término surge a finales del siglo pasado y se basaba en la idea de retribuir a la sociedad parte del beneficio que la empresa percibe de ésta. Según citaron Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba (2016) para la Comisión Europea la RSO es voluntaria y no obligatoria. Jenkins (2009), definió a la RSO como un concepto correspondiente al desarrollo sostenible que abarca lo ambiental, lo social y lo económico. Para Jenkins, la RSO involucra diversos grupos de interés, y trasciende el cumplimiento de las reglas.

Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba (2016), consideraron que cualquier individuo consciente de la relación que tiene con los demás es socialmente responsable. De esta consciencia depende la supervivencia de la especie.

Que el hombre sea socialmente responsable hace que la responsabilidad social sea transversal a todas sus actividades. Al ser las organizaciones hechos sociales, creadas por los hombres para transformar la realidad (Tello-Castrillón, 2018a), les hace inalienable la RSO a todos sus aspectos (Ospina Díaz y Tello-Castrillón, 2017, 2019).

Para Tello Castrillón y Rodríguez Córdoba (2016) y Tello-Castrillón & Londoño-Cardozo (2019), existen siete categorías de RSO que se podrían sintetizar a partir de la norma ISO 26000: a) derechos humanos, b) prácticas operativas justas, c) prácticas laborales, d) protección al medio ambiente, e) gobernanza organizativa, f) temas relacionados con los consumidores y g) desarrollo de las comunidades.

Precisamente, la participación de la *economía colaborativa* en algunas de estas es lo que se pretende debatir. Por ello, se considera relevante ahondar en la unión entre RSO y *economías colaborativas*.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La RSO en la economía colaborativa

Aun cuando en la *economía colaborativa* y en los modelos de negocio e intercambio que se subsumen a esta, parece haber un cierto interés social, es importante indagar hasta qué punto estas nuevas formas satisfacen las necesidades de las personas y cumplen con los requerimientos de la RSO. Para iniciar con este ápice, se hizo imperioso buscar en las bases de datos publicaciones científicas recientes que den cuenta del cruce entre ambos conceptos. Los resultados no fueron alentadores.

En la búsqueda de información sobre la RSO en las *economías colaborativas* solo se encontró el trabajo de Isabel La Moneda (2016). Precisamente este autor se pregunta si las *economías colaborativas* son un nuevo nivel o una nueva representación de la RSO. Está claro que en la *economía colaborativa* existen pilares fundamentales que podrían considerarse como parte de la RSO. Por ello, es importante medir hasta qué punto estas modalidades de intercambio o de satisfacción de las necesidades pueden llegar a considerarse como RSO.

Muchas de las modalidades presentes en la *economía colaborativa*, como el caso del P2P, se llevan a cabo entre dos personas, sin intermediarios. Con lo cual, queda duda de hasta qué punto se puede considerar esta actividad como socialmente responsable. No obstante, es innegable que muchas de las modalidades resultantes del uso de la tecnología aplicada al cooperativismo puedan considerarse como tal. Este podría ser el caso de UBER. Este modelo de negocio, en principio, más que la generación de ingresos, buscaba que las personas compartieran un vehículo en sus desplazamientos a fin de mejorar los atascos de tránsito, disminuir la descarga de emisiones tóxicas a la atmósfera y reducir los costos de transacción (Acosta B., 2017).

Sin embargo, es necesario ahondar en la discusión pertinente sobre la implementación de las políticas de responsabilidad social y de sostenibilidad en los modelos de intercambio de la *economía creativa*. Evidentemente aun

cuando la filosofía de estos intercambios es reducir los intermediarios y compartir el uso o la prestación de un servicio entre diferentes personas, se pueden presentar vacíos, especialmente en la ley, que faciliten actitudes que no son apropiadas ni acordes a dicha filosofía. Es quizá necesario acrecentar el marco jurídico que soporta estos modelos y a la responsabilidad social para así estar preparados para las nuevas formas de satisfacción de las necesidades que devienen en el futuro (Tello-Castrillón, 2018b).

CONCLUSIONES

De lo analizado precedentemente se desprende que es necesario seguir ahondando en dicha temática, a través de estudios que determinen la mejor forma de implementar una RSO transversal para todas las formas de *economía colaborativa*, como así también analizar el modo en que se debieran regular dichas actividades.

Sin desconocer que algunas de las formas de intercambio de la *economía colaborativa* se hacen entre pares, la mayoría de las veces hay organizaciones que soportan dicha actividad. Es por ello que se hace hincapié en que los Estados presten atención en este sentido y que la academia comience a indagar y explorar dichas alternativas. Las personas siempre buscarán la forma de satisfacer sus necesidades y la *economía colaborativa* parece ser un paradigma que llega para establecerse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta B., L. S. (2017, octubre 5). Consumo colaborativo: Una reflexión sobre su introducción desde el Neoinstitucionalismo. 30-36. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/70078/>
- Acosta B., L. S., Rodríguez B, L. C., & Londoño-Cardozo, J. (2018). El retorno de Veblen en el contexto de las nuevas instituciones. *Revista Ensayos*, 10(1), 173-180.
- Alfonso Sánchez, R. (2016a). Aproximación jurídica a la economía colaborativa: diferentes realidades. *Cuadernos de derecho y comercio*, (66), 13-73.
- Alfonso Sánchez, R. (2016b). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía

