

Sección: Administración y Gestión

Artículo de revisión derivado del proyecto “Estrategias de innovación implementadas en postpandemia por empresas del Valle de Aburrá”, Universidad de San Buenaventura, código M38

Análisis del impacto estratégico de la Responsabilidad Social en las Empresas

Analysis of the strategic impact of Social Responsibility in Companies

Análise do impacto estratégico da Responsabilidade Social nas Empresas

Ledy Gómez-Bayona¹; Valentina Castañeda Vasquez²; Brenda Castañeda Gallego³ & Teddy Doria Orozco⁴



Doi: 10.53995/23463279.1721

Recibido: 02/08/2024 Aprobado: 30/09/2024

Resumen:

La responsabilidad social empresarial como pilar fundamental en las empresas tiene impacto positivo frente al posicionamiento competitivo de cada una de ellas, siempre y cuando se tenga una relación coexistente entre los 3 principales factores de implementación como lo

¹ PhD Administración, Instituto Tecnológico Metropolitano, ITM, contacto: ledygomez@itm.edu.co orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4122-0344>

² Negocios Internacionales, Universidad de San Buenaventura, contacto: vcastaneda.personal@gmail.com orcid: <https://orcid.org/0009-0002-0521-4801>

³ Administración Comercial (c), Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria, contacto: brenda.castaneda@correo.tdea.edu.co orcid: <https://orcid.org/0009-0004-4644-3875>

⁴ Magister en Derecho Público y de la Administración Pública, Institución Universitaria Marco Fidel Suarez, contacto: teddy.orozco@iumafis.edu.co orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8301-5651>

son: las estrategias innovadoras, objetivos y compromisos. El objetivo de este estudio es identificar de qué manera impactan las estrategias de responsabilidad social empresarial en las empresas. Para lograrlo, se abordó una revisión de literatura a partir de diferentes bases de datos y se halló que existen diferentes enfoques de fundamentación, pero lineales a la misma finalidad, que han servido de apoyo para la construcción de estrategias con enfoque de relacionamiento integral hacia una mira de generar el valor adaptativo que consolidan aquellos objetivos establecidos. Permitiendo generar valor y conciencia no solo internamente sino también externamente en el sector empresarial.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, Estrategia, Innovación.

Abstract:

Corporate social responsibility as a fundamental pillar in companies has a positive impact on the competitive positioning of each of them, as long as you have a coexisting relationship between the 3 main implementation factors such as: innovative strategies, objectives and commitments. The objective of this study is to identify how corporate social responsibility strategies impact companies. To achieve this, a literature review was undertaken from different databases and it was found that there are different approaches to substantiation, but linear to the same purpose, that have served support for the construction of strategies with an integral relationship approach towards a vision of generating the adaptive value that consolidates those established objectives. Allowing to generate value and awareness not only internally but also externally speaking of the business sector.

Keywords: Corporate social responsibility, Strategy, Innovation

Resumo

A responsabilidade social corporativa como pilar fundamental nas empresas tem um impacto positivo no posicionamento competitivo de cada uma delas, desde que exista uma relação de coexistência entre os 3 principais factores de implementação, tais como: estratégias

inovadoras, objetivos e compromissos. O objetivo deste estudo é identificar o impacto das estratégias de responsabilidade social nas empresas. Para tal, foi realizada uma revisão da literatura através de diferentes bases de dados e verificou-se que existem diferentes abordagens, mas lineares para o mesmo fim, que têm servido de suporte para a construção de estratégias com enfoque nas relações integrais para uma meta de geração de valor adaptativo que consolidam os objetivos estabelecidos. Permitindo a geração de valor e consciencialização não só a nível interno, mas também a nível externo ao sector empresarial.

Palavras-chave: Responsabilidade social corporativa, Estratégia, Inovação.

Código JEL: M1, M2, A1.

Introducción

El impacto de las estrategias de responsabilidad social en las empresas (en adelante, RSE) durante muchas décadas ha sido objeto de estudio por diferentes autores que, con su análisis, logran identificar una a una los métodos consecuentes de las mismas (Rincón et al., 2018). Como referente principal del cual se derivan aquellas estrategias son los objetivos formulados por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en 2015 encaminados al desarrollo sostenible, dando cuenta de la importancia como instrumento fundamental para el desarrollo de los planes de responsabilidad social empresarial corporativa, especialmente porque plantean un propósito puntual que se dirige al bienestar de la sociedad centrándose en los problemas actuales y futuros, (Alvarado Gastesi et al., 2024). Con base en lo anterior, las empresas y organizaciones empiezan la labor de diseñar aquellas estrategias para desarrollar intervenciones de negocios apuntando a las conductas socialmente responsables.

Un argumento importante nace de forma repetitiva enfocado hacia la innovación, la cual tiene impacto significativo en las empresas. Además, se identifica como un factor organizacional que permite consolidar logros encaminados a las ventajas competitivas (Ruano-Arcos et al., 2024). Como consecuencia de esto existe una línea teórica que agrupa la función de la RSE

y el desempeño total de la empresa u organización (Correa, 2007) donde, al ser un mecanismo innovador, agrupa estrategias y relaciones que permiten el posicionamiento continuo (Valencia y Esquivel, 2022), lo cual permite que la empresa u organización que lleve a cabo estas prácticas pueda estar a niveles de otras grandes empresas y esto se puede traducir en un desempeño objetivo.

Lo anterior ha servido como herramienta para que el mercado global evolucione, teniendo en cuenta el surgimiento de la RSE, que tuvo lugar hace varias décadas, es claro que los retos que tienen los países desarrollados tienen un gran contraste con los países no desarrollados; este contraste permite, entonces, la adaptación de las prácticas de la RSE con la finalidad de adecuación e implementación hacia la unificación de las mismas (Osorio Mogollón et al., 2022).

