



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), septiembre-octubre 2024,
Volumen 8, Número 5.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5

**SISTEMA DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EN UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.
CASO DE ESTUDIO: CERVECERÍA ARTESANAL
BOGOTÁ BEER COMPANY BBC**

**SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT SYSTEM IN A
BUSINESS ORGANIZATION. CASE STUDY: BOGOTÁ BEER
CRAFT BREWERY COMPANY BBC**

Carlos Antonio Lozano Fariño

Universidad Cooperativa de Colombia

Lurdais Maria Martinez Cárdenas

Universidad Cooperativa de Colombia

Temilda Rebeca Urango Rivero

Universidad Cooperativa de Colombia

Luis Fernando Alfonso Garzón

Universidad Cooperativa de Colombia

Deybys Sofia Nieves Garces

Universidad Cooperativa de Colombia

Emerson Manuel Castaño Paternina

Universidad Cooperativa de Colombia

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13822

Sistema de Gestión de Responsabilidad Social en una Organización Empresarial. Caso de estudio: Cervecería artesanal Bogotá Beer Company BBC

Carlos Antonio Lozano Fariño¹fariocarlos@gmail.comCarlos.lozanof@campusucc.edu.co<https://orcid.org/0000-0002-8368-4529>

Docente hace 10 años en los programas de Contaduría Pública y Administración de Empresas Universidad Cooperativa de Colombia

Lurdais Maria Martinez Cárdenaslmartinez2011@hotmail.esLurdais.martinezc@campusucc.edu.co<https://orcid.org/0000-0003-3677-2320>

Docente hace 10 años en los programas de Contaduría Pública y Administración de Empresas Universidad Cooperativa de Colombia

Temilda Rebeca Urango Riverorebeca.urango.rivero@gmail.comtemilda.urangor@campusucc.edu.co<https://orcid.org/0009-0003-8736-2185>

Docente hace 9 años en los programas de Contaduría Pública y Administración de Empresas Universidad Cooperativa de Colombia

Luis Fernando Alfonso Garzónluisf65@yahoo.esLuis.Alfonsog@ucc.edu.co<https://orcid.org/0000-0001-9423-5617>

Decano Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Afines Universidad Cooperativa de Colombia

Deybys Sofia Nieves Garcesdeyby.s.nieves.garces@gmail.comdeyby.s.nievesg@campusucc.edu.co<https://orcid.org/0009-0000-8636-7046>

Docente hace 9 años en los programas de Contaduría Pública y Administración de Empresas Universidad Cooperativa de Colombia

Emerson Manuel Castaño Paterninacolegas.rmg@gmail.comEmerson.castano@campusucc.edu.co<https://orcid.org/0009-0000-4630-1712>

Docente hace 14 años en los programas de Contaduría Pública y Administración de Empresas Universidad Cooperativa de Colombia

RESUMEN

La RSE (responsabilidad social empresarial) como estrategia clave para avanzar con pasos seguros en el posicionamiento organizacional y aumento de la imagen corporativa, es esencial en el fundamento actual de toda empresa y su dinámica. Se sitúa a la empresa Bogotá Beer Company (BBC) como caso de estudio en esta investigación, cuya producción es de naturaleza artesanal. En este artículo se tiene como objetivo analizar la RSE en función a las estrategias operativas de las organizaciones; y en el caso de la empresa BBC se permite divulgar sus alcances y aportes a la sociedad colombiana. Con una metodología cualitativa y descriptiva se documentó la información clasificada de acuerdo con las palabras claves señaladas en este estudio, lográndose observar como conclusión principal, la importancia de la ética en la gestión empresarial y comunitaria, lo cual es crucial no solo para satisfacer intereses económicos inmediatos, sino también para promover el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial. En cuanto a intereses económicos inmediatos y al desarrollo sostenible, la ética relacionada con la RSE no solo contribuye a mejorar la reputación de las empresas, sino que traduce sus beneficios tangibles con el aumento y retención de empleados y un mejor desempeño financiero. Este enfoque permitió establecer prácticas que no solo benefician a sus colaboradores, sino que también generan un impacto positivo en el entorno de esta organización y en todas sus operaciones de producción. Con ello La BBC se muestra cómo una empresa que puede ser socialmente responsable y al mismo tiempo competitiva en sus mercados de interés.

Palabras claves: cerveza artesanal, responsabilidad empresarial, responsabilidad social corporativa

¹ Autor principal

Correspondencia: Carlos.lozanof@campusucc.edu.co

Social Responsibility Management System in a Business Organization.

Case study: Bogotá Beer craft brewery Company BBC

ABSTRACT

CSR (corporate social responsibility) as a key strategy to advance with safe steps in organizational positioning and increasing corporate image, is essential in the current foundation of every company and its dynamics. The Bogotá Beer Company (BBC) is placed as a case study in this research, whose production is artisanal in nature. This article aims to analyze CSR based on the operational strategies of organizations; and in the case of the BBC company, it is allowed to disseminate its scope and contributions to Colombian society. With a qualitative and descriptive methodology, the information classified according to the key words indicated in this study was documented, achieving the main conclusion: the importance of ethics in business and community management, which is crucial not only to satisfy economic interests. immediate, but also to promote sustainable development and business competitiveness. Regarding immediate economic interests and sustainable development, ethics related to CSR not only contributes to improving the reputation of companies, but also translates its tangible benefits with the increase and retention of employees and better financial performance. This approach allowed us to establish practices that not only benefit our employees, but also generate a positive impact on the environment of this organization and on all of its production operations. With this, the BBC shows itself as a company that can be socially responsible and at the same time competitive in its markets of interest.