- social. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (88), 231-258.
- Cañigueral, A. (2015). El futuro nunca estuvo tan presente. *Leaners Magazine*, 18-22.
- Díaz-Foncela, M., Marcuello Servós, C., & Monreal Garrido, M. (2016). Economía social y economía colaborativa: Encaje y potencialidades. *Economía Industrial*, 402, 27-35.
- Ekelund, R. B., & Hébert, R. F. (1991). *Historia de la teoría económica y de su método* (J. P. Escutia, Trad.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Estancona Pérez, A. A. (2015). 'CARPOOLING': C2C en el transporte de personas. *Revista Aranzadi de derecho y nuevas tecnologías*, (37), 161-184.
- Hernández Madroñero, I., Ospina Díaz, L. P., Londoño-Cardozo, J., & Tello-Castrillón, C. (2019). Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la ley 1834 de 2017. En A. Beltrán Duque, R. D. Echeverry Romero, C. A. Restrepo Rivillas, & A. Rodríguez Orejuela, *Las nuevas tecnologías y los desafíos para la administración* (Primera Ed., pp. 427-449). Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/71027/>
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (First ed.). London: Penguin.
- Isabel La Moneda, D. (2016). Economía del Bien Común y nuevas economías ¿una nueva escala de la RSC? *Tiempo de Paz*, 122, 61-67.
- Jarne, P. (2016). el consumo colaborativo en España: experiencias relevantes y retos de futuro. *revista Cesco de derecho y consumo*, 17, 62-75.
- Jenkins, R. (2009). What is corporate social responsibility? En J. Peil & I. van Staveren, *Handbook of economics and ethics* (pp. 69-76). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing Limited.
- Kuhn, T. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas* (C. Solís Santos, Trad.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Lewis, W. A. (1957). Teoría del desarrollo económico. *El Trimestre Económico*, 24(96 (4)), 454-467.
- Londoño-Cardozo, J., & Hernández Madroñero, I. (2018). El problema de los conceptos científicos en la clasificación de las organizaciones. En C. Tello Castrillón, E. F. Pineda-Henao, J. Londoño-Cardozo, I. Hernández Madroñero, M. A. Salcedo Serna, & M. S. Ortega González, *Conjeturas organizacionales. Fundamentos para el estudio de la organización* (Primera, pp. 103-128). Colombia: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149-159. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370-396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Max Neef, M., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (1998). Relectura de la crisis latinoamericana: crisis y perplejidad. En M. Max Neef, *Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones* (Segunda edición, pp. 23-35). España: Nordan e Icaria.
- Naciones Unidas. (2018, enero). Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Recuperado de <https://goo.gl/DD6dR4>
- Opciones. (2017). ¿Qué son, las economías colaborativas, o comunitarias? *Opciones*, 44, 32.
- Ospina Díaz, L. P., & Tello-Castrillón, C. (2017, octubre). Industria cultural y RSO: condiciones laborales de una organización de fomento a la danza. 256-263. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/323253118_Industria_cultural_y_RSO_condiciones_laborales_de_una_organizacion_de_fomento_a_la_danza
- Ospina Díaz, L. P., & Tello-Castrillón, C. (2019). Acciones de Responsabilidad Social Organizacional: una mirada a la industria cultural en Santiago de Cali. *Revista Logos Ciencia y tecnología*, 11(1), 117-137. <https://doi.org/10.22335/rict.v11i1.547>
- Rodríguez-Antón, J. M., Alonso-Almeida, M. del M., Rubio-Andrada, L., & Celemín Pedroche, M. S. (2016). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (88), 259-283.
- Sweezy, P. M. (1982). *Teoría del desarrollo capitalista* (Décima Ed; H. Laborde, Trad.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Tello Castrillón, C., & Rodríguez Córdoba, M. del P.

- (2014). Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. *HALLAZGOS*, 11(22), 119-135. <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2014.0022.07>
- Tello Castrillón, C., & Rodríguez Córdoba, M. del P. (2016). Fundamentos ético disciplinares de la responsabilidad social organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(75), 491-508.
- Tello-Castrillón, C. (2018a). El concepto de organización, tan cerca y tan lejos. En C. Tello-Castrillón, E. F. Pineda-Henao, J. Londoño-Cardozo, I. Hernández Madroñero, M. A. Salcedo Serna, & M. S. Ortega González, *Conjeturas organizacionales: fundamentos para el estudio de la organización* (Primera Edición, pp. 79-102). Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Tello-Castrillón, C. (2018b). Responsabilidad Social Organizacional, Estado Colombiano y Post-acuerdo. En G. Eljach Pacheco, J. A. Escobar Solano, L. Muñoz Meneses, & G. F. Niño Contreras, *Derechos laborales, fomento económico, informalidad y desarrollo* (Primera, pp. 152-171). Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/70384/>
- Tello-Castrillón, C., & Londoño-Cardozo, J. (2019). Responsabilidad Social Organizacional, definiciones y aplicación. Manuscrito inédito en proceso editorial, Palmira, Valle del Cauca.
- Valor Martínez, C., & de la Cuesta González, M. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín Económico De ICE, Información Comercial Española*, (2755), 7-20

Este documento se encuentra disponible en línea para su descarga en: <http://ppct.caicyt.gov.ar/rain/article/view/v5n1a07>

ISSN 2422-7609 eISSN 2422-5282 – Escuela Argentina de Negocios. Este es un artículo de Acceso Abierto bajo la licencia CC BY-NC-SA (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