Esto indica nuevamente la importancia y el impacto que este mismo genera; el concepto como tal en la práctica se ha convertido en un pilar fundamental para el posicionamiento competitivo y las oportunidades de mejora agrupando a cada área interna y externa de la organización como meta principal donde también se ven involucradas las necesidades y compromisos sociales. Teniendo en cuenta lo dicho, se plantea la necesidad de tres (3) factores de importancia para el buen manejo y direccionamiento de la RSE como lo son: Estrategias Innovadoras, Objetivos y Compromisos. Para lograrlo, se aborda este artículo con una exploración investigativa donde se encuentran autores como: (Valencia y Esquivel, 2022; Bastidas y Moreno-Freites, 2007; Navarro Sánchez, 2016; De Blobfeld, 2014; Castaño-Ramírez y Arias-Sánchez, 2021), quienes aportan objetivamente a la definición determinante de la RSE y aportan a la investigación sobre la conceptualización fundamental de la estrategia en las empresas (Pineda, 2009). Por tanto, se pretende aportar al ámbito académico dando a conocer los diferentes conceptos, estrategias y prácticas que favorecen la obtención de una excelente RSE, por medio de objetivos y características como las tres mencionadas anteriormente.

Diferentes autores como Porter (1988); Montoya Restrepo y Montoya Restrepo (2005) aportan a la investigación sobre la conceptualización fundamental de la estrategia en las empresas. Por tanto, se pretende aportar al ámbito académico dando a conocer los diferentes conceptos, estrategias y prácticas que favorecen la obtención de una excelente RSE, por medio de objetivos y características. Se pretende determinar qué tanto influye la implementación de la innovación, objetivos y estrategias en el ámbito empresarial y como conjunto innovador permite reducir costos, lo que la convierte en una estrategia diferenciadora (González et al., 2014, p. 6). Claramente se genera un efecto positivo para la posible toma de decisiones presentes y futuras. Se resaltan los apartados de este documento investigativo fundamentados teóricamente para la profundización de los temas puntuales relacionados para así, finalmente, demostrar o evidenciar los resultados y conclusiones que esperan aportar al conocimiento práctico de la RSE.

Marco teórico

Con el fin de comprender de forma eficaz y puntual los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y de Estrategias Innovadoras, abordados en la presente investigación, se tienen en cuenta varios referentes o autores que dan fundamento a lo estudiado. En este caso, como objeto principal de la investigación, se aborda el concepto de RSE, donde Castaño-Ramírez y Arias-Sánchez (2021) la definen y manifiestan como la necesidad de las organizaciones para su gestión, donde se crea una relación con todos sus interlocutores en torno a las decisiones corporativas. De la mano de los autores mencionados, uno de los referentes citados en la investigación se rige por la misma línea conceptual, la adaptabilidad ética con la que se rigen las organizaciones para dar fuerza y vigor frente a los desafíos cambiantes en la sociedad globalizada y unificada (Toro y Rodríguez, 2017), enfocándose más hacia la estructura ética que permite hacer hincapié frente a los retos que día a día surgen y que, como empresa u organización, se debe tener una cosmovisión enfocada en ello; la definición de Rengifo et al. (2022), otorga una visión diferente de cara a la interrelación que debe estar alineada con los objetivos de desarrollo sostenible en un marco de una nueva visión

para la empresa, donde prima la pertinencia social y el crecimiento sustentable. Mientras que para Bastidas y Moreno-Freites (2007), el planteamiento se deriva del compromiso con los *stakeholders* externos para funcionalidad de las organizaciones; en este punto se inicia un análisis de la relación existente entre lo externo y lo interno, y que de un trabajo conjunto y alineado cada área dependerá del desempeño de la otra para su funcionalidad competitiva (Espinoza y Guachamín, 2018). Entonces, agrupando estos principales enfoques que cada uno de los autores establecen desde su perspectiva, conocimiento y experiencia, se evidencia que los conceptos suelen ser diferentes pero el fin objetivo es el mismo (Raza, 2019); por ejemplo, Romero Silva et al. (2022) se centran en la preparación de todos los recursos de la empresa para el beneficio y satisfacción, dirigido a las necesidades de sus clientes; este punto es muy relevante debido a que se plasma la necesidad de beneficio mutuo, además la relación en cuanto a la mitigación de impactos de los procesos y actividades económicas, a su vez proporcionan un aporte al desarrollo y sostenimiento de las organizaciones (Azuelo-Rodríguez et al., 2022); por último, en función de plasmar de forma puntual y guiado hacia el impacto final e influencia de investigación, la cual ha sido base de fundamento, tras las tendencias del mundo global, incluyendo los TLC, la RSE se posiciona como elemento práctico y de carácter obligatorio al ser un componente estratégico en estas nuevas tendencias organizacionales (Gutiérrez y Zapata, 2024).

Como apoyo dirigido a las estrategias innovadoras, se tienen en cuenta algunos autores reconocidos por su trayectoria y por su experiencia a lo largo de la historia; se debe entender, en primer lugar, que el acercamiento hacia la estrategia se define en el análisis de dónde se centran los esfuerzos para alcanzar efectivamente un objetivo o meta específica, teniendo un marco de ruta para definir el curso de acción de la misma; también desde una fundamentación más detallada, la estrategia toma lugar como plan de acción que se ejecuta tanto en empresas como personas en los tres tiempos de escenario como los son, largo, corto y mediano plazo para el cumplimiento de un objetivo propuesto (Romero Silva et al., 2022). La fundamentación del concepto, de la misma forma es definida, por ejemplo, para Pineda (2009). Según Porter (1988), como aquella intención de clasificar información mixta para una toma de decisiones efectivas bajo análisis de objetivos referentes a la experiencia.

