



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“La responsabilidad social empresarial como una visión estratégica”: una revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración

Autor:

Sabrina Flor Alejandra Moreno Sanchez

Asesor:

Mg. Cristian Joel Martinez Agama

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mis Padres Pedro Moreno y Mabel Sánchez y a mi niña quienes han formado una parte muy importante en mi vida y en mi desarrollo profesional; a mi compañero de vida quien ha sido mi guía, mi apoyo incondicional en esta meta llamada Universidad.

A mi docente por su compromiso, paciencia y apoyo incondicional durante este proceso, así como también por compartir todo su conocimiento con mi persona.

Sin dudarle mi agradecimiento eterno a Dios quien hizo que mi vida tomara un rumbo diferente y así viviera esta hermosa etapa universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por bendecir e iluminar mi camino por hacer de mi vida un lugar de paz, en segundo lugar, a mis padres, hermana, sobrino y mi niña por el tiempo y acompañamiento que han hecho conmigo en cada etapa del desarrollo de este trabajo de investigación.

A mis docentes y amigos a quienes tuve el privilegio de conocer en esta hermosa etapa de mi vida en la Universidad Privada del Norte.

Por ultimo a mi compañero de Vida, Juan Jose Yauricasa Gracias por seguir luchando por todos nosotros.

Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	13
CAPÍTULO III. RESULTADOS	16
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES	25
REFERENCIAS.....	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Criterios de inclusión y exclusión.....	16
Tabla 2: Criterios por buscadores especializados.....	20
Tabla 3: Criterios por variable de investigación.....	22

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Relación entre la visión, misión y valores con la RSC y la VE. Fuente propia	23
---	----

RESUMEN

El presente trabajo de investigación sobre la Responsabilidad social empresarial como una visión estratégica”: una revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años juega un papel importante en el ámbito empresarial cuando esta se complementa con las actividades de Responsabilidad Social y a la esta comienza con un análisis de las distintas investigaciones que se han realizado sobre el tema.

Por consiguiente, los resultados de dicha revisión literaria nos permiten conocer causas, determinar consecuencias y/o proponer visión estratégica, como parte de la transformación interna y externa que esta produce, así como también buscar el criterio, lineamiento para comprender el desarrollo y sostenibilidad del ámbito social con relación a la Responsabilidad Social empresarial.

El objetivo de la presente investigación fue realizar una revisión sistemática de la literatura basada en revistas científicas, artículos, investigaciones y publicaciones científicas sobre Responsabilidad Empresarial, visión estratégica, entre otros temas relaciones al trabajo de investigación para buscar mejorar, desarrollar estrategias y planes de acción cuya propuesta de solución es mantener una evolución constante de la RSE. La búsqueda de información se realizó en la base de datos de revistas y artículos científicos del diseño de investigación tales como Scielo (<http://www.scielo.org>), Google académico, entre otros.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad Social, Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad Social de la Empresa, Visión Estratégica, Gerencia Social, Estrategia empresarial.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Desde inicios de esta década del siglo XXI, la responsabilidad social empresarial o corporativa, comienza a estar relacionada a las acciones colectivas e individuales de las empresas en el mundo, esto con el propósito de direccionarlas al desarrollo de sus capacidades y de esta forma, posicionarse como una marca en un contexto muy competitivo. Estas acciones, gestionadas desde la gerencia administrativa, comienzan a mostrar resultados ya no solo en un contexto interno, sino también, en uno externo, provocando cambios en las relaciones actitudinales de sus colaboradores y en las formas del cómo impactan en la comunidad (Villasmil, 2016).

Según Morell (2019) relaciona la filantropía con la responsabilidad social, buscando la lealtad de la comunidad para contribuir a la sostenibilidad empresarial con un resultado intangible de una serie de acciones realizadas con sus programas sociales. Por lo mismo, un programa social empresarial debe involucrar a las organizaciones que se encuentran en las zonas de intervención para, crear un nuevo gobierno corporativo, que procure alianzas positivas entre todos los habitantes del contexto social donde se está operando.

Cajiga (2015) refiere que: “La empresa desarrolla un plan estratégico para sus programas sociales internos y externos, basado en una visión y un compromiso compartido entre los temas, expectativas y metas, tanto de su negocio como de la comunidad en la que opera” (p.

24). Por lo mismo, las empresas que quieran implementar acciones sociales en la comunidad deben determinar metas con visión a futuro.

Así mismo, Cabrera (2016) investiga sobre el accionar de la responsabilidad social empresarial en grandes multinacionales estadounidenses, identificando los programas sociales que están se están implementando hacia sus grupos de interés. Unos de sus resultados fue la adaptabilidad que debe encontrar el empresario frente al contexto local en el que operan. Es decir, los programas sociales no son creados a necesidad de la Empresa, sino a la necesidad de la comunidad.

