

J-40402082-9

F
u
n
d
a
c
i
ó
n

A
u
l
a

V
i
r
t
u
a
l

Aula Virtual



Generando Conocimiento

<http://www.aulavirtual.web.ve>



ISSN: 2665-0398

Deposito Legal: LA2020000026

Vol. 5 Nº 12 Año 2024

Periodicidad Continua



REVISTA CIENTÍFICA

AULA VIRTUAL

Director Editor:

- Dra. Leidy Hernández PhD.
- Dr. Fernando Bárbara

Consejo Asesor:

- MSc. Manuel Mujica
- MSc. Wilman Briceño
- Dra. Harizmar Izquierdo
- Dr. José Gregorio Sánchez

Revista Científica Arbitrada de Fundación Aula Virtual

Email: revista@aulavirtual.web.ve

URL: <http://aulavirtual.web.ve/revista>



Generando Conocimiento

ISSN: 2665-0398
 Depósito Legal: LA2020000026
 País: Venezuela
 Año de Inicio: 2020
 Periodicidad: Continua
 Sistema de Arbitraje: Revisión por pares. "Doble Ciego"
 Licencia: Creative Commons [CC BY NC ND](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)
 Volumen: 5
 Número: 12
 Año: 2024
 Período: Continua-2024
 Dirección Fiscal: Av. Libertador, Arca del Norte, Nro. 52D, Barquisimeto estado Lara, Venezuela, C.P. 3001

La Revista seriada Científica Arbitrada e Indexada **Aula Virtual**, es de acceso abierto y en formato electrónico; la misma está orientada a la divulgación de las producciones científicas creadas por investigadores en diversas áreas del conocimiento. Su cobertura temática abarca Tecnología, Ciencias de la Salud, Ciencias Administrativas, Ciencias Sociales, Ciencias Jurídicas y Políticas, Ciencias Exactas y otras áreas afines. Su publicación es **CONTINUA**, indexada y arbitrada por especialistas en el área, bajo la modalidad de doble ciego. Se reciben las producciones tipo: *Artículo Científico* en las diferentes modalidades cualitativas y cuantitativas, *Avances Investigativos*, *Ensayos*, *Reseñas Bibliográficas*, *Ponencias o publicaciones derivada de eventos*, y cualquier otro tipo de investigación orientada al tratamiento y profundización de la información de los campos de estudios de las diferentes ciencias. La Revista **Aula Virtual**, busca fomentar la divulgación del conocimiento científico y el pensamiento crítico reflexivo en el ámbito investigativo.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA CULTURA EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN BUSINESS CULTURE AS A SUSTAINABILITY STRATEGY

Tipo de Publicación: Artículo Científico

Recibido: 20/04/2024

Aceptado: 27/05/2024

Publicado: 25/06/2024

Código Único AV: e327

Páginas: 1 (570-584)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12535941>

Autores:

Verónica Margarita Trillo Espinoza

Licenciado en Administración de Empresas

Master en Gestión Estratégica de Empresas

 <https://orcid.org/0000-0002-6064-898X>

E-mail: vtrilloe@ucsm.edu.pe

Afiliación: Universidad Cesar Vallejo

País: República del Perú

Patricio Federico Lewis Zuñiga

Licenciado en Administración de Empresas

Master in Business Administration

 <https://orcid.org/0000-0002-7468-6258>

E-mail: plewis@ucvvirtual.edu.pe

Afiliación: Universidad Católica de Santa María

País: República del Perú

Fernando David Siles Nates

Ingeniero Mecatrónico

Doctor en Ingeniería Mecánica

 <https://orcid.org/0000-0002-7732-6012>

E-mail: fsiles@ucsm.edu.pe

Afiliación: Universidad Católica de Santa María

País: República del Perú

Pablo Ignacio Manrique Oroza

Economista

Maestro en Ingeniería Industrial - Mención: Marketing

Doctor en Exconomía y Negocios Internacionales

 <https://orcid.org/0000-0002-5367-1102>

E-mail: pmanrique@ucsm.edu.pe

Afiliación: Universidad Católica de Santa María

País: República del Perú

Resumen

Se realizó una revisión sistemática sobre la producción y publicación de trabajos de investigación en torno al estudio de la Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia de Sostenibilidad en la Cultura Empresarial, durante el período comprendido entre 2018 y 2022 bajo el enfoque PRISMA (Preferred Reporting). Artículos para revisiones sistemáticas y metaanálisis). El análisis propuesto en este documento tuvo como propósito conocer las principales características de las publicaciones registradas en las bases de datos Scopus y WoS y su alcance en el estudio de las variables propuestas, logrando la identificación de 55 publicaciones en total. Gracias a esta primera identificación, fue posible afinar los resultados a través de las palabras clave ingresadas en el botón de búsqueda de ambas plataformas, que fueron responsabilidad social corporativa y estrategia de sostenibilidad, llegando a un total de 14 documentos, ya excluyendo los duplicados y los que no cumplían los criterios de análisis.