Keywords: craft beer, corporate responsibility, corporate social responsibility

Artículo recibido 08 agosto 2024

Aceptado para publicación: 10 setiembre 2024



INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se ha acuñado y puesto de moda el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que se refiere a la manera en la que una empresa equilibra sus intereses económicos, sociales y medioambientales en sus operaciones, de manera que sus múltiples stakeholders perciban las ventajas de su gestión en estos tres aspectos. Desde intelectuales de la economía como Adam Smith (1946) citado por Ricoy (2005) que señala la actividad productiva no solo generadora de dividendos para los empresarios, sino que también genera riqueza social, se hace referencia sobre la RSE, reconociendo que en la actividad empresarial no sólo se atienden en desarrollo de transacciones económicas, sino que se generan impactos de orden positivos y negativos en los individuos, comunidades, medio ambiente e incluso en la cultura y valores de una sociedad, asumiendo que las empresas no tienen solo accionistas, sino grupos colaboradores para su operación y generación de riquezas. La RSE es concebida hoy como una manera de hacer empresa y de construir una sociedad, teniendo presente el impacto económico, medioambiental y social que intervienen durante el desarrollo de la actividad de la empresa. No se puede negar el gran impacto social, económico e incluso medioambiental que representa el desarrollo de actividades productivas para beneficiar a una sociedad, pero sí se puede hacer y se debe hacer, siempre buscando el aseguramiento del Desarrollo Sostenible a través del compromiso de la RSE por la empresa responsable.

El objetivo de esta investigación es analizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como componente fundamental en la estrategia de las operaciones organizacionales, estudiando y analizando a la empresa BBC (Bogotá Beer Compañy) como líder en la industria de las cervezas artesanales en Colombia. En ello se observa la empresa BBC (Cervecería artesanal Bogotá Beer Company) en sus accionar socialmente, como también la parte de responsabilidad medioambiental en su contexto. Con prácticas transparentes innovadoras y sostenibles se busca valorar la contribución de esta Cervecería Artesanal a la sociedad colombiana descifrando su compromiso trascendental de la mano con su negocio e iniciativas empresariales. En cuanto a la importancia del presente estudio radica, en explorar la parte ética como política de los dirigentes de la BBC, en donde se han creado lazos comunitarios de responsabilidad social que va más allá de la fachada corporativa en donde la responsabilidad establece metas que trascienden en las simples consideraciones económicas de corto plazo; se asume la obligación

de rendir cuentas ante la sociedad sobre su desempeño económico, social y ambiental en concordancia con la buena gobernanza empresarial.

También se muestran resultados de mucha importancia en las dimensiones económica, social, ambiental y ética; y se analiza comparándolos con la teoría existente en RSE y la realidad de la BBC. Como conclusión importante se evalúan acciones significativas como partes de la estrategia de marketing y el compromiso profundo, sustentable y sostenido con la RSE.

MATERIALES Y MÉTODOS

En este estudio se aplicó una metodología sistemática y rigurosa, que facilitó la descripción y el análisis de información de la organización BBC (Bogotá Beer Compañy), partiendo de la responsabilidad social empresarial (RSE), con una visión estratégica en el negocio de las cervecerías artesanales en Colombia. Lo desarrollado describe los materiales y métodos utilizados en esta investigación, que a futuro va a servir como referencia para nuevas investigaciones en estos temas relacionados con la RSE.

Se garantizó la pertinencia de la información estudiada con criterios de fuentes actuales consultadas, que orientaron su búsqueda y selección, que abordaron de manera explícita estrategias dirigidas de mejores costos en esta empresa seleccionada para la presente investigación. La información recopilada, mediante la búsqueda utilizando las palabras claves de este artículo, como: Cerveza artesanal, responsabilidad empresarial, responsabilidad social corporativa; fue estudiada y analizada a profundidad, se estructuró y organizó la discusión de los resultados de tal forma que facilitaron el análisis de las mejores estrategias de responsabilidad social empresarial de la BBC y su implementación; logrando así de esta manera visualizar a esta organización a la cabeza en el negocio de las cervezas artesanales en el contexto Colombiano de manera responsable y cuidadosa del medio ambiente.

Igualmente, para determinar los materiales y métodos utilizados, es importante precisar el objetivo del presente artículo de divulgación el cual se refiere analizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como componente fundamental en la estrategia de las operaciones de la empresa BBC (Bogotá Beer Compañy) como líder en la industria de las cervezas artesanales en Colombia.

Tipo de investigación

Este estudio es de tipo cualitativo descriptivo, en donde se analiza lo documentado de acuerdo con el objetivo propuesto. Se describe y analiza la información de acuerdo con la literatura planteada, el marco

teórico descrito y el estado del arte del tema investigado, para ser interpretado y llegar a conclusiones válidas desde la realidad organizacional con RSE de la empresa BBC.

Instrumentalización

Este artículo de divulgación se documentó con búsquedas clasificadas de acuerdo a las palabras claves ya descritas, que en su gran mayoría corresponde a documentos bibliográficos con un espacio temporal de cinco (5) años en bases de datos indexadas, sobre todo en bases de datos como Google Scholar, Latindex, Scopus, entre otros, con un enfoque inductivo, describiendo y analizando la información relevante con respecto a la RSE y de acuerdo a la interpretación de la información clasificada mediante el análisis de las variables (palabras claves) y datos de acuerdo con el fenómeno estudiado. Con base a la teoría ya descrita, se realiza una revisión de literatura científica, documentándose con investigaciones nacionales e internacionales, ya publicadas y con los distintos autores ya referenciados, publicadas en bases de datos relevantes e indexadas ya mencionadas.

Descripción de la investigación y alcance

En este artículo de divulgación se realizó un estudio cualitativo cuyo análisis relaciona la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con los sistemas de gestión comercial, ambiental, social y ético que posibilitan la descripción de la empresa BBC (Bogotá Beer Compañy), analizándola desde su radiografía actual y sus prácticas organizacionales responsables en el contexto nacional Colombiano.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

Los acontecimientos a lo largo de la historia han desarrollado en los pueblos y comunidades alertas en el sentido que se ha despertado la preocupación por la destrucción y depredación elevada de la fauna y la flora en el globo terráqueo.

En América Latina en las últimas décadas, aún queda mucho por hacer en cuanto a su promoción, implementación, seguimiento y medición; y cobra cada vez más importancia la responsabilidad social empresarial (RSE). Peinado-Vara (2023) manifiesta que una de las organizaciones más reconocidas en la región es el Instituto Ethos en Brasil, fundado en 1998 con más de 1.300 empresas miembro que representan el 35% del PIB brasileño. Ha liderado investigación, producido materiales de gestión e indicadores, y motivado al sector privado a ser más responsable.