Siguiendo la misma línea teórica, Porter (1988), menciona que es el optar en la balanza del qué hacer y qué no hacer, en cuanto análisis de investigación de mercados para identificar cuál de todos es más acorde al que se pertenece creando alternativa de camino y opción; las definiciones mencionadas tienen un enfoque continuo hacia el cumplimiento del análisis de opciones y metas establecidas direccionadas en una empresa u organización que permite dar paso a lo que Montoya Restrepo y Montoya Restrepo (2005) establecen cómo el modelo de objetivos y propósitos esenciales para obtener aquellas metas trazadas, de tal manera que permitan definir la dirección de una empresa; así mismo, dando sentido a la RSE y a su fin, la estrategia empieza a tomar el mismo valor dentro de la investigación hacia la empresa, la cual es el aporte para la toma de decisiones óptimas y, por último, Barrera (2007) relaciona este concepto como la unión común entre las diferentes áreas y actividades de la empresa y el relacionamiento organizacional en que se encuentra lo planeado en el futuro corporativo. Agrupando entonces conceptos, se genera una línea de análisis referente a la innovación como elemento imperativo hacia un eficaz desempeño de la estrategia.

Metodología

El artículo de investigación es el resultado de una configuración estructural metodológica descrita como revisión de literatura, que tiene como objeto principal reconocer, examinar y reforzar la pregunta de investigación que se describe en el documento, partiendo de trabajos de investigadores y académicos en un área específica, como Romero Silva et al. (2022); Valencia y Esquivel (2022). Además, este tipo de metodología permite identificar oportunidades de investigación en el recorrido o lapso de tiempo que se pretende abordar el tema y aporta a la ejecución de ideas propias e innovadoras; Codina (2022), abordó el proceso investigativo teniendo en cuenta principalmente los lineamientos de Tranfield et al. (2003), en la agrupación de pautas enfocadas de la pregunta investigativa, los diseños de estrategias, el paso a paso de búsqueda, los criterios de inclusión y exclusión. El alcance de esta investigación es exploratorio y la pregunta que asiste y soporta el objetivo de investigación es la siguiente: ¿De qué manera las estrategias de responsabilidad social impactan en las

empresas? El desarrollo de búsqueda tuvo lugar en bases de datos como Scopus, Scielo y artículos relacionales en Google académico con los criterios responsabilidad social, innovación, gestión empresarial, ODS y los resultados generales se sintetizan en la Tabla 1.

Tabla 1

Producto general en las bases de datos Scopus, Scielo y Google A

<i>Bases de Datos</i>	<i>Palabras Clave</i>			
<i>Scopus</i>	Responsabilidad Social	Innovación	Gestión Empresarial	ODS
Resultados	136	1.702	93	83
<i>Scielo</i>	Responsabilidad Social	Innovación	Gestión Empresarial	ODS
Resultados	606	2.032	191	60
<i>Google Académico</i>	Responsabilidad Social	Innovación	Gestión Empresarial	ODS
Resultados	7.700	6.300	2.600	486

Nota. Elaboración propia a partir de las bases de datos Scopus, Scielo, Google Académico, noviembre 7 de 2023.

La técnica de selección final incluyó una revisión minuciosa y detallada de los artículos inicialmente identificados para asegurar su relevancia y calidad. Se aplicaron criterios adicionales para filtrar los estudios, tales como:

Evaluación de Calidad: utilización de herramientas de evaluación crítica como AMSTAR (*A Measurement Tool to Assess Systematic Reviews*) para determinar la validez y relevancia metodológica de cada estudio (Pizarro et al., 2020). Por ejemplo, se

tuvieron en cuenta 4 de los 16 pasos clave de esta herramienta para el estudio, dentro de ellos:

1. ¿La pregunta de investigación y los criterios de inclusión para la revisión incluyen los componentes PICO?,
2. ¿Contenía el informe de la revisión una declaración explícita de que los métodos de revisión se habían establecido antes?,
3. ¿Los autores de la revisión explicaron la selección de los diseños del estudio para su inclusión en la revisión?,
4. ¿Los autores de la revisión utilizaron una estrategia integral de búsqueda de literatura?

Revisión por Pares: los artículos preseleccionados fueron sometidos a una revisión por pares, donde expertos en el campo de la responsabilidad social empresarial evaluaron la pertinencia y contribución de cada estudio a la pregunta de investigación.

Actualización y Relevancia Temporal: se priorizaron los estudios más recientes (últimos cinco años) para asegurar que las conclusiones y datos sean contemporáneos y reflejen las tendencias actuales en el campo de la responsabilidad social e innovación empresarial.

Diversidad Geográfica y Sectorial: se buscó una representación equilibrada de diferentes regiones y sectores económicos para obtener una perspectiva global y multifacética del impacto de las estrategias de responsabilidad social en las empresas.

Citaciones y Reconocimientos: los artículos con un alto número de citas y aquellos publicados en revistas de alto impacto fueron considerados preferentemente, asegurando así la inclusión de trabajos influyentes y reconocidos en la comunidad académica.

Relevancia Práctica: se evaluó el impacto práctico de los estudios, considerando aquellos que ofrecieran recomendaciones aplicables y casos de estudio concretos que demostraran la implementación efectiva de estrategias de responsabilidad social en empresas reales. Finalmente, estos criterios adicionales permitieron refinar la búsqueda y selección, resultando en una lista robusta y relevante de 31 artículos que sirven como

base sólida para el estudio, asegurando que cada uno contribuya significativamente al análisis y discusión de la pregunta de investigación planteada.