Palabras Clave:

Responsabilidad Social Corporativa, Cultura Empresarial, Estrategia de Sostenibilidad

Abstract

A systematic review was carried out on the production and publication of research works around the study of Corporate Social Responsibility as a Sustainability Strategy in Business Culture, during the period between 2018 and 2022 under the PRISMA (Preferred Reporting) approach. Articles for systematic reviews and meta-analysis). The purpose of the analysis proposed in this document was to know the main characteristics of the publications registered in the Scopus and WoS databases and their scope in the study of the proposed variables, achieving the identification of 55 publications in total. Thanks to this first identification, it was possible to refine the results through the keywords entered in the search button of both platforms, which were corporate social responsibility and sustainability strategy, reaching a total of 14 documents, already excluding duplicates and those that did not meet the analysis criteria.

Keywords:

Corporate Social Responsibility, Business Culture, Sustainability Strategy

Introducción

La pandemia de COVID-19 ha tenido un gran impacto, el término Responsabilidad Social Corporativa a menudo es relacionado con las obligaciones que adquiere una compañía con la comunidad que lo rodea. Es por esto, por lo que incluso organizaciones no gubernamentales, tales como la ACNUR (2019), la definen de la siguiente manera:

Es la forma de actuación adoptada por las empresas para dirigir su actividad de manera sostenible y ética, disminuyendo el impacto negativo que las empresas tienen sobre sus grupos de interés (clientes, empleados...), el medio ambiente y la sociedad en general.

En este contexto, las acciones llevadas a cabo por los distintos actores vinculados a un sector en particular pueden experimentar cambios que incidan en el logro de sus expectativas fundamentadas y, a su vez, generen nuevas amenazas y oportunidades para el sector y sus correspondientes empresas. El rol del consumidor en los impactos que las crisis, en todas sus dimensiones, tienen en el entorno empresarial es innegable. Existen numerosos estudios que han analizado el comportamiento de consumo durante los momentos más críticos de la crisis sanitaria que comenzó en marzo de 2020, así como han tratado de anticipar, en la medida de lo posible, las preferencias de este grupo de interés tan

relevante para el bienestar económico personal y los resultados comerciales.

La crisis sanitaria desencadenada por la pandemia de la COVID-19 tuvo un amplio impacto a nivel mundial, un fenómeno sin precedentes en el que los sectores económico, político y social se vieron perturbados. La repercusión, por ejemplo, en el ámbito empresarial fue significativa, poniendo a prueba la capacidad de adaptación de las organizaciones, además de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que habían desarrollado, con el fin de enfrentar los desafíos planteados por una crisis de esta magnitud. En el ámbito empresarial, los sectores económico, laboral, financiero, ambiental y social también parecen haber sido seriamente afectados, transformando de manera radical la forma de operar de las empresas y estableciendo la necesidad de replantear los planes a corto y mediano plazo. Desde la perspectiva de la RSE, la pandemia ha resaltado la importancia de que las empresas implementen estrategias basadas no solo en la reactividad inmediata, sino también en enfoques que integren la anticipación, la agilidad y la resiliencia empresarial, identificados por Castillo como enfoques estratégicos emergentes (Barros et al. 2021).

Hoy, ya avanzado el siglo XXI, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se funda en que la mera búsqueda del beneficio económico puede derivar en perjuicio para el resto de la

sociedad y su entorno, por lo cual es imperativo considerar las expectativas de los stakeholders - grupos de interés - respecto del comportamiento íntegro legal y ético que es demandado a la empresa. Las numerosas definiciones que hay en la literatura coinciden en que las empresas deben operar con los mismos principios que los individuos, debiendo ser reconocidas como ciudadanos privados, pero con capacidad para influir en el bienestar de la comunidad.

En este contexto, las empresas no pueden actuar al margen de las demandas sociales y se plantea la necesidad de establecer políticas de compromiso y de relación con ellas. Sin dudas, las expectativas de la sociedad han trascendido el cumplimiento de la legalidad, estableciendo que las empresas deben actuar de acuerdo a ciertos valores o estándares para cada grupo de interés (Zárate-Rueda et al. 2020).

A mediados del siglo XX, Dan McCarthy, profesor en la Universidad de Michigan del Norte, sostuvo que "la responsabilidad social corporativa se refiere a la orientación social abarcante de las corporaciones, al compromiso de las corporaciones de trabajar hacia los objetivos y fines sociales existentes". Por otro lado, Arthur Nash definió a una firma socialmente responsable como "aquella que persigue algunas políticas que se consideran socialmente deseables, aunque éstas no otorguen inmediatamente mayores beneficios privados a la

empresa". Algunas definiciones más recientes incluyen también elementos legales y éticos a la responsabilidad empresarial, entendiendo que no solamente las empresas pueden afectar a la sociedad, sino que la sociedad y su entorno pueden afectar a la empresa (Bullock et al. 2023).

