

REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LOS ENFOQUES DE LA INNOVACIÓN EN LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU POSICIONAMIENTO EN LA
CREACIÓN DE VALOR PARA LA COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL.

LUIS FELIPE ZABALETA CAMPO

UNIVERSIDAD LUIS AMIGÓ
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
MEDELLÍN
2023

REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LOS ENFOQUES DE LA INNOVACIÓN EN LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU POSICIONAMIENTO EN LA
CREACIÓN DE VALOR PARA LA COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL.

LUIS FELIPE ZABALETA CAMPO

OSWALDO SALGADO CAÑAVERAL

DIRECTOR

UNIVERSIDAD LUIS AMIGÓ

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

MEDELLÍN

2023

Tabla de contenido

Introducción.....	4
1. Planteamiento del Problema.....	6
2. Objetivos.....	9
2.1 General.....	9
2.2 Específicos.....	9
3. Justificación.....	10
4. Marco de Referencia.....	12
4.1 Antecedentes del estudio en el contexto internacional.....	12
4.2 Marco conceptual.....	14
4.3 Marco teórico.....	16
5. Metodología.....	23
5.1 Fases Metodológicas.....	23
5.2 Muestra.....	24
5.3 Técnicas e Instrumentos.....	25
6. Cronograma.....	26
7. Presupuesto.....	27
Referencias.....	28
Anexos.....	31

Introducción.

En la actualidad, los retos para responder a las problemáticas ambientales, las dinámicas sociales y los indicadores económicos, exigen a las empresas a buscar soluciones que mejoren su competitividad organizacional y a su vez, potencien el desarrollo de un territorio. Es por esto, que el avance de la ciencia y la tecnología conlleva a la organización a emprender un ejercicio innovador, no sólo para cumplir con la creación de valor, sino en la constitución socialmente responsable de la transformación social, cultural, económica y ambiental de una comunidad, en aras de una calidad de vida con dignidad.

De esta manera, la innovación es una disciplina que se puede abordar desde múltiples enfoques del conocimiento, si bien es cierto que las empresas reconocen su importancia para el mejoramiento de su planeación estratégica y su competitividad, hay procesos como la responsabilidad social empresarial, que se han quedado obsoletos a estos enfoques innovadores, propiciando la entrega de bienes y servicios en la satisfacción de aparentes necesidades y la obtención de ganancias económicas y rentabilidad bajo actividades productivas que impactan negativamente a la sociedad y al medio ambiente donde interviene.

La presente investigación tiene como objetivo elaborar una revisión sistemática de los enfoques de la innovación y su interacción con la responsabilidad social empresarial, como un factor de posicionamiento de la creación de valor económico, social y ambiental, confiabilidad en los grupos de interés; y un elemento primordial de la competitividad y capitalización organizacional. El entorno investigativo se desarrolla a partir de un estudio cuantitativo en el que se busca la identificación y organización de datos, a partir de un proceso de búsqueda riguroso y estructurado en las bases de datos SCOPUS, Google

Académico e ISI WEB OF SCIENCE de artículos científicos desarrollados en un periodo de siete años (2015 - 2022).

Este proceso investigativo se realiza en torno a los conocimientos existentes frente al uso, replicabilidad y viabilidad de la innovación en el contexto de la responsabilidad social de una organización, como una oportunidad de integrar nuevos enfoques orientados a favorecer soluciones a la coyuntura de la situación económica actual, que obliga a maximizar recursos y desarrollar estrategias competitivas e innovadoras como respuesta estratégica de nuevas formas de gestión productiva sostenible y sustentable.

El documento integra en su contenido: en la primera parte, se presenta el entorno del proceso investigativo, donde se refiere el problema, pregunta de investigación y justificación; en la segunda parte, establece la relevancia y conveniencia del estudio desde los antecedentes y marco teórico, que dan cuenta del estado de las investigaciones relacionadas con los procesos de innovación en la responsabilidad social y la teoría organizacional que enmarca este proceso; y, en la tercera parte, el diseño metodológico a implementar para la obtención de los resultados requeridos a fin de dar cumplimiento al objetivo general de la investigación.