Resultados

Los resultados de esta investigación se clasifican como un análisis exploratorio de contexto evolutivo del marco conceptual de ideas y compromisos de diferentes autores que son fundamento para la comprensión y aplicabilidad competente frente a la RSE, aquellos resultados cualitativos permiten contemplar la interpretación histórica y moderna de la misma.

A continuación, se relacionan los resultados de la presente investigación, se tienen en cuenta las percepciones de efecto positivo en cuanto a la responsabilidad social en las empresas, teniendo en cuenta el rol mediador de la innovación en la relación con la RSE y el desempeño mismo que genera en el sector empresarial; en la Tabla 2 se evidencia el recorrido del concepto de RSE por diferentes autores:

Tabla 2

Conceptos de responsabilidad social empresarial por diferentes autores

(Valencia y Esquivel 2022).	Es un mecanismo innovador de gestión institucional, agrupando estrategias empresariales.
(Bastidas y Moreno-Freites 2007)	El compromiso con los <i>stakeholders</i> externos para funcionalidad de las organizaciones.
(Rengifo et al., 2022)	La interrelación alineados con los objetivos de desarrollo sostenible en un marco de una nueva visión para la empresa, donde prima la pertinencia social y el crecimiento sustentable.
(Navarro Sánchez, 2016)	Es la aplicabilidad en torno a una estrategia competitiva debido a que, sin esto, existirá una inestabilidad en el sector.

(De Blobfeld, 2014)	La RSE no solo debe incluir compromisos con sus empresas y trabajadores, sino también generar ese impacto al mismo nivel con la comunidad.
(Castaño-Ramírez y Arias-Sánchez, 2021)	Necesidad de las organizaciones para su gestión donde se crea una relación con todos sus interlocutores en torno a las decisiones corporativas.
(Toro y Rodríguez, 2017)	La adaptabilidad ética con la que se rigen las organizaciones para dar fuerza y vigor frente a los desafíos cambiantes en la sociedad globalizada y unificada.

Nota. Elaboración propia a partir de diferentes bases de datos, año 2023.

La anterior tabla propuesta direccionada a la definición de RSE por de diferentes autores, permite realizar el análisis puntual de la misma, en el cual se encuentran factores comunes, como lo son: compromisos, valores éticos, acciones de mejora, objetivos y beneficios; apuntando hacia la misma dirección. Para Toro y Rodríguez (2017) un factor muy importante es la adaptabilidad con la que las organizaciones deben apropiarse para mejoras tanto internas como externas; también De Blobfeld (2014) hace hincapié en los compromisos de forma “consciente” que la empresa debe adoptar frente a los ámbitos en que se desenvuelve y frente a las partes involucradas de los mismos. Generar una definición específica sería frenar o estancar la amplitud de la RSE, desde la cosmovisión en que se encuentre, ya sea la persona natural, corporativa o la empresa como tal, es donde se debe adoptar la definición y actuación idónea para un fin o propósito en específico.

El concepto de la RSE con el paso del tiempo ha tomado una fuerza amplia para su desarrollo, es decir, el concepto no solo es concepto, sino que se torna a la función de elemento fundamental y de prioridad para lo que se conoce como la gestión empresarial donde, para Romero Silva et al. (2022), se centra en la preparación de todos los recursos de la empresa para el beneficio y satisfacción dirigido a las necesidades de sus clientes; seguido a esto existe una relación única entre RSE y gestión empresarial donde son sostenibles tanto la empresa como los impactos que se generen de la misma. Desde este punto de vista las empresas ya no optan por ser mejores competitivamente en cuanto a recursos, producto y/o servicio, sino que buscan llevar su organización a un nivel de adaptación, validez, prestigio y competitividad

en torno a cada una de sus áreas, tanto internas como externas, desde el punto de equilibrio de ser reconocidas como empresas socialmente responsables. Las acciones o prácticas de la RSE comienzan justo donde se finalizan las responsabilidades legales encaminadas hacia las relaciones laborales internas y el compromiso al desarrollo económico social externo (Castro y Guzmán, 2022). Se debe tener en cuenta y hacer hincapié en este concepto, puesto que, a lo largo del tiempo, se ha distorsionado; una empresa no es socialmente responsable solo por hacer obras de caridad o solo por velar en cuanto al bienestar medioambiental; una empresa emprende este camino por hacer que cada área de la misma sea óptima para su desarrollo, es decir, no se pueden hacer proyectos u obras de beneficio si sus empleados internos se encuentran en un estado débil, si su ambiente laboral se encuentra quebrantado; el clima laboral tiene una relación directa con el desempeño generado por los propios empleados (Correa, 2007). La unión jerárquica de cada una de estas áreas en torno a la RSE es lo que impulsa a que una empresa tome posición positiva frente a otras. “La diversificación de la empresa como tal impulso al portafolio de productos y el impacto generado por el uso de estrategias de crecimiento empresarial” (Dután, 2022, p. 39).

Partiendo de lo anteriormente mencionado, debido a la globalización e internacionalización constante que existe en el mundo, una de las características fundamentales y de carácter general en cuanto a la competencia mundial es la mencionada RSE, por eso las empresas optan por llevar hasta última instancia esto como legado permanente. Ahora bien, su conceptualización ha girado en un marco con diferentes puntos de vista. La aplicabilidad en torno a una estrategia competitiva debido a que, sin esto, existirá una inestabilidad en el sector (Navarro Sánchez, 2016). A parte, “la RSE como idea de desarrollo sostenible, relaciona jerárquicamente diferentes niveles de la sociedad, desde contextos ambientales hasta el bienestar de la sociedad, educación y calentamiento global” (Nahuat et al., 2021, p. 32). Y por la misma línea se encuentra que con la relación de generar valor proporciona una ventaja competitiva y un desempeño superior; se puede concluir, entonces, teniendo en cuenta las definiciones mencionadas por estos autores, que la RSE es todo aquello relacionado con la creación de valor, áreas empresariales integradas y ventajas competitivas que permiten a la empresa generar una imagen positiva y de reputación corporativa frente al mundo

globalizado como factor diferenciador; se este modo, se visualiza la importancia de la aplicación o implementación de estrategias innovadoras, objetivos y compromisos que permiten generar dicha diferenciación y ventaja competitiva para las empresas mediante análisis comunicativos estratégicos en cuanto a los hallazgos con efectos positivos para su desarrollo.