No obstante, la crisis del COVID-19 ha generado una respuesta inmediata por parte de las organizaciones, resaltando la importancia de desarrollar estrategias de sostenibilidad más sólidas y a largo plazo. En este sentido, algunas empresas han priorizado atender las necesidades inmediatas de su entorno más cercano (stakeholders más próximos) para posteriormente buscar un equilibrio entre esta respuesta local y la identificación de oportunidades a nivel global, a través de la colaboración requerida para encontrar soluciones innovadoras. Al alinear las acciones de las organizaciones hacia este enfoque, se espera que sea necesaria una visión estratégica y una mayor relación con la toma de decisiones corporativas, en beneficio de aquellas que implementen prácticas avanzadas para competir a largo plazo (Mantilla et al. 2024).

Las Jornadas Internacionales del Centro de Investigación en Gestión (CIGEST, 2021), debido a circunstancias conocidas, se posicionan como un espacio relevante en el ámbito científico al integrar las exposiciones de investigadores especializados en el estudio de la RSE y Sostenibilidad en diversas

líneas de investigación. La contribución de CIGEST se basa en gran medida en las investigaciones generadas en ediciones anteriores.

En CIGEST 2018, celebrado en la Universidad de La Laguna, se pudo observar la evolución hacia modelos más avanzados de gestión de la RSE/Sostenibilidad, centrados en aspectos como el Propósito, el Bienestar y la ética empresarial en la búsqueda del Valor Compartido. Estos modelos están ligados a la cultura organizativa y se orientan hacia la resolución de retos sociales planteados en la Agenda 2030 de la ONU para el Desarrollo Sostenible (A27). A pesar de esto, algunas prácticas presentadas seguían ancladas en enfoques convencionales basados en el cumplimiento legal, la gestión del riesgo y la influencia en términos de Imagen y Reputación (Juárez Narváez, 2021).

Sin embargo, hay muchos más aspectos que derivan de esta importante práctica que poco a poco ha ganado protagonismo dentro del mundo empresarial. Una de sus grandes propulsoras fue la globalización, la cual en palabras del Observatorio de Responsabilidad Social en sus inicios se caracterizaba por lo siguiente:

Prometía un futuro de buenos augurios. Se suponía que todos saldrían ganando, tanto los países desarrollados como los países en vías de desarrollo. Parecía que la globalización produciría un desarrollo sin precedentes a escala mundial, pero todas esas expectativas se

han ido diluyendo al producirse grandes desequilibrios tanto entre los países como dentro de ellos (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, s.f.).

Cada vez son más las empresas que centran sus esfuerzos en conseguir lo que se conoce como ventaja competitiva o, en otras palabras, un factor diferenciador que les permita diversificar de su competencia, por todo lo anterior. La “fidelización de los grupos de interés, la atracción y retención del talento” (ACNUR, 2019) y la “reducción de costes” (ACNUR, Ob. Cit.) son algunas de las principales ventajas que aporta la implantación de la Responsabilidad Social Corporativa en la cultura empresarial.

Para nadie es un secreto que, en el mundo actual, las empresas luchan por mantenerse vigentes en un mercado exigente que tiene acceso a productos de alta calidad, con mejores precios, que en muchos casos provienen de países extranjeros, razón por la cual se suele pensar que han sido elaborados. Se utilizaron excelentes materias primas. La creciente preocupación por la contaminación ambiental y el calentamiento global derivado de la mala gestión de los recursos naturales y los residuos que produce la fabricación de los productos ha dado lugar a un nuevo tipo de clientes que basan sus compras en el compromiso de las empresas fabricantes y/o productoras.

En este trabajo determinaremos si la Responsabilidad Social Empresarial se utiliza como estrategia sostenible en la cultura empresarial. Tendremos en cuenta las causas, factores, avances e inconvenientes que han tenido las empresas a la hora de recurrir a la Responsabilidad Social Empresarial como la mejor opción para alcanzar el éxito en el mercado empresarial.

El objetivo general fue analizar desde una perspectiva bibliométrica y bibliográfica, la producción de trabajos de investigación sobre las variables Responsabilidad Social Empresarial y Estrategia de Sostenibilidad publicados en revistas de alto impacto indexadas en las bases de datos Scopus y WoS durante el período 2018-2022.