Es un secreto a voces que las actividades industriales de las empresas suelen ocasionar problemas ambientales como contaminación, destrucción de ecosistemas y cambio climático, entre otros. Usualmente estas “externalidades” tienden a justificarse, minimizándose así su gravedad y la responsabilidad que se deriva de ello. A pesar de ser evidentes y no poder negarse u ocultarse, la reparación de estos daños no suele ser asumida por las industrias responsables, sino por la sociedad en su totalidad, que sufre las consecuencias a través del deterioro ambiental observado a diversas escalas. Las empresas trasnacionales a menudo priorizan sus intereses sobre el bienestar colectivo y son renuentes a cambiar sus prácticas. Ejemplos de esto incluyen casos como el de Dupont, que inicialmente se resistió a retirar del mercado gases que destruyen la capa de ozono, y de empresas de hidrocarburos como Ecopetrol, Oxy, Hocol, etc; que algunas veces se han negado a aceptar la realidad del cambio climático. Estas actitudes reflejan una falta de responsabilidad social y empresarial que va tan lejos como oponerse a acuerdos e iniciativas internacionales destinadas a proteger las condiciones de vida actuales y futuras generaciones.

Es muy común observar, tanto en países avanzados como otros del tercer mundo, que las empresas que más impacto tienen en el medio ambiente son las mismas que invierten considerablemente en campañas publicitarias que pretenden demostrar su compromiso con la responsabilidad ambiental.

En Colombia, si bien la RSE no está contemplada literalmente en la Constitución, se menciona de manera secundaria en artículos sobre la libertad de la actividad económica, la libre competencia con responsabilidades, y la función social de la empresa; es decir, las intervenciones sociales del empresariado colombiano están entre las más antiguas y diversas de América Latina y las empresas han implementado estrategias de RSE para mejorar su reputación local (Acuña, 2023).

Según Bernal Russi (2022) los primeros registros de la existencia de una cervecera artesanal en Colombia data del siglo XIX en el año 1826; estaba ubicada en Bogotá y tenía como nombre Cervecería Meyer, “La elaboración de esta bebida se realizó únicamente en la ciudad de Bogotá hasta el año 1850 cuando el Convento de San Simón de Ibagué, Tolima inició su producción”. (p. 17).

De la Cuesta (2004) sostiene con respecto a la responsabilidad social empresarial, que ello ya ha despertado en las comunidades la preocupación e interés, tanto que, en los gobiernos, las escuelas de negocios e inversionistas cada vez son más numerosos los grupos sociales que perciben y reciben las

bondades de la RSC; se considera que las estrategias de la RSE de las empresas de este tipo también pueden ser aplicadas a otras instituciones reflejadas en sus proyecciones con la comunidad. Aceituno (2009), considera que el incremento del interés se debe a un despertar de la sensibilidad social no solo en el contexto de las empresas sino también globalmente; esto hace que la BBC trate de compartir su éxito basado en generar productos de excelente calidad para el deleite de todos siendo responsables también del desarrollo social y ambiental, por lo que Salomón (1999) interpreta dicha transformación como un resultado impulsado por las necesidades globales de la gente y su bienestar integral.

Si bien la RSE ha avanzado en América Latina y Colombia, Osorio et al, (2022) señala que aún hay mucho camino por recorrer para que el sector empresarial asuma plenamente su función social y contribuya al progreso de la región a través de prácticas responsables a nivel social, ambiental y económico.

Esta es una primera aproximación como base de una investigación referente a la interacción de la Cervecería BBC con las comunidades colombianas en la mira de describir a esta empresa mencionada como socialmente responsable y comprometida con toda la población de interés referidos. De acuerdo con Rodríguez, et al., (2021) señalan desde el año 2000 hasta la actualidad, varios autores coinciden en resaltar las contribuciones de las RSE al desarrollo sostenible y su posicionamiento como instrumento de gestión para la obtención de ventajas competitivas.

En Colombia se hacen esfuerzos por incorporar cada año mejores condiciones para el sector energético, ya que se juega un papel crucial en la definición del futuro energético y ambiental a largo plazo del país. De acuerdo con López, et al, (2021) en el PEN (plan energético nacional) se reconocen metas legales de transición energética y mitigación, similares a las establecidas en las leyes de cambio climático energía renovable de las naciones unidas, y se señala la diversidad de enfoques para lograrlas.

Así mismo el PEN propone medidas flexibles que amplían el horizonte que permitirá allanar el camino hacia una economía descarbonizada, el desarrollo tecnológico y la búsqueda de energías limpias de bajo carbono. Se destaca la posibilidad de crear sinergias entre la innovación, la adopción temprana de tecnologías y la reducción de costos en esta transición.

Señala Ortega Ramírez et al., (2021) que cumplir con las normas legales vinculadas a la Estrategia Nacional de descarbonización y Cambio Climático en Colombia es fundamental y por tal razón, la empresa BBC considera de suma importancia la aplicación de tecnologías de energías renovables en cada una de sus operaciones.

Estado del arte o bases teóricas

El estado del arte de la responsabilidad social empresarial (RSE) de las cervecerías artesanales en Colombia se podría centrar en la implementación de factores estratégicos, la investigación de mercados, la creación de cultura cervecera, el posicionamiento, el reconocimiento, la historia y evolución de la cerveza. Estos aspectos son fundamentales para entender la industria cervecera artesanal en Colombia y en la importancia de su mejoramiento de imagen con respecto a la RSE para la supervivencia y crecimiento de estas empresas.

Osorio-Parra y Orozco-Toro (2020), manifiestan que “la generación de una correcta identidad de marca será la que le permita a la empresa una correcta construcción de la imagen ante sus diferentes stakeholders” (p. 251); para la cervecera BBC sus buenas prácticas de manufactura y procesamiento en la obtención y colocación de sus productos han sido exitosas en la medida en que su estrategia incorpora la excelencia en la calidad de sus productos colocados en el mercado del consumo de la cerveza.