Estrategias innovadoras

En un contexto empresarial globalizado, que cambia constantemente y que, con ello, por la misma línea tienden a cambiar las necesidades de los consumidores, la innovación llega a tomar un papel fundamental dentro del sector empresarial y para complemento de la RSE. En este sentido, las nuevas tecnologías apuestan a un papel muy importante como estrategia innovadora (Flores et al., 2021); lo anterior, mencionado como estrategia, se configura en el mantenerse o permanecer en el mercado global y desarrollar esa ventaja competitiva que lleva al posicionamiento continuo de la empresa en general. La innovación de cara a la estrategia en la RSE se convierte en un punto sensible dentro de los mercados donde se genera un impacto positivo en la creación y adaptación de valor a nivel general (Lizarzaburu y Del Brío, 2020). Es claro que, como concepto y acción de las palabras Estrategias Innovadoras, existen diferentes citas que permiten tener una amplitud clara y generalizada de la misma.

A continuación, se relacionan los resultados encaminados hacia el concepto de “Estrategia”, donde se podrá evidenciar y realizar el análisis oportuno y puntual del ámbito y factor en el que este se desenvuelve tomando validez y adaptabilidad en el entorno social empresarial. La responsabilidad social empresarial se debe ver como una estrategia misma, donde esta sea el instrumento innovador que hace frente a las necesidades cambiantes del entorno (Valencia y Esquivel, 2022). Teniendo en cuenta lo mencionado, se debe resaltar que una estrategia tiene una definición específica y una construcción de serie de factores que se deben tener en cuenta para la ejecución de una actividad particular (Castro y Guzmán, 2022), con la claridad de que esto depende del enfoque hacia el cual se quiera dirigir. En la Tabla 3 se evidencia el recorrido del concepto de estrategia por diferentes autores:

Tabla 3

Recorrido del concepto de Estrategia por diferentes autores

(Porter, 1988)	Aquella intención de clasificar información mixta para una toma de decisiones efectivas bajo análisis de objetivos referentes a la experiencia.
(Montoya Restrepo y Montoya Restrepo, 2005)	Modelo de objetivos y propósitos esenciales para obtener aquellas metas trazadas, de tal manera que permitan definir la dirección de una empresa.
(Barrera, 2007)	Unión común entre las diferentes áreas y actividades de la empresa y el relacionamiento organizacional en que se encuentra lo planeado en el futuro corporativo.
(Castro y Guzmán, 2022)	Optar en la balanza del qué hacer y qué no hacer, en cuanto análisis de investigación de mercados para identificar cuál de todos es más acorde al que se pertenece, creando alternativa de desarrollo.

Nota. Elaboración propia a partir de distintas bases de datos, año 2023.

De la anterior tabla se hace el análisis con fundamento de 4 de los autores principales de las diferentes escuelas de pensamiento y campos de conocimiento existentes orientados a sus pensamientos y enfoques. Las escuelas pioneras de estos son de configuración, de planeación y de diseño; estas definiciones conceptuales tienen un común denominador que puede clasificar en tres áreas específicas: actividades, propósitos y toma de decisiones; por ejemplo, según Pineda (2009), para Montoya Restrepo y Montoya Restrepo (2005) la estrategia se orienta en aquellos objetivos para definir y obtener las metas trazadas, o para Porter (1988), es la acción de clasificar la información, tanto cualitativa como cuantitativa, con el fin de generar una toma de decisiones óptimas. La estrategia, entonces, es un campo amplio por el cual se puede enfocar una persona natural o una organización hacia la idealización y cumplimiento de los enfoques que se establecen para algún área en específico.

En lo que concierne a las definiciones concretas con un mismo objetivo como, por ejemplo:

[...] la estrategia es una apuesta en un mundo globalizado en el que las empresas luchan por mantenerse en el mercado utilizando todas las herramientas que poseen, estableciendo políticas flexibles y agresivas de gestión que les permitan posicionarse y tener continuidad en el futuro”. (Contreras, 2013, p. 21)

Por otro lado, se menciona que innovar permite reducir costos, lo que la convierte en una estrategia diferenciadora (González et al., 2014, p. 15). En otras palabras y de forma indistinta la definición como concepto se puede entender, entonces, como todas aquellas ideas nuevas, tanto en su empresa como en el mercado global, que le permiten a la organización posicionarse, permanecer y ser flexible a los constantes cambios que se presentan (Franco, 2023).

Objetivos y compromisos

Son dos “conceptos” que van ligados el uno del otro y, para ello, se pretende tener en cuenta a nivel general la serie de objetivos y principios que, por iniciativa de la ONU, Pacto Mundial por la Responsabilidad Social Empresarial (Da Costa Pimenta y Goicochea Calderón, 2022), y la ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), se han implementado y actualizado, con ellos se tienen los siguientes:

1. Respeto a la protección de los derechos fundamentales.
2. Responsabilidad de las empresas en el respeto efectivo a los derechos humanos.
3. Respeto al derecho de asociación sindical y reunión de los trabajadores.
4. El compromiso de las empresas para acabar con el trabajo forzoso.
5. El esfuerzo empresarial por acabar con el trabajo infantil.
6. El fin de la discriminación en el empleo.
7. La idea de prevención para proteger al medio ambiente.
8. La responsabilidad de las empresas con la responsabilidad ecológica y medioambiental.
9. El respeto y la difusión de tecnologías que ayuden a la protección del medio ambiente.
10. El compromiso empresarial para la transparencia y contra la corrupción.