Desarrollo

Para el análisis de la producción académica se ha utilizado el programa VOSviewer, dedicado a producir visualizaciones e informes bibliométricos a partir de la producción del análisis de datos bibliométricos, que permite, gracias al empleo de diferentes gráficos e indicadores, el estudio de las características de la producción basadas en la información de las citas, así como en la estructura de los propios textos académicos (autorías, palabras clave, términos de la titulación, referencias bibliográficas, abstracts, y otros hallazgos extraídos de las bases de datos de acceso).

De acuerdo con el objetivo del estudio, los indicadores bibliométricos utilizados han sido: producción científica, número de citas, instituciones, países, revistas, palabras clave y red de coautores. Además de ayudar a identificar las principales tendencias de la literatura científica y a comprender cuáles han sido las directrices de las investigaciones recientes, el análisis de las publicaciones sobre un tema específico será útil para identificar gérmenes de conocimientos, y los posibles avances y líneas de investigación futura que se pueden plantear en esta temática.

Se ha llevado a cabo un análisis bibliométrico para determinar la producción académica sobre Responsabilidad Social Empresarial y Estrategia de Sostenibilidad en el contexto de la pandemia de COVID-19. El trabajo que aquí se presenta se basa en la revisión de estudios científicos publicados, procesados por un software de análisis bibliométrico de autoría en vez de basarse en encuestas a expertos (debido a la situación de confinamiento existente en el momento de acometer el análisis). Nosotros definimos bibliometría como "la ciencia que utiliza las matemáticas y técnicas estadísticas combinadas para estudiar, contar y evaluar la producción de información publicada" (Aroca et al. 2022).

La presente investigación es de tipo cualitativo, de acuerdo con Hernández, et al., (2015), el enfoque es cualitativo corresponden a las

investigaciones que realizan el procedimiento para obtener información revisando e interpretando los resultados obtenidos en la investigación; para ello, realizó la búsqueda de información en las bases de datos Scopus y WoS por medio de las palabras corporate social responsibility and sustainability strategy.

El diseño de la investigación se ve en la propuesta para la presente investigación fue la Revisión Sistemática que involucra un conjunto de pautas para llevar a cabo el análisis de los datos recolectados, los cuales se enmarcan en un proceso que inició con la codificación hasta la visualización de teorías (Strauss & Corbin, 2016). Por otro lado, se afirma que el texto corresponde a una narración descriptiva por cuanto se pretende averiguar cómo inciden los niveles de la variable; y sistemático porque tras revisar el material académico obtenido de las revistas científicas se analizaron e interpretaron las teorías sobre gestión del conocimiento (Hernández, Baptista, & Fernández, 2015).

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación propuesto para la presente investigación fue la Revisión Sistemática que involucra un conjunto de pautas para llevar a cabo el análisis de los datos recolectados, los cuales se enmarcan en un proceso que inició con la codificación hasta la visualización de teorías (Strauss & Corbin, Ob. Cit.).

Por otro lado, se afirma que el texto corresponde a una narración descriptiva por cuanto se pretende averiguar cómo inciden los niveles de la variable; y sistemático porque tras revisar el material académico obtenido de las revistas científicas se analizaron e interpretaron las teorías sobre gestión del conocimiento (Hernández, Baptista, & Fernández, Ob. Cit.).

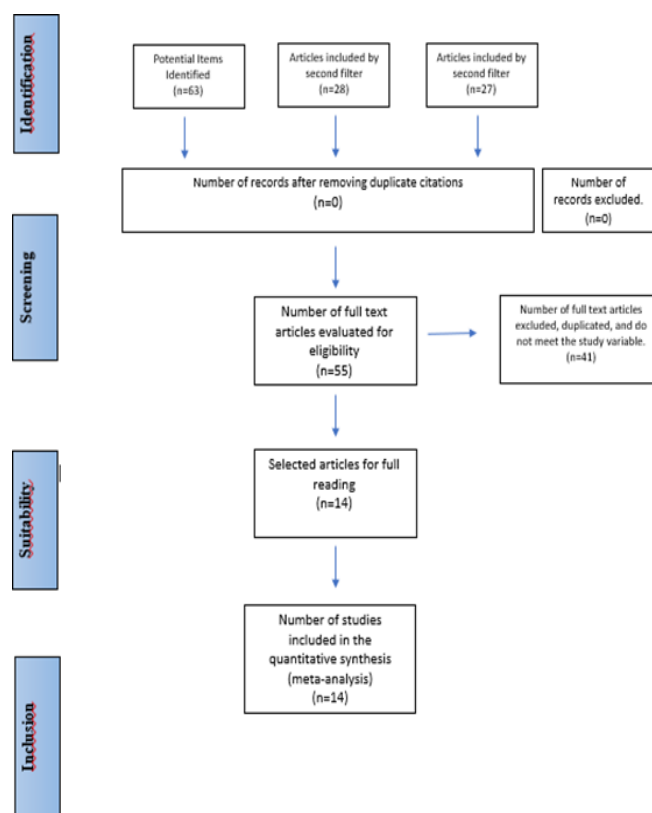


Figura 1. Diagrama de flujo de revisión sistemática realizada bajo técnica PRISMA

Resultados

La Tabla 1 muestra los resultados luego de aplicados los filtros de búsqueda relacionados en la metodología propuesta para la presente

investigación, luego de reconocer la pertinencia de cada una de las obras referenciadas.