1. Planteamiento del Problema.

Latinoamérica ha experimentado enormes cambios en los últimos 25 años, las transformaciones políticas, económicas y culturales evidencian que el progreso de un territorio depende de las actividades productivas de las empresas y su racionalidad económica en procura de la satisfacción de las necesidades del individuo. En una sociedad donde cada vez son más altas las exigencias sociales hacia la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) la cual debe enfocarse en potenciar la gestión empresarial competitiva, y a su vez, esté más interesada por temas medios ambientales, bienestar para los trabajadores y protección a los derechos humanos; los resultados refieren lo contrario, las empresas con sus actuaciones organizacionales no están dando respuesta a estos temas, mostrando su incapacidad organizacional para producir en armonía con el sistema social, cultural y natural.

De acuerdo con Córtes y Urrea (2016), todo elemento que pueda ser medido como retribución por la sociedad, genera una percepción positiva de la gestión empresarial para el consumidor. Ahora bien, casos de compañías que han recibido publicidad negativa por maltrato o explotación a trabajadores, o incluso por malas prácticas en los procesos productivos, han conllevado a generar pérdidas y una mala reputación, factor que es aún más difícil de remediar. Un ejemplo de esto es el caso ocurrido con Nike (empresa de ropa deportiva) y las múltiples pérdidas en que pudo haber incurrido por las noticias de explotación a los trabajadores y la utilización de niños en las fábricas de China, Vietnam e Indonesia.

En Colombia, la RSE se concibe como una estrategia que maximiza costos y disminuye competitividad en el mercado; producto de ello, se convierte en una estrategia que integra acciones asistencialistas o placenteras del actuar filantrópico (porque es gratificante ayudar al otro), a la realidad de ser socialmente responsable con diagnosticar incongruencias en sus

procesos productivos y verse compelido a cambiar rutinas para responsabilizarse por sus impactos negativos. De esta manera, es aquí donde se identifica la oportunidad de incluir la innovación en la RSE, como una fuente de diferenciación en ventajas competitivas y creación de valor, resultante de un movimiento social que pretende consolidar productos y servicios dirigidos a nuevos mercados y generar beneficios a todos los grupos de interés desde lo que concibe Amartya Sen (2010) *“El enfoque de las capacidades proporciona claves para evaluar el bienestar disfrutado por una persona, desde el bienestar conseguido y la oportunidad real para lograr ese bienestar”*.

Si bien la innovación ha sido abordada desde distintas clasificaciones y puntos de análisis organizacionales como productos/ servicios, procesos y tecnologías; dentro del proceso de la RSE, aún persisten problemas en la ausencia de capacidades innovadoras del capital humano, emprendimientos sociales y ambientales, y gobernanza de la ciencia y la tecnología.

Desde el contexto internacional, se ha desarrollado literatura que refiere claramente la innovación y su articulación con la responsabilidad social, desde diferentes perspectivas; no obstante, en el marco conceptual, metodológico e instrumental para la medición de la RSE en países latinoamericanos, particularmente Colombia, requieren mayor profundización que permita evidenciar que una organización socialmente responsable, no es solamente ceñirse a su visión en el ambiente y lo social, sino apuntar a la ampliación de mercados, la gestión adecuada de recursos productivos, aumentar la rentabilidad, y al mismo tiempo, mejorar las condiciones sociales y económicas de la población que está en la base piramidal del desarrollo; es decir es una estrategia que posiciona a la empresa, mejora su reputación, aumenta su rentabilidad y crea identidad organizacional en sus grupos de interés.

A partir de la gran cantidad de datos que se produce alrededor del concepto de innovación, y su utilidad en el campo organizacional, la revisión sistemática permite establecer relaciones entre la innovación y la RSE, información que no se encuentra acoplada y proporciona una aproximación en el contexto colombiano. Para esto, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los avances investigativos frente a los enfoques de innovación y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial en el contexto colombiano?

2. Objetivos.

2.1 General.

Elaborar una revisión sistemática de los enfoques de la innovación y su interacción con la responsabilidad social empresarial en el contexto colombiano, como análisis para el posicionamiento de la creación de valor en la competitividad organizacional.

2.2 Específicos.

- Identificar los enfoques de la innovación y su relación con la responsabilidad social empresarial, a partir de la revisión de la literatura de artículos científicos desarrollados entre el 2015 y el 2022 en el contexto colombiano.
- Analizar los enfoques de la innovación y su interacción con la responsabilidad social empresarial, por medio de la clasificación de la información obtenida en la identificación bibliográfica.
- Establecer un análisis del posicionamiento de la creación de valor en la competitividad organizacional, como resultado de la articulación de la innovación y la responsabilidad social empresarial.