Después de hacer hincapié en lo que a nivel mundial se debe tener en cuenta, rigurosamente, en cuanto a la gestión y desarrollo para ser una empresa socialmente responsable, se sintetiza, entonces, lo que concierne como compromiso y/u objetivos. Existen diferentes empresas y, por ende, diferentes sectores, lo que quiere decir que cada empresa tiene una razón social y económica distinta de la otras, refiriéndose en cuanto a sector (se aclara esto debido a que existen empresas con igual razón o actividad económica dentro del mismo sector). En este punto, es necesario mencionar que, aunque los ODS son vistos de forma global e internacional, cada vez hay más impacto generado hacia una dimensión local, ya que abarca diferentes puntos que son llevados a cabo por el gobierno local, como educación, transporte, salud y entre otros más en los cuales se debe hacer hincapié para la correcta gestión.

Por esta diferencia, cada empresa opta por tener claras unas metas, objetivos y compromisos de acuerdo a su necesidad puntual, sin dejar de lado la serie de principios mencionados anteriormente. Aplicando una motivación al progreso de resultados como un incentivo lineal entre lo necesario y lo urgente que es para toda la humanidad (Acuña et al., 2022). Enfocándose en este caso en el sector empresarial, tanto interno como externo, cada empresa busca su potencial o fuerza en el mercado y prioriza estos compromisos en la medida que se desarrolla en el mercado global; la responsabilidad es de la empresa en el momento en el que evalúe sus capacidades y sus necesidades más rígidas para tener claro por dónde empezar para ser socialmente responsable. Entonces, los compromisos de las empresas en general deben ser firmes, asumiendo un papel fundamental en la sociedad. “Teniendo en cuenta esto, el sector empresarial debe tener en su mira los objetivos de la agenda 2030, debido a que garantizan actualizaciones y comparten finalidades que se deben tener presentes” (González-Alonso et al., 2022, p. 80)

Da Costa (2022) concibe que:

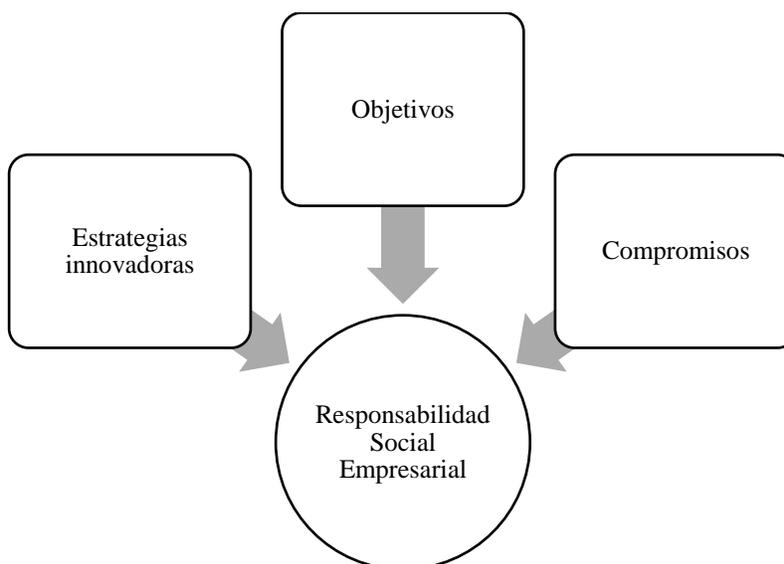
[...] las empresas no sólo son responsables de sus intereses y de su parcela particular, sino que han de rendir cuentas a nivel social, puesto que su actividad afecta a toda la comunidad y al entorno en que se desarrolle el negocio. En un mundo cada vez más globalizado e interdependiente como el nuestro, asimismo, lo que afecta a una empresa en un punto del globo puede afectar al resto del mundo. Luego el compromiso debe ser también

universal, aunque asentado sobre las particularidades locales sobre las cuales opera cada organización en un país determinado. (p. 19)

A continuación, en la Figura 1 se encuentran gráficamente los factores de implementación a tener en cuenta dentro de la RSE estudiados anteriormente.

Figura 1

Principales factores de implementación dentro de la RSE.



Fuente: elaboración propia, 2024.

Estos factores son jerárquicos en los tres sentidos; para la responsabilidad social empresarial las estrategias innovadoras se rigen por los objetivos y compromisos, porque de este conjunto tienden a la generación de un efecto positivo dentro del sector empresarial; la toma de decisiones enfocadas en la RSE es un proceso de estas tres (3) etapas o fases complementarias.

Conclusiones

Se puede concluir que la RSE a lo largo de la historia ha sido pilar fundamental como impacto positivo para el alto posicionamiento competitivo de las empresas frente al mundo

globalizado que se rige hasta el día de hoy, lo que mantiene vigente y en rigor al propósito de la empresa u organización, permitiendo de forma continua la creación y adaptación de diversas estrategias y múltiples ventajas competitivas. Se resalta que el funcionamiento de la RSE no solo se da en empresa grandes, por lo mencionado anteriormente, si como empresa pequeña o de inicios recientes, se pretende llegar a un nivel más alto, es necesario implementar como objetivo estratégico los compromisos sociales de acuerdo a la capacidad y razón de ser de la empresa, teniendo en cuenta que estos mismos son universales y deben regirse por la misma línea que se crearon. La importancia no solo se centra a nivel empresarial sino para la agrupación de objetivos y compromisos con una mirada hacia la sostenibilidad social, quienes son los que direccionan este concepto hacia la práctica. Si se mantiene una efectiva cohesión y constante equilibrio entre los tres principales factores de implementación que hacen parte de la construcción de la RSE, la toma de decisiones óptimas en las empresas será efectiva para la realización de metas que permitan a la organización ser reconocida y posicionada a nivel jerárquico entre los parámetros globales del mercado.