En cuanto a la estrategia de penetración del mercado la BBC llega a todas las ciudades capitales de Colombia y las secundarias más importantes, con un alto reconocimiento en su marca y con una alta recordación de sus fieles consumidores. La BBC utiliza tecnología de avanzada en la elaboración de sus productos y está siempre analizando el mercado para innovar y lanzar nuevas presentaciones como parte de otras de sus estrategias.

Como estrategia de RSE en cuanto a su personal vinculado proporciona beneficios tanto individuales para la educación propia de empleados como planes de beneficios para el núcleo familiar y el esparcimiento y descanso de todos; al igual, en palabras de López, et al, (2024), se habla de la preocupación de la BBC en la salud mental de sus trabajadores y sus familias. En cuanto a sus decisiones de RSE se reconoce su valor esencial de converger entre sus objetivos sociales y económicos, con la responsabilidad ambiental en su contexto, atendiendo las necesidades de las poblaciones de interés donde se mueve la empresa.

La sustentabilidad estratégica de la cervecera BBC centra sus esfuerzos en diversas líneas de acción a favor del entorno: La reducción de su huella de carbono, la disminución de su huella hídrica, manejo de residuos y capital natural. Concodías, (2019) citado por García Torres y Panizo Cardona (2022) señalan que “la industria que ocasiona daños ambientales aparte del petróleo es la textil, la fibra más utilizada para hacer ropa es el poliéster y cada año se usan cerca de 80 millones de barriles de petróleo para su fabricación” (P. 17).

Por lo anterior, el desarrollo de ingenierías sustentables es una vía en progreso constante, y de forma paralela a la evolución de las técnicas industriales amigables con el medio ambiente y la naturaleza, lo cual coadyuva a la integración de prácticas responsables en la industria privada. Es el caso de BBC que, a través de prácticas de siembras regenerativas de árboles, logra revitalizar la salud del entorno Bogotano, asegura un valor de manera sostenible, en aras de recuperar las cuencas de manera ecológica y forestal. Estos proyectos apuestan a la sustentabilidad y se suman como socios estratégicos tanto del gobierno como de la población de su interés.

Para BBC cervecería artesanal, uno de sus mensajes es que ambos proyectos tienen el propósito de detonar sinergias que contribuyan a que los productores tanto de Bogotá y del país (Colombia), logren tener una mayor competitividad y rentabilidad, a través de la adopción de prácticas sustentables, tanto en sus cultivos como en la transformación de materia prima para la obtención de otros productos vitales. La BBC en Colombia ha trabajado desde del año 2002 por más de 20 años en su territorio, tiempo en el cual se ha preocupado por los problemas de las comunidades y las necesidades de sus clientes y consumidores, razón por la cual no deja de lado la misión y visión de negocio, además de coadyuvar, aportar y cooperar con la sociedad por medio de diversos mecanismos y actividades.

Dentro de esta organización es evidente que la ética y la innovación juegan un papel fundamental y son piezas claves dentro de la consecución de planes y estrategias que involucran a la sociedad y a los colaboradores de BBC. Bajo dicha perspectiva, es evidente la organización, proyección y trabajo que se realiza a todo nivel, por ello es notoria la innovación de productos, tecnologías y procesos que tienen objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Toda esta cadena de esfuerzos de la empresa en mención se traduce en una sinergia que no solo repercute a nivel de negocio, sino que involucra a miembros de la comunidad donde opera, logrando una relación

y vínculo entre la empresa y la sociedad civil, coadyuvando al desarrollo y beneficio de la sociedad en un ejercicio de cooperación y trabajo en conjunto, BBC en Colombia ha integrado en su plantilla de personal a personas sordas en diferentes procesos internos, obteniendo buenos resultados.

De acuerdo con Bohórquez Rojas, (2023) las buenas prácticas de la cervecera Bogotá Beer Company son evidentes, el interés y preocupación de la cervecera BBC por el cuidado del medio ambiente es muy notorio, pues parte de sus objetivos y misión es llegar a 2050 (Objetivos del PEN en Colombia), utilizando energías renovables y limpias que tengan cero emisiones y que no impacten en los entornos y las comunidades; luego se reconoce un gran compromiso como responsabilidad hacia el cuidado del Medio Ambiente y el planeta, así como el impacto que las acciones que puedan tener en todos los grupos de interés que maneja esta empresa.

Así mismo Bohórquez Rojas (2023) siguen señalando que “Las buenas prácticas de manufactura surgen a nivel internacional de varios y constantes hechos trágicos en el mundo y especialmente en EEUU por la falta de inocuidad, medidas sanitarias, contaminación y afectación de alimentos y medicamentos”. Daza Parra (2023) también se refiere a dichos objetivos que se materializan por medio de 5 líneas de acción: ahorro de energía, reducción de emisores, ahorro de agua, manejo integral de residuos sólidos y responsabilidad social en materia ambiental.

Esta empresa en estudio, BBC en Colombia, ha estado realizando una serie de esfuerzos que se traducen en una sinergia beneficiosa tanto a nivel de negocios como en la comunidad local donde opera. Por ejemplo, han integrado personas de las comunas de Bogotá, sin oportunidades de trabajo, en su plantilla de personal, lo que ha dado buenos resultados en sus procesos internos. Además, muestran un fuerte compromiso con el medio ambiente, teniendo como objetivo para 2025/2050 el uso exclusivo de energías renovables y limpias, con cero emisiones y sin impacto negativo en entornos y comunidades. BBC en Colombia se compromete con varios objetivos de desarrollo sostenible (ODS), importantes en cuanto a responsabilidad social y cuidado del medio ambiente, además de las cinco (5) líneas ya mencionadas, en BBC, por ejemplo, según Vázquez (2011), se anota que renovaron su compromiso como patrocinadores de nivel plata con la Alianza para la Vacunación Infantil. Su aportación económica se dedicará a la distribución de la vacuna neumocócica en Mozambique, que protege a los niños contra la neumonía, principal causa de mortalidad infantil en menores de 5 años; una iniciativa pionera en Europa

que facilita a las empresas españolas colaborar con esta causa solidaria, garantizando que sus aportaciones se destinan íntegramente a la vacunación de niños en países en desarrollo.