La Responsabilidad Social Empresarial, cuyo concepto está inmerso en los negocios, ha logrado vincularse no solo a la competitividad, sino que, se alinea a la preocupación por lo social y lo medioambiental. Pérez (2015) indica que: “Es inadmisibles considerar la prosperidad empresarial rodeada de la pobreza e insatisfacción de las necesidades básicas de las comunidades que se constituyen en el entorno inmediato de estas organizaciones” (p. 47). Las empresas deben procurar desarrollar acciones, internas y externas, que les permita crecer paralelamente con la comunidad.

Quintero (2011) manifiesta que las empresas notaban que las acciones de responsabilidad social empresarial generaban ganancias que iban más allá a lo relacionado con lo económico, porque, comenzaban a repercutir en el bienestar de sus colaboradores y en su imagen con la comunidad. En la misma línea, Uribe, Vargas y Merchan (2018) asocian toda gestión de responsabilidad social empresarial a la gerencia de proyectos, ya que, toda acción debe estar contemplada en las diferentes etapas del proceso administrativo. Es decir, antes de ejecutar programas de corte social, se tienen que describir las técnicas, herramientas y

procedimientos como parte de la planificación, dirección, coordinación y el control de las metas a las cuales se quieren llegar. Además, establecer cuál será el alcance, costo, tiempo y calidad del proyecto en cuestión.

Sobre el contexto actual, el obtener un valor agregado, se convierte en una ventaja competitiva que la organización debe hacer conocer. Aguilera y Puerto (2012) dicen:

El crecimiento empresarial es una variable que depende de numerosos factores; la responsabilidad social empresarial es uno de ellos, ya que favorece toda iniciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento de su marca, renovando la imagen corporativa, capturando la preferencia y la lealtad de los clientes y promoviendo la perfecta armonía entre la empresa y la comunidad en la que opera. (p. 2)

Romo (2016) establece que las empresas deben integrar sus acciones de gestión social con una responsabilidad voluntaria, ya que, esto les permitirá actuar responsablemente y desarrollar técnicas sustentables en la producción y el uso de los recursos naturales. Ante ello, Gómez y Fernández (2019), afirman que no hay acción de responsabilidad social empresarial sin considerar la justicia y los derechos sociales, ya que, ambos guardan relación con la filosofía de valores presentes en el modelo social internacional de Responsabilidad social corporativa. Este enfoque también señala que más allá de la filantropía o el marketing social, la administración gerencial debe incluir metodologías con visión estrategia acciones que respete a la comunidad.

Rincón, Ospina y Carbajal (2019), documentan una idea sobre la responsabilidad social empresarial en base sociedades débiles donde las empresas buscan un surgimiento o el

posicionamiento de sus programas sociales en contextos capitalistas sin ética. Señalan que hay una y sólo una responsabilidad social en los negocios. Es decir, las empresas tienen que saber usar sus recursos para poder participar en actividades dirigidas a incrementar sus utilidades con las reglas de juego totalmente claras, comprometiéndose con una libre y abierta competencia, sin hacer fraude y mucho menos engañar a la población.

A la descripción internacional realizada se acota las acciones que las empresas locales, es decir, en Perú, vienen desarrollando. Así lo explican Sanguinetti, García y Vivas (2014), al concluir que las empresas deben asumir compromisos no solo con su público externo, sino también, con el interno; de este modo, las acciones de responsabilidad social estarían provocando reflexiones y no reacciones por parte de sus colaboradores.

De tal forma, Caballero y Villarán (2011) concuerdan que en el Perú hay un panorama que busca justificar acciones empresariales favoreciendo teorías éticas de responsabilidad social empresarial y, en consecuencia, se pretende llegar a los llamados grupos de interés, sin visión estratégica y por conveniencia, para que posteriormente sean señaladas como empresas socialmente responsables.

En tal sentido, Medina y Severino (2014) concuerdan que: “Las prácticas socialmente responsables llevan a una empresa a cumplir con estándares, políticas, normas y acciones” (p. 71). Es decir, las empresas no pueden validar una acción de responsabilidad social como un medio para riqueza exclusivamente, puesto que, estas prácticas deben promover acciones sostenibles con visión estratégica y compromisos voluntarios.

En la literatura científica se describen las diferentes experiencias que las empresas han presentado en un contexto de elaboración, planificación y ejecución de acciones de

responsabilidad social empresarial. A modo de justificación, es necesario analizar tales acciones para buscar la relación que existen entre nuestras variables de estudio y de esta manera ubicarnos para proponer o dar a conocer las causas, consecuencias o en su defecto proponer alternativas de solución en nuestra realidad local.