3. Justificación.

Hablar de RSE no es solo referirse a procesos voluntarios o de caridad, realmente implica una condición de aseguramiento de valores hacia una ética social, que construya una gestión responsable desde los diferentes roles económicos, para avanzar en los ideales del desarrollo, desde un modelo basado en racionalidades de la naturaleza y las variables sociales de sus postulados, responsable de las actividades de los medios de trabajo y consumo, de la mercantilización de servicios fundamentales en el aseguramiento de la supervivencia y el desarrollo humano.

En correspondencia, integrar los enfoques de la innovación en la responsabilidad social, permiten factores de éxito que contribuyen a la gestión administrativa y la planeación organizacional; estudios como el de León, Baptista, y Contreras (2012), refieren que a nivel internacional la innovación socialmente responsable se puede terminar por: la innovación planificada y aplicada a los modelos de negocio y productos; la habilidad de las empresas para resolver los problemas sociales y medioambientales de manera más eficaz; la consolidación de un ecosistema con una mayor variedad de agentes en un entorno abierto a la participación; y la responsabilidad de la tecnología.

Siendo de gran importancia la visión innovadora en los procesos de responsabilidad social, como iniciativas empresariales para un país, que conlleve a una transformación de los objetivos organizacionales a un contexto social, las nuevas formas de gerenciar y hacer producción sostenible bajo acciones de competitividad en el mercado; nace el proceso de investigación *“Revisión sistemática de los enfoques de la innovación en la responsabilidad social empresarial y su posicionamiento en la creación de valor para la competitividad organizacional”* orientado hacia un marco coherente de revisión documental que permita

articular la información científica disponible en el contexto colombiano y resaltar los aspectos más relevantes de los procesos de innovación organizacional, especialmente en la RSE, en aras de construir empresas sostenibles y sustentables que diseñan productos, servicios y emprendimientos acorde a las necesidades y desafíos del sistema económico, a la competitividad del mercado, a la rentabilidad administrativa, a la vocación ambiental y al mejoramiento de la calidad de vida con dignidad de las personas de un territorio.

De esta manera, este estudio de revisión sistemática se convierte en una herramienta de búsqueda de información documental, que permite, encontrar modelos, experiencias y metodologías del proceso, dando respuesta a la pregunta de investigación planteada. Es decir, los resultados de proceso investigativo, refiere un beneficio para los investigadores del área en cuanto enumera, analiza y conceptualiza la innovación y su interacción con la RSE, para futuras investigaciones y transferencia de conocimiento (publicaciones); como beneficios a los empresarios colombianos, pues permite el redireccionamiento y replicabilidad de modelos que se han propuesto e implementando por distintas organizaciones en diferentes contextos y que refieren un éxito empresarial a la hora de crear valor y competitividad en el mercado.

4. Marco de Referencia

4.1 Antecedentes del estudio en el contexto internacional

La innovación y su relación con la responsabilidad social empresarial ha evolucionado en los últimos años para enfatizar la importancia de la sostenibilidad y el impacto social y ambiental de la innovación. En este sentido, empresas han adoptado enfoques de innovación responsable o innovación en la responsabilidad social, que implica el desarrollo de productos y servicios que generen un impacto social y ambiental positivo, así como la implementación de prácticas de negocio sostenibles, sustentables, competitivos y de creación de valor. Hay varios estudios que han explorado la relación entre la innovación y la RSE. A continuación, se presentan algunos ejemplos:

De acuerdo con Noelia Muñoz (2015), refiere que la innovación responsable se enfoca en la creación de valor a largo plazo para la sociedad, el medio ambiente y las empresas, y se considera una parte integral de la responsabilidad social empresarial. En su estudio titulado *Estrategias de sostenibilidad, responsabilidad social e innovación en el plan de negocio de las Pymes*, elabora un modelo contrastado que identifica la incidencia de las estrategias en los planes de negocio de las pequeñas y medianas empresas, a partir de la aplicación a 39 pymes de la provincia de Ávila – España, dentro de los resultados refiere que las pymes sí desarrollan las estrategias nombradas anteriormente; no obstante, persisten obstáculos en la aplicación de la innovación en la RSE, tales como la carencia de tecnología requerida para nuevos productos y expansión de nuevos mercados, la ausencia de capital humano formado en el tema y el desconocimiento de las estrategias y uso adecuado de estas por parte de la administración de la empresa.