No.	TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	AUTOR/AÑO	PAÍS	TIPO DE ESTUDIO	INDIZACIÓN
1	Mapping the Sustainable Human-Resource Challenges in Southeast Asia's FinTech Sector	Kao, Duc-Dinh Wu, An-Chi	Taiwán	Cualitativo	Scopus
2	The sustainable corporate strategy as potential success factor	Drusche, Olaf Krause, Stefanie Niski, Alfred	Alemania	Cualitativo	Scopus
3	Brands on a Mission: How to Achieve Social Impact and Business Growth Through Purpose	Sidibe, Myriam	Estados Unidos	Cualitativo	Scopus
4	Creation of shared value in the hotel sector from santa marta , Colombia	Daza Corredor, Alexander De la Rosa Contreras, Elkin Guzmán González, Angélica	Colombia	Cuantitativo	Scopus
5	Orientation of agri-food companies to CSR and consumer perception: A survey on two Italian }companies	Civero, Genaro Rusciano, Vincenzo Scarpatto, Debora	Italia	Cuantitativo	Scopus
6	Corporate social responsibility in community development and sustainability: Rourkela Steel Plant, a unit of SAIL, India	Acharya, Jyotirmayee Patnaik S.N.	India	Cualitativo	Scopus
7	Corporate social responsibility of the construction sector in Spain	Dominguez-Herrera, Marta Ma González-Díaz, Eduardo González-Morales, Olga	España	Cualitativo	Scopus
8	Corporate social responsibility strategy and corporate environmental and social performance: The moderating role of board gender diversity	Baydauletov, Mady Orazalin, Nurlan	Kazakhstan	Cualitativo	Web of Science

9	Performance of the cosmetics industry from the perspective of Corporate Social Responsibility and Design for Sustainability	Duarte Ribeiro, Jose Luis Fleith de Medeiros, Janine Kolling, Camila	Brasil	Cualitativo	Web of Science
10	Do corporate social responsibility practices contribute to green innovation? The mediating role of green dynamic capability	Cao, Xueyun Yuan, Baolong	China	Cualitativo	Web of Science
11	Corporate social responsibility, Green supply chain management and firm performance: The moderating role of big-data analytics capability	Chenxiao, Wang Qingpu, Zhang Wei, Zhang	China	Cualitativa	Web of Science
12	Impact of total quality management on corporate green performance through the mediating role of corporate social responsibility	Abbas, Jawad	Pakistán	Cualitativo	Web of Science
13	Relation of environment sustainability to CSR and green innovation: A case of Pakistani manufacturing industry	Abaid Ullah Mohnad Saad Ahmed Javed Saif Ur Rehman Ying Qu	China - Pakistán	Cuantitativo	Web of Science
14	The Effect of Environmental Corporate Social Responsibility on Environmental Performance and Business Competitiveness: The Mediation of Green Information Technology Capital	Sun-Jen, Huang Shun-Pin, Chuang	China	Cualitativo	Web of Science

Tabla 1. Relación Artículos analizados

Co-ocurrencia de palabras

La Figura 2 muestra la relación existente entre las palabras clave utilizadas para la búsqueda del material de estudio para la elaboración del análisis sistemático propuesto para la presente investigación.

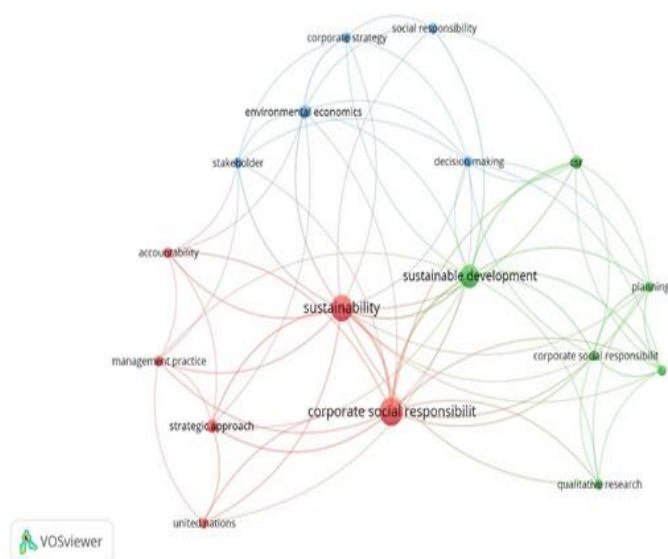


Figura 2. Co-ocurrencia de palabras clave

La Figura 2 muestra las palabras con mayor relación y repetición con las variables Responsabilidad Social Corporativa y Estrategia de Sostenibilidad, resultantes de la búsqueda realizada en las bases de datos Scopus y WoS, logrando determinar que la Responsabilidad Social Corporativa es considerada hoy como un factor relevante para la consecución de los objetivos de cualquier compañía que quiera permanecer vigente en el mercado empresarial.