De esta manera, se han identificado las principales bases teóricas permitiendo establecer los indicadores en la ejecución de un programa de responsabilidad social empresarial. En tal sentido, los programas sociales en empresas privadas o públicas están siendo utilizadas como estrategia publicitaria y no con el fin para la cual fue creado. Para ello, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la relación entre responsabilidad social empresarial y visión estratégica en los últimos 10 años?, siendo su objetivo general: Determinar la relación entre responsabilidad social empresarial y visión estratégica en los últimos 10 años.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Tipo de estudio

La investigación se adapta a la metodología PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Anayses). “Herramienta para contribuir a mejorar la claridad y la transparencia en la publicación de revisiones sistemáticas” (Pérez, 2012, p. 58). Así mismo, la pregunta de investigación establecida para direccionar el proceso metodológico es: ¿Cuál es la relación entre responsabilidad social empresarial y visión estratégica en los últimos 10 años?

Fundamento de la metodología

Se realiza una revisión sistemática de la literatura científica, definida por Vidal, Oramas y Borroto (2015) como el: “Resumen de los resultados de los estudios disponibles y cuidadosamente diseñados (...) proporciona un alto nivel de evidencia sobre la eficacia de las intervenciones en temas” (p. 198).

De acuerdo con lo señalado en líneas anteriores, se desarrollaron metodologías para definir procesos de jerarquización en cuanto a la selección de la literatura científica, considerando la calidad del contenido y de la fuente, disminuyendo los sesgos en la elección de la información.

Proceso y recolección de la información:

La búsqueda de artículos comenzó desde el 20 de abril del 2020. Los buscadores más utilizados fueron DIANELT, SCHOLAR, REDALYC, SCIELO y SCIENCE DIRECT. Las palabras clave que fueron utilizadas estuvieron definidas desde la relación con las líneas de

investigación establecidas por la Universidad Privada del Norte. Fueron las siguientes: Responsabilidad Social, Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad Social de la Empresa, Visión Estratégica, Gerencia Social, Estrategia empresarial.

Para delimitar nexos lógicos entre las variables a investigar, se emplearon operadores: booleanos, tales como: responsabilidad social empresarial AND visión estratégica; responsabilidad social AND visión estratégica; visión estratégica OR responsabilidad social de la empresa; visión estratégica XOR responsabilidad social de la empresa; gerencia social OR responsabilidad social.

Sobre la búsqueda de las dos variables en la investigación Sandra (2011) señala que:

RedALyC, por su parte, es un proyecto más reciente, impulsado por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), que bajo el lema “La ciencia que no se ve no existe” ofrece acceso al texto completo de artículos de 758 revistas de 13 países de ALyC, España y Portugal. (p.189).

En la actualidad Redalyc registra 1369 revistas y 671,074 artículos. Dialnet, a su vez, registra 10,776 revistas. Además, SciELO y SCOPUS desde el 2007, establecieron un acuerdo para incorporar revistas del portal regional que cumplieran con los requisitos de calidad de dicha base de datos, y contribuir de ese modo a incrementar su visibilidad internacional.

Criterios de inclusión y de exclusión

Durante el desarrollo del criterio de exclusión no se consideraron artículos en el idioma portugués y español que no daban respuesta a la pregunta de investigación. Sin embargo, en una primera etapa fueron excluidos 20 artículos porque su fecha de publicación se encontraba entre los años 2000 y 2009. Por lo mismo, y después de una lectura introductoria en ese primer

periodo, en la segunda etapa, se procedió a filtrar por años que, según el periodo de nuestra revisión sistemática, va desde los años 2010 al 2020, permitiendo la selección de 22 artículos científicos referentes a nuestro tema de investigación.

En cuanto al criterio de clasificación, se selecciona revisiones y estudios experimentales que, bajo el criterio de resultados, fueron considerados estudios y revisiones de la literatura que guardaban relación con las variables de estudio. Es decir (i) Responsabilidad Social Empresarial y la (ii) Visión estrategia

Teniendo en cuenta que, a partir de la selección en el proceso de búsqueda se encontraron teorías relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial que están inmersas en la Responsabilidad Social de la Empresa, permitiendo este término, encontrar más información que complementa nuestro objeto de estudio. Otra variable que se consideró en la búsqueda de la información fue: imagen empresarial, la misma que guarda relación general en el marco de administración de las empresas y que se comenzó a utilizar para facilitar la búsqueda en nuestro contexto de estudio.

Las empresas que han sido tomadas en cuenta para esta investigación mencionan la importancia de la planificación considerando como punto de partida la visión estratégica. Es por ello, que se han incluido en la búsqueda palabras claves, para nuestra segunda variable las siguientes: planificación estratégica, dirección estratégica, organización estratégica, visión estratégica y, por último, imagen empresarial. Esto permitió encontrar una definición que aborda en el plano general nuestras variables y excluir algunas otras que solo hubieran sido tomadas como referentes ajenos a nuestra línea de investigación.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La búsqueda de artículos científicos en las diferentes bases de datos permitió obtener y seleccionar un total de 42 artículos dentro de un periodo de tiempo que va desde el año 2000 hasta el año 2020 distribuidos de la siguiente manera: Dianelt, 05 artículos; Scholar, 10 artículos; Redalyc, 19, Scielo, 06 y Science Direct, 02.