Estos esfuerzos reflejan el compromiso de la cervecera con el cuidado del medio ambiente y el impacto positivo en la sociedad en general.

Proyección futura

Se evidencia la creciente importancia de los nuevos cerveceros, hoy, pese a la pandemia, que golpeó severamente el sector, ha tenido una notable recuperación como consecuencia de la reactivación de la cadena de bares y restaurantes.

La creciente demanda de consumo de cerveza también toca a la cerveza artesanal ya que su importancia es notable a pesar que la pandemia golpeó duramente a toda la población de este planeta; la reactivación de los negocios y en especial de las empresas del tipo de la BBC es muy dicente y se demuestra en como las organizaciones como la BBC cerveza artesanal como compañía cuenta con un espacio bastante grande en la población no cautiva, entre las ciudades y poblaciones Colombianas que muestran signos positivos de recuperación y aceptación de los productos de cervezas artesanales.

En cuanto al negocio de las cervezas artesanales la BBC sigue como líder en Colombia, y sin duda dirige su imagen como responsable socialmente en el negocio de la RSE para la obtención de energías renovables y productivas; cada día más se trata de minimizar el impacto de las energías fósiles que todavía se utilizan para todo consumo humano, de acuerdo con las políticas gubernamentales y civiles de Colombia y las naciones Unidas.

Para mitigar la huella ambiental también se proyectan acciones innovadoras en la gestión de residuos sólidos y de manejo de materiales, traduciendo ello en sus empaques y diseños finales de sus productos que sean fácilmente degradados.

Para la cervecería BBC, de acuerdo con Ortega Ramírez, et al, (2021), también muestra que el cambio climático no es el ciclo natural del planeta, por ello se enfocan líneas como lo es reducir el consumo de energía y combustibles, impulsar el uso de energía eléctrica de fuentes eólicas, solares o similares, alternos que disminuyen el impacto.

RESULTADOS

Análisis del Entorno externo e interno de la Empresa BBC

La empresa BBC (Bogotá Beer Compañy, cerveza artesanal) tiene su centro de operaciones en la ciudad de Bogotá, y de acuerdo con Bravo (2018) fue fundada en el año 2002 por el Colombiano Berny Silberwasser, tras observar el potencial de los sabores de las cervezas artesanales no solo en Colombia sino también internacionalmente.

El entorno externo de la empresa BBC ha influido de manera directa en su estrategia y resultados. Con respecto a la parte económica esta empresa debe estar atenta a los cambios como la inflación, tasa de interés y el crecimiento económico, que pueden influir en la demanda de sus productos y servicios. Si se habla de la competencia como un factor crítico en el sector de la cerveza, la BBC está atenta a las estrategias de sus competidores, como la innovación en productos y/o servicios, la calidad y la eficiencia en la producción y distribución. La tendencia del mercado es el crecimiento acelerado del consumo de cerveza artesanal y así como para las normas y regulaciones afectan también a las empresas de este tipo, la BBC está atenta en la implementación de estrategias sostenibles para ello.

En cuanto a su entorno interno, la empresa BBC se caracteriza por factores que influyen en su estrategia y resultados; por ello es por lo que su visión y misión son fundamentales para entender el objetivo empresarial y sus estrategias de posicionamiento y sostenibilidad. Por ejemplo, en su estructura organizativa tiene como clave propiciar un ambiente alegre y su compromiso con el crecimiento de los empleados y que se entienda cómo se distribuyen las responsabilidades, cómo se comunican las decisiones y hasta donde pueden llegar con sus recursos para satisfacer necesidades dentro y fuera de la empresa.

El análisis del entorno externo e interno es un proceso esencial para la planificación estratégica y la toma de decisiones efectivas en la empresa BBC; al identificar oportunidades y amenazas externas, y fortalezas y debilidades internas, la empresa puede definir objetivos estratégicos que se alineen con su misión y visión, y así, maximizar su crecimiento y éxito.

Tendencias de la Cerveza artesanal a nivel Colombiano

La industria cervecera artesanal ha experimentado un auge significativo y en Colombia no es la excepción. Cada vez son más los emprendedores que deciden incursionar en este mercado, sin embargo,

es importante tener en cuenta que existen una serie de requisitos legales que deben cumplir las plantas de cerveza artesanal para operar de manera legal en el país. La cerveza artesanal es una tendencia en alza que ha llegado para quedarse. La cerveza es una bebida alcohólica que ha formado parte de la cultura de los pueblos desde hace muchos años. En Colombia se establecen las regulaciones para la comercialización y distribución de cervezas con restricciones para la venta a menores de edad.

En Colombia El Decreto 1366 de 2020 regula la producción de bebidas alcohólicas incluyendo la cerveza artesanal, así como su distribución y venta de esta bebida e impuestos específicos para su consumo, por ello es importante que, a través de un marco legal adecuado, se fomente su producción y consumo responsable, y se proteja la salud pública y el bienestar de la sociedad en general. Con respecto a la Cervecería BBC el impacto que se quiere lograr ante la comunidad comunitario es más una realidad palpable. Para Varela y Gutiérrez, (2015), La organización Bogotá Beer Company (BBC) ha implementado varias iniciativas de responsabilidad social corporativa (RSC) para tener un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente, por ejemplo:

1. Siembra de árboles en la cuenca del río Bogotá, con jornadas de siembra de árboles nativos como arrayanes, manques, guayacanes, alisos entre otros, en los alrededores del río Bogotá, en alianza con la fundación Al Verde Vivo. En total han sembrado 1.500 árboles que serán cuidados permanentemente. Esto contribuye a la recuperación ecológica y forestal del río, que es el principal ingrediente de la cerveza.
2. Programa de donación de árboles por ventas, para lo cual se realiza un programa social en el que, por cada 1.000 botellas de cerveza vendidas, la empresa dona un árbol para sembrarlo de la mano de la fundación Al Verde Vivo. Aquí lo que se hace es vincular directamente a los consumidores con la iniciativa ambiental.
3. Uso de ingredientes naturales, en el cual se elabora cervezas artesanales usando solo ingredientes naturales como malta, lúpulos aromáticos y agua, sin utilizar estabilizantes, antioxidantes, clarificantes ni colorantes. Esto refleja su compromiso con la calidad y el cuidado del medio ambiente.
4. Generación de cultura cervecera, a través de sus pubs, bodegas y contenido digital, BBC para generar y difundir la cultura cervecera artesanal en Colombia, compartiendo conocimiento sobre los estilos

de cerveza, el proceso de elaboración artesanal y las tendencias del sector. Esto es lo que se denomina “educación y sensibilización de los consumidores”.