La RSE impacta significativamente a las empresas, ya que, en la actualidad, al ser un elemento clave en su sostenibilidad y éxito a largo plazo, las empresas que implementan políticas de RSE logran crear valor, tanto para sus accionistas como para sus grupos de interés, lo que les permite diferenciarse en mercados altamente competitivos; este enfoque no solo mejora la reputación corporativa, sino que también fortalece la confianza de los consumidores, empleados y socios comerciales, lo cual es vital para mantener relaciones duraderas y aumentar la lealtad hacia la marca.

En un entorno donde los consumidores son cada vez más conscientes de los impactos sociales y ambientales de las empresas, la RSE se convierte en un factor decisivo para influir en sus decisiones de compra; los consumidores actuales tienden a preferir productos y servicios de empresas comprometidas con prácticas responsables, tales como la reducción de la huella de carbono, el trato ético hacia los empleados y el apoyo a las comunidades locales. De esta forma, la RSE no solo contribuye al bienestar social y ambiental, sino que también se traduce en un beneficio económico para la empresa al incrementar la preferencia de los consumidores.

Por otro lado, la implementación de prácticas responsables ayuda a las empresas a mitigar riesgos, tales como sanciones regulatorias o crisis de reputación, que pueden resultar de prácticas empresariales no sostenibles o irresponsables. A nivel interno, la RSE mejora la cultura organizacional, aumenta la satisfacción laboral y atrae talento que busca trabajar en organizaciones comprometidas con el desarrollo sostenible. Es innegable el rol irremplazable de las empresas con el cumplimiento de los objetivos propuestos por la Organización de Naciones Unidas (ONU), especialmente por el aporte significativo que estos hacen hacia las soluciones innovadoras donde se encuentran beneficiadas ambas partes (Social-Empresarial). En la actualidad, las empresas ahora con ese principal objetivo de adaptación interno y externo tienen una posición más concreta en relación a la RSE, en la cual no solo se encuentran responsabilidades económicas y legales de una empresa, sino que el compromiso ahora se adquiere para el bienestar prioritario al bien social; es necesario identificar que estos objetivos son constantemente evaluados y puestos a prueba por las altas direcciones para dar calidad y certificación de que se está realizando el cumplimiento objetivo del fin de la RSE.

El avance y desarrollo de la investigación se centra en dirigir y argumentar la necesidad de la implementación de los tres pilares fundamentales para la RSE como lo son las Estrategias Innovadoras, Objetivos y compromisos, apuntando al posicionamiento y toma de decisiones de alto impacto en las empresas y organizaciones; el desarrollo también es encaminado en la continua absorción del conocimiento fundamentado en autores de experiencia impecable, para aquellas personas que se encuentran en el ámbito académico. La influencia de la Responsabilidad Social Empresarial tiene un efecto directo hacia el desempeño en cualquier área, lo que se comprueba también que las tres visiones estratégicas coexisten de forma continua frente a la perspectiva relacional competitiva.

Referencias bibliográficas

- Alvarado Gastesi, J., Cobos Mora, F., Gómez Villalva, J. y Medina Litardo, R. M. (2024). Manejo integrado de cultivos y desarrollo sostenible. *Magazine de las Ciencias: Revista de Investigación e Innovación*, 9(1), 22-35. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/3049>
- Azuero-Rodríguez, A. R., García-Solarte, M., y Garibello-García, D. (2022). Prácticas de

- Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del Cauca: literatura vs práctica. *Entramado*, 18(2), 1-23. <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v18n2/2539-0279-entra-18-02-e204.pdf>
- Barrera Duque, E. (2007). La empresa social y su responsabilidad social. *Innovar*, 17(30), 59-76. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81803006.pdf>
- Bastidas, E. L. y Moreno-Freites, Z. (2007). El Cuadro de Mando Integral en la gestión de las organizaciones del sector público: caso: Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. *Compendium: revista de investigación científica*, (18), 5-20. <https://www.redalyc.org/pdf/880/88001802.pdf>
- Castro, S. y Guzmán, B. (2022). Estrategias innovadoras, su importancia en el siglo XXI. Innovative strategies, its importance in the XXI century. *Revista Boliviana de Educación*, 4(6), 52-71. <https://revistarebe.org/index.php/rebe/article/view/803/2067>
- Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre económico*, 10(20), 87-102. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/682/623>
- Codina, L. (2022). *Revisiones de literatura en tesis doctorales. Fases y procedimientos principales de una scoping review*. Programa de doctorado en Empresa, Economía y Sociedad. Universidad de Alicante. <https://www.lluiscodina.com/wp-content/uploads/2022/03/presentacion-ScR-UA-2022-vf.pdf>
- Da Costa Pimenta, C. C y Goicochea Calderón, J. A. (2022). Un repaso a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en América Latina y el Caribe. *Revista Economía y Política*, (36), 1-25. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rep/n36/2477-9075-rep-36-00001.pdf>
- De Blobfeld, E. R. (2014). La responsabilidad social empresarial y la justicia restaurativa como factores clave del Proyecto Alcatraz de la Fundación Santa Teresa. *Sapienza organizacional*, 1(1), 21-44. <https://www.redalyc.org/pdf/5530/553056603004.pdf>
- Espinoza Santeli, G. y Guachamín Montoya, M. (2018). La responsabilidad social universitaria en Ecuador. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, (1), 9-27. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/568>
- Flores Tena, M. J., Ortega Navas, M. C. y Sánchez Fuster, M. C. (2021). Las nuevas tecnologías como estrategias innovadoras de enseñanza-aprendizaje en la era digital. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*,