En los artículos seleccionados, el país de publicación no fue un factor que influyó en la exclusión, pero si el idioma con el que se redactó. Asu vez, tampoco lo fue si su contexto de investigación se desarrolló en una empresa privada o pública. Sin embargo, se consideró el año de publicación y su formato de redacción. Es decir, como se muestra en la Tabla 1, se revisaron las publicaciones relacionadas al tema de investigación según el formato IMRyD (Introducción, Metodología, Resultados y Discusión).

Tabla 1

Criterios de inclusión y exclusión

Nº	AUTORES	TITULO	AÑO	BUSCADOR	MOTIVOS DE EXCLUSIÓN	MOTIVOS DE INCLUSIÓN
1	FOLADORI, GUILLERMO	RESEÑA DE "TEORÍA SOCIAL E AMBIENTE" DE DAVID GOLDBLATT	2001	Redalyc revista Theoma	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación	
2	CARDOZO BRUM, MYRIAM	LAS EMPRESAS Y SU RESPONSABILIDAD EN EL CAMPO SOCIAL	2003	Redalyc revista economía, sociedad y territorio	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación	
3	RUIZ GARCÍA, SAMUEL	¿EDUCAR PARA EL INDIVIDUALISMO O PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?	2003	Redalyc revista electrónica sinéctica	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación	
4	JUAN GABRIEL CEGARRA-NAVARRO; JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ-CARRASCO	PRÁCTICAS DE GESTIÓN SOCIAL Y COMPONENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	2004	Scielo revista cuadernos de administración	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación	
5	MORALES SALDAÑA, HUGO ITALO	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS	2005	Redalyc revista latinoamericana de derecho social	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación	
6	RAMÍREZ, JOSÉ ERNESTO; SEGURA, JUAN CARLOS	LAS PERSPECTIVAS DE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES PARA CAMBIAR EL ACTUAL PANORAMA INSTRUMENTAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA	2005	Redalyc revista opera	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación	

"La responsabilidad social empresarial como una visión estratégica": una
revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años

7	GUTIÉRREZ, ROBERTO; AVELLA, LUIS FELIPE; VILLAR, RODRIGO	APORTES Y DESAFÍOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA	2006	Google académico revista centro de información empresarial (cieb)	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
8	GILLI, JUAN JOSÉ	RESPONSABILIDAD SOCIAL	2006	Redalyc revista científica "visión de futuro"	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
9	WAGENBERG, ALAN	LA NARRATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	2006	Redalyc revista cuadernos latinoamericanos de administración	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
10	MELO DE ARAÚJO, MARLEY ROSANA	EXCLUSÃO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	2006	Redalyc revista psicología em estudo	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
11	IGNACIO A. GONZÁLEZ GARCÍA, LILIANA V. LÓPEZ MATO, ROBERTO G. SYLVESTER	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ANÁLISIS, COMPARACIONES Y PROPUESTAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO SISTÉMICO DEL "CIUDADANO EMPRESA". NORMATIVAS Y REALIDADES. UNA VISIÓN INTEGRAL INCLUYENDO ARGENTINA.	2007	Google académico revista responsabilidad social empresaria	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
12	GARCÍA-MARZÁ, DOMINGO	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA ÉTICA EMPRESARIAL	2007	Redalyc veritas revista de filosofía y teología	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación

"La responsabilidad social empresarial como una visión estratégica": una
revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años

13	TINTO, JOSÉ ANTONIO	EL NUEVO PARADIGMA EMPRESARIAL: "LAS ORGANIZACIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES"	2007	Redalyc visión gerencial	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
14	SOLÍS GONZÁLEZ, JOSÉ LUIS	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UN ENFOQUE ALTERNATIVO	2008	Redalyc revista análisis económico	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
15	SOLÍS GONZÁLEZ, JOSÉ LUIS	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UN ENFOQUE ALTERNATIVO	2008	Redalyc revista análisis económico	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
16	ALEJANDROAL VARADO HERRERA; MARÍA WALESSKA SCHLESINGER DÍAZ	DIMENSIONALIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PERCIBIDA Y SUS EFECTOS SOBRE LA IMAGEN Y LA REPUTACIÓN: UNA APROXIMACIÓN DESDE EL MODELO DE CARROLL	2008	Science direct revista estudios gerenciales	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
17	CHRISTIAN CANCINO DEL CASTILLO, MARIO MORALES PARRAGUÉ	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	2008	Google académico revista de la facultad de economía y negocios universidad de chile	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
18	JAVIER SABOGAL AGUILAR	APROXIMACIÓN Y CUESTIONAMIENTOS AL CONCEPTO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	2008	Google académico revista facultad de ciencias económicas	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
19	BORJAS DE XENA, LESLIE; MONASTERIO DE MÁRQUEZ, DILIA	REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA ÉTICA EMPRESARIAL EN VENEZUELA	2009	Redalyc revista CS	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
20	SACCO, FRANCESCA	RESPONSABILIDAD, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA, PERSPECTIVAS DE TRES CONCEPTOS.	2009	Redalyc revista visión gerencial	No se encuentra en el rango de los 10 años de investigación
21	CARMEN PÉREZ RODRIGO	LAS REVISIONES SISTEMÁTICAS: DECLARACIÓN PRISMA	2012	Google académico revista española de nutrición comunitaria	
22	MARÍA VIDAL LEDO, JHOVÁ ORAMAS DÍAZ, RADAMÉS BORROTO CRUZ	REVISIONES SISTEMÁTICAS	2015	Google académico revista educación médica superior	
23	IBARRA PADILLA, ADELAIDA MARÍA	PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO COLOMBIANO	2014	Redalyc revista de derecho	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
24	JUAN FELIPE CAJIGA CALDERÓN	EL CONCEPTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	2015	Google académico revista CEMEFI centro mexicano para la filantropía	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
25	FARIDE CRESPO RAZEG	ENTRE EL CONCEPTO Y LA PRÁCTICA: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	2010	Science Direct revista estudios gerenciales	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
26	SUSY CABALLERO JARA, ALONSO VILLARÁN CONTAVALLI	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ¿POR QUÉ? JUSTIFICACIÓN DEONTOLÓGICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	2011	Dialnet revista journal of business	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las