Como sabemos, a raíz de la globalización y la interdependencia que la misma ha generado entre los países se hace necesario que las empresas enfoquen sus esfuerzos en disminuir el impacto negativo que puede causar su actividad en todos los

que hacen parte de su entorno, sean clientes, medio ambiente, sociedad en general y por supuesto sus mismos empleados. Por tal razón, sin importar el producto y/o servicio que desarrolle una compañía es fundamental que tenga siempre presente cuál la mejor forma de maximizar sus beneficios a través del posicionamiento de su marca y la satisfacción de los denominados grupos de interés. Adicionalmente, una empresa que decida adoptar el enfoque de Responsabilidad Social Corporativa garantiza que la toma de decisiones se lleve a cabo de manera más consciente por tener en cuenta los aspectos sociales, medioambientales, así como el sostenimiento de un buen ambiente laboral donde sus empleados reciban un trato justo y adecuado conllevando esto a mejorar la imagen de la empresa interna y externamente.

Discusión

La crisis de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la economía global, lo que ha afectado directa e indirectamente a diversos sectores sociales. Esto ha despertado un interés en la comunidad por mejorar los comportamientos actuales. En futuras investigaciones sobre la Sostenibilidad Social de la Responsabilidad Social de la Formación Empresarial (SSDRSFE) en el contexto de la pandemia de COVID-19, se sugiere analizar otros aspectos presentes en la sociedad debido a la emergencia sanitaria. Se pretende ayudar a la sociedad a afrontar estas situaciones mediante técnicas organizativas sostenibles con el enfoque de

SDDRSECAMOT; por lo tanto, la RSE debe considerar que esta investigación puede contribuir al avance científico al desarrollar modelos explicativos, previo a un exhaustivo estado del arte que identifique lo existente, lo que falta y hacia dónde se deben dirigir los esfuerzos científicos.

Los análisis y lecciones aprendidas de las iniciativas y estudios previamente realizados sobre RSE y SS durante la pandemia de COVID-19 se reflejan en una serie de sugerencias para investigaciones futuras. La primera sugerencia está vinculada a la publicación regular de estudios que examinen la respuesta de las organizaciones a la pandemia dentro del marco del estado actual de la investigación (incluso si un solo artículo tiene en cuenta el estado actual de la investigación que se está presentando en los estudios académicos), lo cual permitiría mantener actualizado el comportamiento de las organizaciones y el estado del conocimiento en la materia.

El presente artículo tuvo como propósito analizar desde una perspectiva sistemática, el aporte de los autores a través de sus publicaciones al estudio de la Responsabilidad Social Corporativa como Estrategia de Sostenibilidad en la cultura empresarial, llevada a cabo en libros y revistas de alto impacto indexadas en bases de datos Scopus y WoS durante el periodo 2018-2022 por parte de autores afiliados a instituciones del mundo entero, lo que nos permitió afirmar que las publicaciones

exhibidas en el presente documento han llevado a cabo investigaciones relacionadas con las variables escogidas a partir de diversos enfoques facilitando el estudio y con esto una mejor comprensión de la temática.

Tal es el caso del artículo titulado “La estrategia empresarial sostenible como potencial factor de éxito” (Drusche, Krause, & Niski, 2020) en el cual los autores buscaban analizar “las razones de la creciente relevancia de la sustentabilidad para el éxito empresarial” partiendo de la información existente concerniente a la “teoría de las partes interesadas” y teniendo en cuenta los requisitos estipulados en los “Modelos Comerciales para la Sustentabilidad” para la posterior realización de “Casos comerciales para la sustentabilidad” (Drusche, Krause, & Niski, 2020).

Aunque la responsabilidad empresarial siempre ha hecho parte de las compañías productoras o prestadoras de bienes y/o servicios, desde hace algún tiempo la llamada Responsabilidad Social Corporativa se ha convertido en la protagonista de las políticas de muchas empresas a nivel mundial con el único fin de garantizar un cambio definitivo en sus procesos.