De igual forma, la innovación en los aspectos socialmente responsables de la organización, se han relacionado con la economía circular, que se enfoca en minimizar los residuos, a partir de involucrar la creación de productos y servicios que sean más duraderos y sostenibles acordes a los objetivos del desarrollo sostenible. Es decir, se orienta a acciones socialmente responsables en la creación de nuevo valor en las prácticas organizacionales y acciones estratégicas hacia la transformación y competitividad, tal como se muestra en el artículo de Cristina López (2018) "*The Impact of Corporate Social Responsibility on Innovation: Evidence from European Firms*" que la RSE puede fomentar la innovación a través de la mejora del acceso a recursos, la reducción de los costos de transacción y la mejora de la reputación corporativa. En este mismo contexto, el artículo "*Conceptual Framework for the Integration of Corporate Social Responsibility and Human Resource Development Based on Lifelong Learning*" que revisa la literatura existente sobre RSE e innovación y propone un marco conceptual para analizar la relación entre ambos conceptos. Los autores sugieren que la RSE puede impulsar la innovación a través de tres mecanismos: mejora de la imagen corporativa, mejora del acceso a recursos y motivación de los empleados (Ketschau, 2017).

Además, los enfoques de la innovación en la responsabilidad social empresarial se han relacionado con el desarrollo de tecnologías y soluciones para abordar desafíos sociales y ambientales, como la reducción de la pobreza, el acceso a la educación y la atención médica, la mitigación del cambio climático y la conservación de la biodiversidad, conjuntamente de potenciar los procesos internos y de gestión administrativa. Los autores Meleán, Montes de Oca, Salcedo y Jaimes (2020), en su trabajo de Innovación y responsabilidad social en organizaciones: reflexiones teóricas, desarrollado en el contexto venezolano, identifican que la innovación no es un proceso de fácil aplicación dado que los miembros de la empresa dependen de factores

culturales y cuestiones ambientales; es así, que, consideran importante que las empresas no logran cumplir con la totalidad de los procesos de RSE e Innovación, fomentan conductas éticas y relacionadas con el ambiente y la sociedad, que mejoran la situación de un territorio donde interviene.

En cuanto a la generación de la competitividad en las organizaciones, la investigación realizada por Lara y Sánchez (2021) en la ciudad de México, enlaza en primera instancia la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad de las empresa mexicanas identificando además como generadora de ventaja competitiva en las organizaciones, el estudio es considerado documental tomando información, fortaleciendo dicha hipótesis al ir confirmando que las empresas que llevan a cabo la responsabilidad social desde la innovación, se va generando la ventaja competitiva en las organizaciones sumando al cumplimiento de los objetivos. Pese a lo anterior también es estudio explica que a las empresas mexicanas les hace falta madurar la RSE para mejores impactos.

4.2 Marco conceptual

Responsabilidad Social Empresarial. Se refiere a las acciones que las empresas llevan a cabo para contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad, el medio ambiente y la economía en general. Se trata de una forma de gestionar los negocios que implica tomar en cuenta no solo los intereses económicos de la empresa, sino también los impactos sociales y ambientales que puede tener en la comunidad. Como estrategia organizacional, permite mejorar la reputación de la empresa, atraer a clientes más conscientes socialmente, reducir los riesgos legales y financieros, y mejorar la motivación y el compromiso de los empleados.

De esta manera, Francois Vallaey (2020) en contra de las definiciones de voluntariedad que manejan algunas organizaciones, refiere que la RSE es la corresponsabilidad política por los impactos que opera dos desplazamientos: (1). una estrategia RSE debería buscar crear alianzas interorganizacionales capaces de transformar las relaciones sociales mediante innovaciones sociales; y, (2). la RSE ya no debería ser gestión que corrige aguas abajo ciertos impactos negativos de cada empresa a fin de mitigar sus propios daños sociales y ambientales, sino una gestión que transforma aguas arriba el sistema de producción de tal modo que un verdadero progreso pueda operarse mediante innovaciones sociales cogestionadas en vista de la sostenibilidad social y ambiental, para promover una nueva manera de vivir, producir y consumir, realmente sostenible.

Innovación Responsable. El concepto se refiere a la idea que las empresas y organizaciones deben desarrollar y aplicar tecnologías y soluciones innovadoras de manera ética, socialmente responsable y sostenible. Para lograr esto, se requiere un enfoque holístico y una visión a largo plazo que tenga en cuenta las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas, incluyendo a los consumidores, empleados, proveedores, accionistas, comunidades locales y el medio ambiente.