24(1), 29-42. <https://revistas.um.es/reifop/article/view/406051/299931>

- Franco, G. (2023). El emprendimiento en la economía social y solidaria. *Estudios De La Gestión: Revista Internacional De Administración*, (13), 173-192. <https://doi.org/10.32719/25506641.2023.13.8>
- González-Alonso, F., Ochoa-Cervantes, A. y Guzón-Nestar, J. L. (2022). Aprendizaje servicio en educación superior entre España y México. Hacia los ODS. *ALTERIDAD. Revista de Educación*, 17(1), 76-88. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/alteridad/v17n1/1390-325X-alt-17-01-00076.pdf>
- González Candía, J., García Coliñanco, L., Caro, C. L. y Romero Hernández, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento & gestión*, (36), 109-135. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64631418004.pdf>
- Gutiérrez Yepes, A. R. y Zapata Guzmán, A. M. (2024). Una mirada socio-ambiental de la responsabilidad social empresarial como cultura para la paz en Colombia. *Revista En-Contexto*, 11(19), 195-211. <https://doi.org/10.53995/23463279.1460>
- Lizarzaburu, E. R. y Del Brío, J. (2020). Estrategias innovadoras: Responsabilidad social corporativa y confianza de los inversionistas, un estudio exploratorio en mercados emergentes. *Actualidad Contable FACES*, 23(41), 84-102. <https://www.redalyc.org/journal/257/25764894005/25764894005.pdf>
- Montoya Restrepo, I. A. y Montoya Restrepo, L. A. (2005). Visitando a Mintzberg: su concepto de estrategia y principales escuelas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (53), 84-93. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20605307.pdf>
- Navarro Sánchez, L. C. (2016). La responsabilidad social empresarial: Teorías que fundamentan su aplicabilidad en Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 3(6), 167-186. https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/#redalyc_553056828011_ref12
- Nahuat Román, B., Rodríguez Vargas, M. y Gómez de la Fuente, M. d. C. (2021). Innovación, Responsabilidad Social empresarial en grandes empresas. *Investigación administrativa*, 50(128). <https://www.redalyc.org/journal/4560/456067615001/html/>
- Osorio Mogollón, J., Mogrovejo Andrade, J. M. y Duque, P. (2022). Responsabilidad social empresarial y América Latina: una revisión de literatura. *Equidad & Desarrollo*, (40), 43-64. <https://www.redalyc.org/journal/957/95776116009/95776116009.pdf>
- Pineda, L. (2009). Pensamientos y enfoques alrededor de la estrategia como concepto. *Borradores de Investigación: Serie documentos administración*, 58(1), 22-40. <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/7868d991-bf59-4e0a-a599-f4db6c20cd3b/content>

- Pizarro, A. B., Carvajal, S. y Buitrago-López, A. (2020). ¿Cómo evaluar la calidad metodológica de las revisiones sistemáticas a través de la herramienta AMSTAR. *Colombian Journal of Anesthesiology*, 49(1), e913. http://www.scielo.org.co/pdf/rca/v49n1/es_2256-2087-rca-49-01-e501.pdf
- Porter, M. E. (1988). De las ventajas competitivas a la estrategia empresarial. *Harvard Deusto business review*, (33), 99-121. <https://es.scribd.com/document/603286311/23568-de-Las-Ventajas-Competitivas-a-La-Estrategia-Empresaria>
- Raza, A. (2019). La Responsabilidad social corporativa en modo sistémico: dos modelos alternativos. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, (4), 79-95. <https://doi.org/10.32719/25506641.2018.4.4>
- Rengifo Medina, C. N., Sánchez Segura, S. M. y Obando Peralta, E. C. (2022). Responsabilidad Social Empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada: Corporate Social Responsibility and Sustainable Development: Reflections from Applied Ethics. *Revista de Filosofía*, 39(100), 409-420. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/filosofia/article/view/37645>
- Rincón Quintero, Y., Montoya Álvarez, D., & Vélez Patiño, P. (2018). Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones del sector construcción en Medellín. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16), 79-94.
- Romero Silva, C., Escudero Vílchez, F. E. y Salazar Llerena, S. L. (2022). Revisión de las estrategias usadas en la gestión pública durante la pandemia del covid-19. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1), 341-350. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1502/2093>
- Ruano-Arcos, L. D., Silva-Castellanos, T. F. y Echeverry-Romero, R. D. (2024). La ruta de la innovación abierta que promueve el desempeño y la ventaja competitiva de las Mipymes hortofrutícolas. *Contaduría y administración*, 69(4), 202-230. <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/5128/2162>
- Toro, J. y Rodríguez, M. d. P. (2017). Formación en Ética en las Organizaciones: Revisión de la Literatura. *Información tecnológica*, 28(2), 167-180. <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v28n2/art18.pdf>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British journal of management*, 14(3), 207-222. [https://josephmahoney.web.illinois.edu/BADM504_Fall%202014/6_Tranfield,%20Denyer%20and%20Smart%20\(2003\).pdf](https://josephmahoney.web.illinois.edu/BADM504_Fall%202014/6_Tranfield,%20Denyer%20and%20Smart%20(2003).pdf)
- Valencia, W. S. y Esquivel, M. J. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en latinoamerica en tiempos de pandemia. *Ciencia latina*

revista científica multidisciplinar, 6(1), 415-435.
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1507/2103>