"La responsabilidad social empresarial como una visión estratégica": una
revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años

					variables de investigación
27	ADRIANA AGUILERA CASTRO, DORÍA PATRICIA PUERTO BECERRA	CRECIMIENTO EMPRESARIAL BASADO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	2012	Scielo revista pensamiento y gestión	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
28	WILFREDO SANGUINETI RAYMOND, MARÍA KATIA GARCÍA LANDABURU, MILAGROS VIVAS PONCE	EFFECTOS DE LOS COMPROMISOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES EN EL MERCADO DE TRABAJO PERUANO: LA EXPERIENCIA DE TOPY TOP	2014	Dialnet revista economía	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
29	LEONARDO FABIO PÉREZ SUESCÚN	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ¿OPORTUNIDAD O SOFISMA?	2015	Google académico revista científica profundidad construyendo futuro	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
30	ANA MARÍA ROMO JIMÉNEZ	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU EVOLUCIÓN EN MÉXICO MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD	2016	Google académico congreso nacional de ciencias sociales universidad autónoma de nuevo león	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
31	ANNA LUISA CABRER A RUBIO	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE GRANDES MULTINACIONALES ESTADOUNIDENSES EN MÉXICO Y SU ADAPTACIÓN LOCAL DESDE LA PERSPECTIVA INSTITUCIONAL	2016	Scielo revista del colegio de San Luis	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
32	COBA MOLINA, EDISSON; DÍAZ CÓRDOVA, JAIME; ZURITA MEZA, ESTEFANÍA; PROAÑO LÓPEZ, PÁUL	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DEL ECUADOR. UN TEST DE RELACIÓN CON LA IMAGEN CORPORATIVA Y DESEMPEÑO FINANCIERO	2017	Redalyc revista ingeniería industrial. Actualidad y nuevas tendencias	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
33	TOCA TORRES, CLAUDIA EUGENIA	APORTES A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	2017	Redalyc revista mexicana de ciencias políticas y sociales	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
34	YORCELIS YUDITH CANTI LLO-CARRILLO; YINA BOLENA TOLEDO-POLANÍA	LÍNEA DE BASE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FLORENCIA, CAQUETÁ. UNA OPORTUNIDAD DE MEJORA	2017	Redalyc revista signos	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
35	MARIO ENRIQUE URIB E-MACÍAS, ÓSCAR ALBERTO VARGAS-MORENO, LUIS MERCHÁN-PAREDES	LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA SOSTENIBILIDAD, CRITERIOS HABILITANTES EN LA GERENCIA DE PROYECTOS	2018	Scielo revista entramado	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
36	CARMEN MARÍA GÓMEZ NAVARRO, SERGIO	LA ACCIÓN SOCIAL EMPRESARIAL COMO INSTRUMENTO DE JUSTICIA SOCIAL LA EMPRESA COMO GARANTE DE LOS DERECHOS HUMANOS	2019	Dialnet revista empresa y humanismo	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las