Si se quiere resumir estos ejemplos de RSC de la cervecería BBC se podría aceptar que se ha adoptado un enfoque integral de RSC que abarca iniciativas ambientales, de calidad de producto y de generación de cultura, buscando tener un impacto positivo en la comunidad y el entorno. Estas acciones reflejan su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social como parte de su modelo de negocio.

En torno a la RSC para la Cervecería BBC se puede definir un FODA a partir de sus realidades y compromiso social.

FODA Cervecería Artesanal BBC y su RSC

Objetivo del análisis

Proporcionar una visión general de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial actual en la Cervecería artesanal BBC con la finalidad de identificar la interacción en su contexto Colombiano y a nivel global

Tabla 1

Factores internos	
Fortalezas (+)	Debilidades (-)
1. Historial en RSE: La empresa cuenta con una base de clientes comercializadores con quienes ha venido trabajando desde sus inicios, manejando muy buenas relaciones y altos niveles de confianza. 2. Iniciativas Ambientales Innovadoras: el precio y el manejo ecológico son factores clave que satisfacen la necesidad de la empresa al entrar a un mercado competitivo. Incorpora innovaciones ambientales en su cadena de suministro y operaciones. 3. Impacto social Positivo: La BBC es la marca más reconocida en cerveza artesanal en Colombia, con un top del 94% (52% mujeres, 42% hombres).	1. Transparencia y proveedores: Precios más altos que las cervezas industriales. Dependencia de proveedores extranjeros para algunos insumos clave. 2. Limitaciones Impactos Negativos: Capacidad de producción limitada en comparación con las grandes cervecerías. 3. Reconocimiento: Falta de reconocimiento de la marca a nivel nacional.

Factores Externos	
Oportunidades (+)	Amenazas (-)
Expansión Global de Programas Sociales: interés de los clientes por la variedad e innovación de los productos de cerveza artesana Desarrollo de Productos: El mercado de la cervecería artesanal en Colombia está en crecimiento a nivel mundial y es el único segmento del negocio que aumenta. Consumo actual: Cada día aumenta más la cultura del consumo natural mas no industrial.	Competencia Intensificada: Auge de las empresas cerveceras artesanales actualmente. Cambios en las Expectativas de la percepción: Capacidad de producción limitada en comparación con las grandes cervecerías. Economía país. Aumento del precio del dólar que encarece las importaciones y Altos costos de materias primas e insumos.

De acuerdo con el anterior señalado FODA se puede inferir que la responsabilidad corporativa, incluyendo la responsabilidad social, el manejo ético y ecológico, es una política instaurada, constante e importante, ya que, como lo manifiestan Fariño, et al, (2024) en una organización se motivan las personas a ser muy productivas, desde distintos puntos de vista, y las empresas modernas con un liderazgo ético van aumentando la confianza entre los directivos y los demás colaboradores; en cuanto a la organización BBC esto mismo le ha permitido construir confianza en su cliente interno y aumentar significativamente las relaciones con su contexto y su diferenciación en un mercado que está en constante crecimiento.

Foda Cruzado:

El FODA cruzado de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) para la cervecería BBC se analiza de la siguiente manera:

1. Fortalezas

- La cervecería BBC se reconoce como la cervecería colombiana más premiada en su ámbito artesanal, lo que refleja su excelencia en la calidad de sus productos y participa activamente en su entorno con RSC.
- Su enfoque en ingredientes naturales y calidad mundial resalta su compromiso con la producción de cerveza artesanal de alta calidad y la comunidad.

2. Oportunidades

- La tendencia de crecimiento en el subsector de cerveza artesanal puede representar una oportunidad para la cervecería BBC expandir su presencia en el mercado con la anuencia de sus consumidores.
- La posibilidad de sumar con compras en Pubs y Bodegas autorizados, así como la opción de canjear códigos por cerveza, comida o promociones, puede ser una estrategia para fomentar la fidelidad de los clientes y atraer nuevos consumidores, pero siempre con responsabilidad sustentable.

3. Debilidades

- En cuanto a sus debilidades, aunque no se mencionan específicas en los resultados proporcionados se puede deducir que aún la BBC debe seguir con sus actividades y programas de RSC. También hay debilidad en la capacidad de producción limitada en comparación con las grandes cervecerías.

4. Amenazas

- Las amenazas más específicas de RSC están en la vía del cambio político y social en Colombia con el gobierno actual que cambia su política económica de manera trascendental, lo cual los resultados se enmarcan en la incertidumbre para revisar resultados de esta índole.

En síntesis, en estos análisis, se destaca la sólida reputación de la cervecería BBC en la producción de cerveza de alta calidad, así como las oportunidades para seguir creciendo en el mercado de la cerveza artesanal. Al no haber menciones de debilidades o amenazas en los resultados proporcionados, se enfatiza la posición favorable de la cervecería en el análisis FODA cruzado de RSC.

DISCUSIÓN

En el presente artículo de divulgación se estudia la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la organización Bogotá Ver Company (BBC); se ha revelado hallazgos importantes en las dimensiones económica, social, ambiental y ética, comparándolos con la teoría existente en RSE. A continuación, se muestran los hallazgos principales de esta investigación:

- En cuanto al aspecto económico la BBC ha tenido un desempeño positivo en términos económicos, alineándose con la idea de que la RSE puede contribuir a la rentabilidad de las empresas. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora en transparencia y rendición de cuentas. Se ha logrado un desempeño económico positivo, pero se ha observado que muchas empresas en Bogotá, especialmente pequeñas y medianas enfrentan desafíos similares en la transparencia y rendición de

cuentas. Esto sugiere que, aunque la BBC se destaca en su sector, otras empresas de la misma línea de negocios luchan también por equilibrar la rentabilidad con la responsabilidad social en su contexto.