Es por esto, que no resulta extraño observar el cambio en todos los sectores empresariales como por ejemplo la industria cosmética, la cual según el artículo “Desempeño de la industria cosmética desde la perspectiva de la Responsabilidad Social

Empresarial y el Diseño para la Sostenibilidad” (Duarte Ribeiro, Fleith de Medeiros, & Kolling, 2022) ha logrado avances en este sentido. Los autores de este artículo desarrollado en Brasil, pudieron identificar a través de un análisis cualitativo “los impulsores, barreras y buenas prácticas sostenibles existentes en la industria cosmética desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)” (Duarte Ribeiro, Fleith de Medeiros, & Kolling, 2022).

Sin embargo, hay que enfatizar que la transformación para todos no ha sido sencilla ya que algunas industrias se enfrentan a mayores dificultades por el tipo de producto que elaboran. Aunque en los cosméticos se han logrado avances, en algunas áreas aún deben atravesar un largo camino para dar solución a sus necesidades. Por otra parte, encontramos el sector metalero específicamente en India el cual según el artículo “Responsabilidad social corporativa en el desarrollo comunitario y la sostenibilidad: Rourkela Steel Plant, una unidad de SAIL, India” (Acharya & Patnaik, 2018) ha podido realizar transiciones importantes a raíz de la implementación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa en las empresas que componen dicho sector y las estrategias que se han establecido para trabajar conjuntamente con las comunidades que lo rodean y que pueden influir en la “producción, organización,

gobernanza, instituciones y cultura de relaciones” (Acharya & Patnaik, 2018), factores que impactan en el éxito de la Responsabilidad Social Corporativa y por consiguiente en el desarrollo sostenible de dichas comunidades.

Como lo asegura el artículo “Responsabilidad social empresarial del sector de la construcción en España” (Domínguez-Herrera, González-Díaz, & González-Morales, 2018) no cabe duda de que “la RSC es una alternativa más eficaz para minimizar los impactos negativos de la actividad de una empresa y genera un valor compartido entre la empresa y la sociedad” (Domínguez-Herrera, González-Díaz, & González-Morales, 2018), en otras palabras es precisamente la Responsabilidad Social Corporativa la encargada de establecer una relación gana-gana entre las partes involucradas.

Para nadie es un secreto la problemática ambiental a la que nos enfrentamos por el mal manejo que históricamente se le ha dado a los recursos naturales, más aún a los considerados no renovables por lo que es importante para cualquier sector tratar de encontrar otras alternativas que le permitan continuar con la elaboración de sus productos o la prestación de sus servicios de una manera más amigable con el ecosistema mientras asegura la perduración de su existencia por más tiempo dentro del mercado.

Claro está que muchas de estas empresas se enfrentan a desafíos más complicados que

mantienen relación “con el funcionamiento interno de la empresa, como la actitud de la alta dirección, líneas claras de responsabilidad, restricciones financieras y causas externas como la ausencia de iniciativas e incentivos gubernamentales” (Domínguez-Herrera, González-Díaz, & González-Morales, 2018) por lo que se hace necesario iniciar el cambio en su cultura empresarial tratando siempre de cumplir con sus objetivos, las expectativas de cada uno de sus grupos de interés y las exigencias del mercado global.

Conclusiones

El artículo concluye resaltando la importancia de mantenerse informado sobre la literatura más reciente en bases de datos como Scopus o WoS, en relación con el estudio de la Responsabilidad Social Corporativa y su utilización como Estrategia de Sostenibilidad en la Cultura Empresarial en el período de 2018 a 2022. Debido a los hallazgos encontrados referentes al calentamiento global y la grave contaminación del medio ambiente resultante de la mala utilización de los recursos renovables, no renovables y el mal manejo de los desechos por parte del ser humano, muchos sectores importantes de la economía han visto sus actividades extremadamente comprometidas al punto de considerar el cierre de sus compañías.

Por tal razón, se ha observado que últimamente la Responsabilidad Social Corporativa se ha establecido como una de las prioridades más

relevantes a tener en cuenta para la toma de decisiones y conseguir la prolongación de sus actividades comerciales teniendo en cuenta las exigencias del mercado y las necesidades del entorno que lo rodea. Aunque para todos los sectores no ha sido fácil hacer esa transición, es importante destacar que en su mayoría las compañías se encuentran en la búsqueda de nuevas materias primas que le permitan seguir elaborando productos y/o prestando servicios de calidad y trabajando en la modificación de sus procesos.

Así mismo, las personas hoy por hoy son vistas desde otra perspectiva. Los trabajadores son más valorados y los miembros del entorno que rodea a una empresa han pasado a ser fundamentales en la toma de decisiones debido a que de su relación se puede crear y divulgar una imagen positiva o negativa de la compañía que difícilmente puede ser modificada y que influye directamente en el posicionamiento de una marca.