	FERNÁNDEZ RIQUELME				variables de investigación
37	CRISTIAN DAVID RINCÓN -OROZCO, CARLOS ALBERTO OSPINA-HERRERA, JOSÉ GABRIEL CARVAJAL-OROZCO	CRÍTICA A LA ÉTICA EMPRESARIAL Y A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DESDE NIETZSCHE	2019	Scielo revista discusiones filosóficas	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
38	EDGAR DANIEL MOREL L-JIMÉNEZ	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA RADIOGRAFÍA SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS GRANDES CONTRIBUYENTES DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE PILAR	2019	Scielo revista internacional de investigación en ciencias sociales	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
39	MEDINA GIACOMOZZI, ALEX; SEVERINO GONZÁLEZ, PEDRO	RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL. GENERACIÓN DE CAPITAL SOCIAL DE LAS EMPRESAS	2014	Dialnet revista del departamento académico de ciencias administrativas. Contabilidad y negocios:	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
40	YENNI V. DUQUE OROZCO, MARLENY CARDONA ACEVEDO, JAIME A. RENDÓN ACEVEDO	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: TEORÍAS, ÍNDICES, ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES	2013	Redalyc revista cuadernos de administración	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
41	JOSÉ ANTONIO MARTÍNEZ VELASCO	LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYME VENEZOLANAS	2015	Google académico revista universidad & empresa, Bogotá	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación
42	MILAGROS VILLASMIL	VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	2016	Dialnet revista dictamen libre	Responde a la pregunta de investigación y tiene relación con las variables de investigación

Nota. Como se muestra en la Tabla 1 el número de artículos consultados son un total de 42, de los cuales 20 han sido excluidos por no encontrarse en el rango de tiempo de nuestra investigación y 20 si por ser estar relacionados al tiempo y a nuestras variables de investigación.

Aplicando los criterios de inclusión y exclusión almacenados en el Gestor de Referencia Mendeley, se seleccionaron 22 artículos para la presentación de resultados, de los cuales 02 referencian al concepto de Revisión Sistemática y son mencionados a modo de complemento. Los otros 20 artículos, fueron suprimidos por no dar respuesta a la pregunta de investigación, no estar publicados en el periodo de tiempo y no estar alineados con nuestros objetivos ni a las variables del objeto de estudio.

En la Tabla 2 se evidencia la cantidad de 42 artículos investigados y la cantidad de 22 artículos seleccionados. El total de artículos científicos se encontraron en bases de datos especializados y publicadas en distintas revistas indexadas.

Tabla 2

Crterios por buscadores especializados

Bases de Datos	Artículos Investigados	Artículos Seleccionados
Dianelt	05	05
Scholar	10	06
Redalyc	19	05
Scielo	06	05
Science Direct	02	01
Totales	42	22

Nota. Como se muestra en la Tabla 2 el número de artículos investigados es de 42 y el número de artículos seleccionados es de 22 de un total de 05 buscadores especializados.

Conceptualización de responsabilidad social empresarial y visión estratégica

En relación con las variables de la presente revisión sistemática, Responsabilidad Social Empresarial (i) y la Visión Estratégica (ii), la literatura científica encuentra diferentes acepciones teóricas que fueron consultadas y analizadas para una mejor comprensión y complemento de la presente investigación. La primera variable se resume en el grado de importancia que los Gerentes Generales le dan a la gestión del área de Responsabilidad Social Empresarial y, en relación con la segunda, cuan necesaria es la implementación y ejecución de esta, con una Visión Estratégica.

Por ello, la primera variable, Responsabilidad Social Empresarial, se define como una estrategia organizacional de competitividad donde la Gerencia General debe procurar incluir, desde un nivel estratégico y operativo, las preocupaciones de los grupos de interés en contextos internos y externos para buscar lo que se denomina un beneficio triple: rentabilidad, mejora social y cuidado del medio ambiente. (Ibarra, 2014; Cajiga, 2015; Pérez, 2015; Uribe, Vargas y Merchan, 2018).

La segunda variable, Visión Estratégica, se relaciona a un plano organizacional; es decir, conocer hacia dónde queremos llegar con nuestras acciones de responsabilidad social empresarial. En tal sentido, la empresa debe buscar y definir qué resultado quiere conseguir con una mejora en la planificación, implementación y ejecución de un programa social que impacte a una comunidad, a un estado y su propia empresa.

Giacomozzi y Gonzales (2014); Duque, Cardona y Rendon (2013); Martínez (2016); Villasmil (2016), señalan que Visión Estratégica, en el plano administrativo y social, es una habilidad con la que todo administrador debe contar para saber, qué y cómo, lograr los objetivos, identificar oportunidades y saber reclutar aliados con quienes provocar cambios positivos en el comportamiento de sus colaboradores, tanto en la empresa como en la sociedad.

Por consiguiente, es considerada como una herramienta de transformación en la cadena de valor, donde las actuaciones de la plana gerencial y administrativa deben contribuir a una inversión más social que económica y que esté relacionada con la moral y la ética, sobre todo en el concepto práctico de un programa de responsabilidad social.

En la tabla N°3, se presentan los resultados de la literatura científica analizada de acuerdo con los criterios de selección relacionados a las variables de investigación. Responsabilidad Social Empresarial y Visión Estratégica. Las mismas que en una base conceptual, establecida por los autores referenciados, cumplen en teoría y práctica, con los intereses de la revisión sistemática en los últimos 10 años. Por ello, se ha considerado evidenciar mediante esta tabla, las cantidades de artículos científicos por variable investigada.