- En lo social la BBC implementa prácticas de RSE interesantes; estas no están suficientemente comunicadas a sus grupos de interés ya sea porque la comunicación efectiva en RSE no ha fomentado con confianza y compromiso esperado. A pesar de ello la BBC ha implementado iniciativas sociales, como, por ejemplo, el apoyo a la empleabilidad de sus colaboradores. Sin embargo, muchas empresas en Bogotá también están adoptando prácticas similares, lo que indica que la BBC no es líder en este aspecto, aunque ha avanzado mucho en ello.
- En el aspecto ambiental, se toman medidas hacia la sostenibilidad de acuerdo con las acciones de la BBC que se consideran limitadas y algunas veces sin un enfoque estratégico. Otras empresas en Bogotá han desarrollado estrategias más integrales en este aspecto; algunas han desarrollado estrategias más integrales y proactivas en términos de sostenibilidad ambiental, lo que les permite destacarse en este ámbito.
- Abordando la ética empresarial como práctica en la BBC ha sido con un cumplimiento mínimo de normativas. Algunas empresas en Colombia están adoptando enfoques más sólidos hacia la ética y en la BBC se alinea con la tendencia observada en muchas empresas de la región que cumplen con lo mínimo requerido legalmente. un enfoque más robusto hacia la ética, integrando principios éticos en su cultura organizacional y operaciones diarias les proporciona una ventaja competitiva.

Estos hallazgos parecen indicar que la RSE en la BBC se ve más como una estrategia de marketing que como un compromiso real con la sociedad y el medio ambiente; si se contrasta con la teoría utilizada en esta investigación, el enfoque holístico de la RSE sugiere que la empresa debe integrar prácticas responsables en su modelo de negocio para lograr un impacto positivo sostenible.

CONCLUSIONES

Esta investigación a manera de artículo de divulgación, sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la Bogotá Beer Company (BBC) cada vez gana más importancia y se puede concluir de la siguiente manera:

Juicio valorativo

El enfoque integral de RSE que abarca dimensiones económicas, sociales, ambientales y éticas de la empresa Bogotá Beer Company (BBC) ha implementado iniciativas muy importantes como la siembra de árboles en la cuenca del río Bogotá, que no solo contribuyen a la restauración ecológica, sino que también fomentan la integración comunitaria y la educación ambiental.

Este tipo de proyectos demuestra un compromiso genuino con el entorno y la comunidad, posicionando a BBC como un referente en la industria cervecera artesanal en Colombia. Sin embargo, es crucial evaluar si estas acciones son parte de una estrategia de marketing o si realmente reflejan un compromiso profundo y sostenido con la RSE. La empresa ha implementado iniciativas significativas, como la siembra de árboles en la cuenca del río Bogotá, que no solo contribuyen a la restauración ecológica, sino que también fomentan la integración comunitaria y la educación ambiental. Con ello se demuestra un compromiso firme con el entorno y la comunidad, posicionando a BBC como un referente en la industria cervecera artesanal en Colombia.

Sin embargo, es fundamental revisar si estas acciones son parte de una estrategia de marketing o si es un compromiso sostenido y sustentable con la RSE.

Problemas identificados que transgreden el objetivo principal

Se identifican algunos problemas que no se abordaron debido a que transgreden el objetivo principal de la misma. Se destacan las críticas sobre la efectividad y el impacto real de los programas de RSE implementados por la empresa. En ello hay dudas sobre si las iniciativas son suficientes para abordar los problemas ambientales y sociales más amplios que enfrenta la región, así como actuar con transparencia y ética en la comunicación de sus logros y desafíos.

Se observó que la RSE usualmente utiliza una herramienta de posicionamiento de marca de la BBC, lo que podría desvirtuar el propósito original de ser responsable ambiental y empresarialmente. Se destacan las críticas sobre la efectividad y el impacto de los programas de RSE desarrollados en el contexto de la empresa en estudio.

Las dudas nacen sobre las iniciativas que parecen ser suficientes para abordar los problemas ambientales y sociales que enfrenta la región de influencia de esta organización. Desde luego, la necesidad de una mayor transparencia en la comunicación de sus logros y desafíos requiere la utilización de un buen

posicionamiento de imagen y marca empresarial, en aras de seguir implementando la RSE como objetivo fundamental en su sistema de gestión.

Posibles líneas de investigación

Para futuras investigaciones, se podría sugerir algunas líneas en el entendimiento de colocar a la RSE como instrumento fundamental en el posicionamiento organizacional.

1. Análisis de impacto: aquí se puede realizar estudios que midan el impacto real de las iniciativas de RSE en las comunidades y el medio ambiente, y cómo estos afectan la percepción de la marca.
2. Comparativa sectorial: en donde se puede comparar las prácticas de RSE de BBC con otras empresas del sector cervecero y de bebidas en Colombia, para identificar mejores prácticas y áreas de mejora.
3. Percepción del consumidor: se podría investigar cómo los consumidores perciben las acciones de RSE de BBC y su influencia en las decisiones de compra, así como el papel de la RSE en la lealtad a la marca.

Estas líneas de investigación no solo contribuirían a un entendimiento más profundo de la RSE en BBC, sino que también podrían proporcionar recomendaciones prácticas para mejorar sus estrategias y su impacto en la sociedad y el medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuña, J. (2023). Normas de la responsabilidad social empresarial en Colombia.

<https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/441/1/Normas-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-Colombia-marco-legal>

Aceituno, P. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa como instrumento de atracción del conocimiento científico para superar la crisis económica actual. [En línea]. Madrid: Facultad de Administración y Dirección de Empresas Universidad a Distancia de Madrid, España.

<http://aeca.es/xvcongresoaeaca/cd/8h.pdf>.