Es así como, las organizaciones deben entender que su sostenibilidad y la de su entorno, pasa por considerar no sólo los criterios económicos, sino también los sociales y medioambientales; es decir, considerar el concepto de innovación responsable. En este orden de ideas, debe considerarse los resultados a largo plazo (económica), la minimización del impacto de las operaciones y los productos de la empresa, incluso, la compensación de los daños ocasionados en el pasado (medio ambiente) y el fomento del bienestar de los grupos de interés,

como mínimo, afectados en el ámbito en el que actúa (social) (León, Baptista, & Contreras, 2012).

Competitividad Organizacional. Se define como la capacidad de una empresa o una organización para competir efectivamente en el mercado y lograr una posición ventajosa en relación con sus competidores. En otras palabras, se trata de la capacidad de una organización para producir bienes o servicios de alta calidad y a un costo competitivo, mientras se adapta a los cambios en el mercado y mantiene la satisfacción de sus clientes.

La competitividad organizacional puede ser influenciada por diversos factores, como la calidad de los productos o servicios, la eficiencia en la producción, la innovación, la responsabilidad social, la gestión de los recursos humanos, la estrategia de marketing, la inversión en tecnología, entre otros. Las empresas que son altamente competitivas suelen ser más rentables y sostenibles en el tiempo, lo que les permite crecer y expandirse en el mercado. Por lo tanto, la competitividad organizacional es una preocupación clave para las empresas en un mundo cada vez más competitivo y globalizado, y requiere respuestas antes las necesidades de una sociedad (Díaz, Quintana, & Fierro, 2021).

4.3 Marco teórico

Enfoques de la Innovación.

La innovación se refiere a la creación, desarrollo e implementación de nuevas ideas, productos, servicios o procesos que generen valor para la sociedad, la economía o las empresas, desde la implementación de cambios significativos en la forma en que una organización administra, opera y se evalúa, en aras de mejorar su rendimiento y capacidad de adaptación al

entorno empresarial cambiante. En otras palabras, la innovación puede tener muchos beneficios, incluyendo un aumento de la eficiencia y la eficacia, una mayor satisfacción del cliente, una mayor motivación y compromiso de los empleados, y una mayor capacidad de adaptación a los cambios en el mercado y el entorno empresarial.

En este contexto, los enfoques de la innovación desde las prácticas organizacionales, además de permitir la creación de nuevos productos y servicios, también provee de sostenibilidad en la medida que evoluciona y se desarrolla en la búsqueda del establecimiento de ventajas competitivas, que permitan la supervivencia de las organizaciones en ambientes altamente cambiantes. Este tipo de innovación facilita la iniciación y adopción de otras prácticas innovadoras, que permitan la reducción de costos administrativos, mejoras en las prácticas internas y el acceso al conocimiento externo (Martínez & Padilla, 2020). Asimismo, la innovación proyecta:

- Innovación en productos, la cual implica cambios significativos a las características de los bienes o servicios, o la creación de productos y prototipados.
- Innovación en procesos, que se refiere a cambios significativos en los métodos de producción y distribución.
- Innovación organizacional, enfocada en los cambios de las prácticas internas de la compañía, con el fin de mejorar los resultados de está articulada a la creación de valor.
- Innovación en marketing, la cual refiere todas las prácticas y desarrollos de procesos de mercadeo, comercialización y venta de productos o servicios.
- Innovación en la responsabilidad social, generación e implementación de nuevas estructuras organizativas, procesos o prácticas de crecimiento económico, social y ambiental.

Por su parte, Velázquez, Cruz y Vargas (2018) sostienen que la innovación desde las prácticas organizacionales como la RSE, debe apuntarle a los enfoques innovadores:

1. **Innovación disruptiva** se enfoca en cambiar el statu quo y transformar industrias completas. De allí, se refiere a un proceso por el cual una nueva tecnología o producto revoluciona un mercado existente, cambiando la forma en que se hacen las cosas y creando nuevas oportunidades para empresas que están dispuestas a adaptarse y aprovechar las nuevas tendencias y desafíos que surgen.
2. **Innovación incremental**: Este enfoque se centra en mejorar los productos o servicios existentes, realizando pequeñas mejoras incrementales que, con el tiempo, pueden conducir a una innovación más significativa. En lugar de crear algo completamente nuevo, la innovación incremental se centra en hacer pequeñas mejoras en lo que ya existe, para hacerlo más eficiente, más efectivo o atractivo para los clientes. Es así como, se convierte en una estrategia eficaz para las empresas que buscan mantenerse competitivas y adaptarse a los cambios del mercado.
3. **Innovación abierta**: Este enfoque se basa en la idea de que la innovación no se limita a una sola organización o equipo, sino que puede provenir de cualquier persona o lugar. La innovación abierta implica colaborar con otras empresas, instituciones académicas y la comunidad en general para generar nuevas ideas. De allí, se ha convertido en una práctica cada vez más común en los últimos años debido a la necesidad de las empresas de adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado y en la tecnología.
4. **Innovación de los Stakeholders**: Este enfoque se centra en la creación de productos y servicios que satisfagan las necesidades y deseos de los usuarios, permitiendo orientar una ventaja competitiva y a un mayor valor para los clientes. Para fomentar la innovación