Tabla 3

Criterios por variable de investigación

Bases de Datos	Responsabilidad Social Empresarial	Visión Estratégica
Dianelt	03	02
Scholar	03	01
Redalyc	04	01
Scielo	05	00
Science Direct	01	00
Totales	16	04

Nota. Como se muestra en la Tabla 3 el número de artículos investigados en relación con la variable de Responsabilidad Social Empresarial es de 16 y la cantidad de artículos para la variable Visión Estratégica es de 04.

Al desarrollar el estado del arte sobre nuestra investigación señalamos que, en la etapa de la contextualización, encontramos información que da respuesta a nuestro problema de estudio, determinando así, la relación que existe entre la responsabilidad social y la visión estratégica cuando un Gerente pretenda implementar un programa social. Así lo demuestra Villasmil (2015), cuando refiere que las empresas tienen que trabajar en base a estrategias de corto y mediano plazo que estén relacionadas con objetivos pensados desde el entorno de la organización, y que, los programas de responsabilidad social, necesariamente deben estar relacionadas a ventajas competitivas estructurales y funcionales.

Por lo mismo, las acciones empresariales orientadas a la responsabilidad social se gestionan y dirigen con visión estratégica para que sus resultados vayan más allá de lo legal, contractual y reglamentario. Solo así, la actuación de sus públicos tendrá una valoración cimentada en lo ético, moral, social y medio ambiental. No obstante, la naturaleza estratégica de la Responsabilidad Social Empresarial, parte desde la visión, misión y valores del área de Responsabilidad Social y del correcto actuar del gerente respetando normas, costumbres y leyes que gobiernan toda practica corporativa. (Villasmil, 2015).

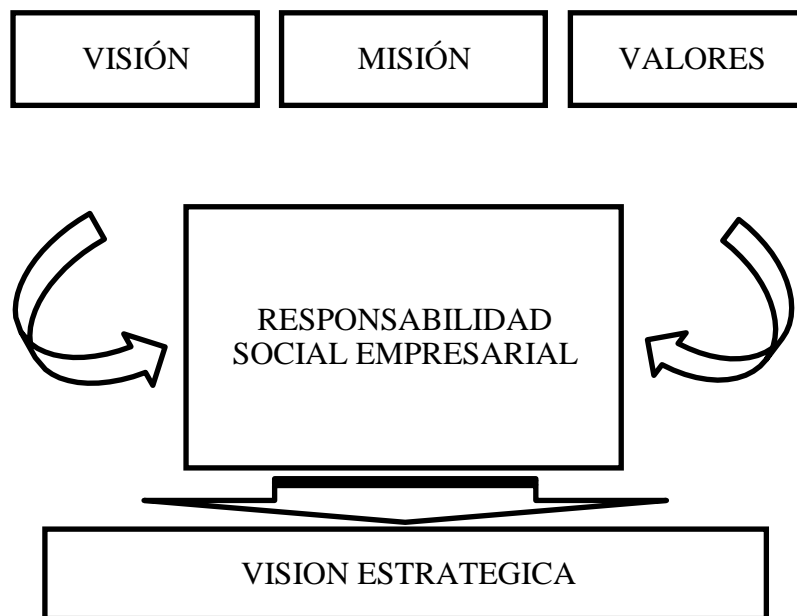


Figura 1. Relación entre la visión, misión y valores con la RSC y la VE. Fuente propia.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

La discusión acerca de la relación entre Responsabilidad Social Empresarial y la Visión Estratégica, aún se encuentra abierta. Sin embargo, los aspectos que se abordan están estrechamente ligados a la misión, visión y valores que la empresa debe resaltar en sus colaboradores. Son importantes los derechos humanos, el medio ambiente, los derechos laborales y la lucha anticorrupción, pero, el colaborador valora más, cuando estos aspectos están relacionados al correcto accionar de los administrativos, de la plana gerencial o direccional, frente a los problemas sociales del contexto donde tienen sus operaciones.

Por lo mismo, la sinergia entre áreas es necesaria para que los objetivos de un programa social se cumplan. También lo es el perfil del profesional que esté a cargo del programa; pero, lo es más aún, el compromiso de las gerencias y direcciones para que estas se lleven a cabo. Que no se confunda el compromiso social con las prácticas de filantropía, porque, la implementación de un programa social requiere acciones de medición y reportes de sus impactos sobre el desempeño transparente de la organización.

Los hallazgos en la literatura científica evidencian la relación entre áreas y departamentos cuando se pretende organizar o conformar el área de responsabilidad social empresarial. Es por ello, que será una responsabilidad compartida cuando se trate de complementar el plan operativo anual, ya que, todas las áreas deben contribuir, desde la designación de un responsable hasta el seguimiento y monitoreo de los resultados provenientes de las acciones del equipo que las ejecuta.