Es decir, que la Responsabilidad Social Corporativa podría considerarse como la mejor Estrategia de Sostenibilidad, ya que no solo permite la transición del enfoque de una empresa convencional a una que trabaja en pro de la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible de la sociedad a partir del uso de materias primas renovables y amigables con el medio ambiente sino que también contribuye a la transformación organizacional logrando crear

consciencia dentro de sus empleados, directivos, prestadores de servicios o contratistas de la necesidad de comenzar con pequeños cambios que garanticen la subsistencia de las especies en el mundo y por consiguiente el consumo de los productos y/o servicios que ofrecen a los diferentes mercados.

Teniendo en cuenta todo lo anterior y con el único objetivo de seguir generando consciencia de la importancia de garantizar el acceso a este tipo de información de forma transparente por parte de cualquier persona, esperamos fomentar con este artículo la participación de las comunidades científicas en el estudio de estas variables desde cualquier perfil científico y área de conocimiento buscando siempre brindar más alternativas que contribuyan a la investigación de temáticas de interés general.

Las publicaciones científicas identificadas fueron analizadas esperando conocer las características principales dentro de la ejecución de proyectos de investigación referentes al estudio de las ventajas, causas e inconvenientes presentados en la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa como Estrategia de Sostenibilidad en la cultura empresarial evidenciando como principal inconveniente, la falta de materias primas que puedan reemplazar las utilizadas para la elaboración de productos así como la ausencia de incentivos por parte de los entes gubernamentales encargados del

sector económico. Así mismo se hace necesario que exista una sincronía dentro de los miembros de la organización con el fin de obtener los beneficios que trae consigo la Responsabilidad Social Corporativa a las compañías que recurren a ella para la consecución del éxito.

Referencias

- Acharya, J., & Patnaik, S. (2018). Corporate social responsibility in community development and sustainability: Rourkela Steel Plant, a unit of SAIL, India. *Asian Journal of Business Ethics*, 53-79.
- ACNUR. (2019). ACNUR. Documento en línea. Disponible https://eacnur.org/es/blog/responsabilidad-social-corporativa-que-es-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst
- Aroca, I. A. A., del Río, J. A. J., Ortega, R. S., & Romero, A. V. (2022). Cadenas de Valor Agrícola: Revisión y análisis bibliométrico. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(4), 79-95. Documento en línea. Disponible unirioja.es
- Barros, M. R. Q., Astudillo, R. J. P., & Morales, S. X. V. (2021). Responsabilidad social empresarial en el contexto del COVID-19. *RSocialium*. Documento en línea. Disponible uncp.edu.pe
- Bullock, R., Zurba, M., Reed, M. G., & McCarthy, D. (2023). Strategic options for more effective indigenous participation in collaborative environmental governance. *Journal of planning education and research*, 43(4), 841-856. [\[HTML\]](#)
- Domínguez-Herrera, M. M., González-Díaz, E., & González-Morales, O. (2018). Corporate social responsibility of the construction sector in Spain. En M. M. Domínguez-Herrera, E. González-Díaz, & O. González-Morales, *Corporate Social Responsibility (CSR): Practices, Issues and Global Perspectives* (págs. 215-268). Tenerife.

- Drusche, O., Krause, S., & Niski, A. (2020). The sustainable corporate strategy as potential success factor. *Metall*, 282-289.
- Duarte Ribeiro, J. L., Fleith de Medeiros, J., & Kolling, C. (2022). Performance of the cosmetics industry from the perspective of Corporate Social Responsibility and Design for Sustainability. *Sustainable Production and Consumption*, 175-185.
- Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P. (2015). *Metodología de la Investigación*. (Sexta Edición). Bogotá. McGraw-Hill.
- Juárez Narváez, K. E. (2021). Actividades didácticas para estimular las funciones ejecutivas en la educación Preescolar: Una Revisión Sistemática. Documento en línea. Disponible ucv.edu.pe
- Kao, D.-D., & Wu, A.-C. (2022). Mapping the Sustainable Human-Resource Challenges in Southeast Asia's FinTech Sector. *Journal of Risk and Financial Management*.
- Mantilla, M. L. C., Gallego, M. M., Paz, W. A. P., & Lozano, M. R. (2024). La resiliencia como base de estrategias que se convierten en una oportunidad para el avance de la empresa familiar-Cambios de paradigma. *SIGNOS-Investigación en sistemas de gestión*, 16(1). Documento en línea. Disponible usantotomas.edu.co
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (s.f.). Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. Documento en línea. Disponible <https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>
- Strauss, A. L. & Corbin, J. (2016). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundada* (1. ed.). Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Zárate-Rueda, R., Beltrán-Villamizar, Y. I., & González-García, C. A. (2020). Relacionamiento con stakeholders en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Revista ESPACIOS*. ISSN, 798, 1015. Documento en línea. Disponible revistaespacios.com