Bernal Russi, J. N. (2022). Propuesta de plan de negocio de una cervecería artesanal y BrewPub en

Honda. [file:///C:/Users/CARLOS%20L/Downloads/CAB-spa-2022-](file:///C:/Users/CARLOS%20L/Downloads/CAB-spa-2022-Propuesta%20de%20plan%20de%20negocio%20de%20una%20cerveceria%20artesanal%20y%20brewpub%20en%20honda%20(2).pdf)

[Propuesta de plan de negocio de una cerveceria artesanal y brewpub en honda%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/CARLOS%20L/Downloads/CAB-spa-2022-Propuesta%20de%20plan%20de%20negocio%20de%20una%20cerveceria%20artesanal%20y%20brewpub%20en%20honda%20(2).pdf)



- Bohórquez Rojas, J. E. (2023). Análisis de la aplicación de buenas prácticas de manufactura de los trabajadores de los PUB de la empresa ZX Ventures–Cervecería Bogotá Beer Company de la ciudad de Bogotá DC (Bachelor's thesis). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/31564/BohorquezRojasJorgeErnesto2022.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Bravo, C. 2018. La experiencia BBC (Bogotá Beer Company. Aneia, uniandes.edu.co/. <https://aneia.uniandes.edu.co/la-experiencia-bbc-bogota-beer-company/>
- Castillo-Muñoz, Carlos Arbey, Ripoll-Felieu, Vicente y Urquirdi, Ana. (2021). Divulgación de Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Evidencias en el uso de la Directriz GRI. Revista Lasallista de Investigación, 18 (1), 134-157. Publicación electrónica del 11 de marzo de 2022. <https://doi.org/10.22507/rli.v18n1a9>
- Daza Parra, j. g. (2023, 8 junio). Aporte y participación de la empresa privada en escenarios de innovación social a través de la responsabilidad social corporativa. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/56401>
- Decreto 1366, de 16 Octubre (2020). Producción de bebidas alcohólicas. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/decreto-1366-de-2020.pdf
- DE LA CUESTA, M. El porqué de la Responsabilidad Social Corporativa. En: Boletín Económico de ICE. 2004. N° 2813, p. 45-58. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=950560>
- Fariño, C. A. L., Cárdenas, L. M. M., Garrido, Y. P. E., Pereira, J. E. F., & Sanchez, C. V. (2024). La Ética Profesional en las Motivaciones Humanas y los Procesos Organizacionales. Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica, 4(1), 809-822. <https://estudiosyperspectivas.org/index.php/EstudiosyPerspectivas/article/view/133/203>
- García Torres, N. E., & Panizo Cardona, C. A. (2022). Paradigmas socioeconómicos en época de cambio: Análisis para el comercio y los negocios globales. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/handle/ufps/6495/5.%20Libro%20Paradigmas%20Socioecon%C3%B3micos%20en%20%C3%89poca%20de%20Cambio%20Ebook.pdf?sequence=1

- López, G. F. M., Tacuri, J. L. C., Briceño, J. C. P., Velasco, J. E. L., & Barragán, C. E. C. (2024). Transformando Empresas y Sociedades: El Poder Sinérgico de la Responsabilidad Social Corporativa y la Psicología Organizacional. Editorial Investigativa Latinoamericana. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YsYDEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA14&dq=de+2020+a+2024:+decisiones+de+RSE+se+reconoce+su+valor+esencial+de+converger+entre+sus+objetivos+sociales+y+econ%C3%B3micos,+con+la+responsabilidad+ambiental+&ots=YzFEI1dMMT&sig=q5EtIdc2Rn9QHIIHC3WBeFKr0pQ#v=onepage&q&f=false>
- López Hernández, O. J., Ramírez Vega, L. A., & Bueno Cadena, A. (2021). El rol del sector hidrocarburos en la transición energética. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/1e1ceba5-6596-4b23-b265-f46c1bff522b/content](https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/1e1ceba5-6596-4b23-b265-f46c1bff522b/content)
- ORTEGA RAMÍREZ, G. O., Cruz Vicente, M. Á., & Jerónimo Velázquez, M. (2021). Importancia de la responsabilidad ambiental y social de las empresas en México: caso Grupo Bimbo. [ru.iiec.unam.mx. https://ru.iiec.unam.mx/5452/1/222-Ortega-Cruz-Jer%C3%B3nimo.pdf](https://ru.iiec.unam.mx/5452/1/222-Ortega-Cruz-Jer%C3%B3nimo.pdf)
- Osorio Mogollón, J., Mogrovejo Andrade, J. y Duque, P. (2022). Responsabilidad social empresarial y América Latina: una revisión de literatura. *Equidad y Desarrollo*, (40), 43-64. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss40.3>
- Osorio-Parra, C., & Orozco-Toro, J. A. (2020). La construcción de valores intangibles de marcas de cerveza artesanal. Atributos inmersos en las comunicaciones. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/6083/1/La%20construcci%C3%B3n%20de%20valores.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/6083/1/La%20construcci%C3%B3n%20de%20valores.pdf)
- Peinado-Vara, E. (2023). La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina. <https://www.managementociety.net/2013/02/08/la-responsabilidad-social-empresarial-en-america-latina/>
- Ricoy, CJ, (2005). La teoría del crecimiento económico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo*, 138 (1), 11-47. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541308001.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541308001.pdf)



- Rodríguez Eugenio, K. R., Gallo Apolo, J. E., González Illescas, M. L., y Carmenate Fuentes, L. P. (2021). La responsabilidad social empresarial como estrategia de diferenciación de las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 6(3), 171-189. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2021.1832>
- SALAMON, Lester M. Global Civil Society: dimensions of the Nonprofit Sector. Baltimore: Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, 1999. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/lasociedadcivilglobal.pdf
- Varela, L y Gutiérrez, R,. (2015). Influencia de las estrategia a través de las redes sociales en el conocimiento de marca e intención de compra enmarcado en la empresa Bogota Beer Company (BBC).chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/827/MDM2015-289.pdf?isAllowed=y&sequence=6
- Vázquez, K. M. V. Identificación de las Oportunidades Perdidas en Vacunación de niños en el a rea de responsabilidad de la Jurisdicción Tlalpan 2011. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://catalogo.espm.mx/files/tes/052539.pdf