La aceptación por parte del estado, la comunidad y las empresas frente a los resultados obtenidos con el programa de responsabilidad social empresarial, serán valorados cuando estas evidencien que se han respetados las normas y los reglamentos establecidos e

informados previamente por la empresa. Asumir ese reconocimiento es parte de la visión estratégica con la que se actuó desde el inicio, ya que, el compromiso social demostrado en principios y acciones, benefician e impactan positivamente en las personas.

En función a la revisión sistemática desarrollada, la respuesta al objetivo y la pregunta de investigación es de forma clara, la responsabilidad social es empresarial es fundamental para el desarrollo de una visión estratégica, genera un impacto positivo en las empresas, brindando una serie de beneficios, como el ahorro considerable de recursos, la eficiencia en la atención a las personas, automatización de todos los procesos entre los que podemos mencionar el procesamiento de datos y generación de reportes, integración entre todos los actores de la organización, mejora en la productividad y clima laboral.

La principal limitación es la negativa al cambio que tienen las personas, el desarrollar procesos nuevos luego de años, hace que piensen que se les está invitando a retirarse de la organización; por lo cual ponen una serie de impedimentos para poder aplicar los planes de responsabilidad social.

Sería recomendable que se brinden capacitación sobre la importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial para las organizaciones en la actualidad, el cambio que se viene desarrollando en el mundo, hace que sea imprescindible un cambio de visión estratégica.

REFERENCIAS

- Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Revista Pensamiento y gestión*, 32, pp.1-26. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n32/n32a02.pdf>
- Caballero, S. y Villarán, A. (2011). Responsabilidad social empresarial: ¿Por qué? justificación deontológica de la responsabilidad social empresarial. *Revista Journal of Business*, 3(1), pp. 44-57. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6763252>
- Cabrera, A. (2016). La responsabilidad social empresarial de grandes multinacionales estadounidenses en México y su adaptación local desde la perspectiva institucional. *Revista de El Colegio de San Luis*, 6(12), p. 116-158. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rcsl/v6n12/1665-899X-rcsl-6-12-00116.pdf>
- Cajiga, J. (2015). El concepto de la responsabilidad social empresarial. *Revista CEMEFI “Centro mexicano para la filantropía”*, p. 1-35. Recuperado de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Gómez, C. y Fernández, S. (2019). La acción social empresarial como instrumento de Justicia Social: la empresa como garante de los Derechos Humanos. *Revista empresa y humanismo*, 22(1), pp. 43-70. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6816986>
- Morell, E. (2019). Responsabilidad Social Empresarial: una radiografía sobre la situación actual de los grandes contribuyentes del sector comercial de la ciudad de Pilar. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 15(2), p. 339-362. Recuperado de http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2226-40002019000200339&lang=es

- Pérez, C. (2012). Las revisiones sistemáticas: declaración PRISMA. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 18(1), pp. 57-58. Recuperado de http://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/Nutr_1-2012%20Taller%20escritura.pdf
- Pérez, L. (2015). Responsabilidad social empresarial: ¿oportunidad o sofisma?. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*. 2, p. 10-17. Recuperado de <http://revistas.ufps.edu.co/index.php/Profundidad/article/view/191>
- Rincón, C., Ospina, C. y Carbajal, J. (2019). Crítica a la ética empresarial y a la responsabilidad social empresarial desde Nietzsche. *Revista Discusiones Filosóficas*, 20(34), p. 147 – 163. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/difil/v20n34/0124-6127-difil-20-34-00147.pdf>
- Romo, A. (2016). Responsabilidad Social Empresarial y su evolución en México. *Revista Medio ambiente y sociedad*. In: 5to Congreso COMECSO. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/9733/3/RSE.pdf>
- Uribe, M., Vargas, O. y Merchan, L. (2018). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos. *Revista Entramado*, 14(1), p. 52-63. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v14n1/1900-3803-entra-14-01-52.pdf>
- Vidal, M., Oramas, J. y Borroto, R. (2015). Revisiones sistemáticas. *Revista Educ med super*, 29(1), p.198-207. Recuperado de <http://www.ems.sld.cu/index.php/ems/article/view/476/240>
- Villamisil, M. (2016). Visión estratégica de la responsabilidad social empresarial. *Revista Dictamen Libre*, 18, p. 95-107. Consultado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5710360>
- Sanguinetti, W. García, M. y Vivas, M. (2014). Efectos de los compromisos de responsabilidad social empresarial (RSE) de las empresas multinacionales en el mercado de trabajo peruano la

experiencia de Topy Top. *Revista Economía*, 37(74), p. 133-161. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6414253>

Medina, A. y Severino, P. (2014). Responsabilidad empresarial generación de capital social de las
empresas. *Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas, Contabilidad*

y *Negocios*, 9(17), p. 63-72. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5038298>

Sandra, M. (2011). Revistas y producción científica de América Latina y el Caribe: su visibilidad en
SciELO, RedALyC y SCOPUS. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 34(2), p. 187-

199. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1790/179022554006>