de los stakeholders, las empresas pueden implementar procesos de colaboración, incentivos para la generación de ideas y estrategias de comunicación efectivas para involucrar a todos los grupos interesados en el proceso de innovación.

5. Innovación basada en la tecnología: Este enfoque se centra en la creación de nuevas tecnologías y su aplicación en productos y servicios innovadores. La innovación basada en la tecnología implica un enfoque en la investigación y desarrollo tecnológico para crear soluciones innovadoras, que impulsa la competencia en el mercado, la búsqueda de eficiencia y reducción de costos, la necesidad de resolver problemas técnicos o sociales, o la curiosidad y la exploración científica.
6. Innovación Social: es el proceso mediante el cual se desarrollan y se implementan nuevas soluciones a problemas sociales, ya sea a nivel local, nacional o global. Estas soluciones pueden ser productos, servicios, modelos de negocio o tecnologías que buscan mejorar la calidad de vida de las personas, reducir la pobreza, aumentar la inclusión social, promover la sostenibilidad ambiental y fomentar el desarrollo económico. Este enfoque busca ser un catalizador para el cambio sistémico, ya que puede desafiar y cambiar las normas sociales, las estructuras de poder y las prácticas empresariales que perpetúan la exclusión social y la desigualdad.

En esta dirección, cada enfoque de innovación tiene sus propias ventajas y desventajas, y dependerá de los objetivos y necesidades de cada organización. No obstante, hablar de enfoques de innovación, plantea la teoría de la destrucción creadora que conlleva el crecimiento económico de los nuevos productos, como un marco coherente en la redirección de la gestión organizacional que favorece la creación de valor, la competitividad en el mercado y la invención productiva, sin perder la relación con el aspecto social y favoreciendo la protección ambiental.

Teoría integradora de la RSE. En América Latina, las dinámicas económicas, financieras y políticas de la era globalizadora, trae consigo graves resultados sociales y culturales. De esta manera, se hace necesario proyectar nuevos escenarios con estrategias novedosas que redunden en resultados positivos y sostenibles hacia una ruta armonizadora entre la dimensión social con la económica y posicione una herramienta clave para la organización. La Responsabilidad Social Empresarial se posiciona con la finalidad de integrar los objetivos de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental, en sus contextos interno y externo; conllevando a la actuación consiente y comprometida de mejora continua, medida y consistente, que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno (Rubio & Fierro, 2016).

Es así, como la RSE se soporta en la **teoría integradora** que propone que las empresas sean responsables no solo con sus accionistas, sino también con otros grupos de interés, como los empleados, los clientes, los proveedores, la comunidad y el medio ambiente. Esta teoría se basa en la idea de que las empresas tienen un impacto significativo en la sociedad y en el medio ambiente, y que deben asumir la responsabilidad de gestionar ese impacto de manera responsable y sostenible.

La teoría integradora de la RSE sostiene que la responsabilidad social de una empresa no es algo que pueda ser separado de su estrategia empresarial general. En cambio, la RSE debe integrarse en la estrategia empresarial y ser considerada como parte integral de la empresa. Esto significa que la empresa debe tomar en cuenta los impactos sociales y ambientales de sus decisiones empresariales y considerar cómo puede contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad.

A su vez, Carolina Navarro (2016) señala que la teoría integradora plantea la responsabilidad Social Empresarial como un instrumento que debe incorporar en su esencia los enfoques económico, legal, lo ético y discrecional. Lo económico, pues indudablemente toda sociedad mercantil persigue la obtención de utilidades, contemplando actividades que coadyuven al enriquecimiento de sus socios. Lo legal ya que una Empresa para su permanencia debe apearse a un marco normativo que le dé la validez en su ejercicio. Lo ético sin lo cual no existiría el equilibrio social, aun cuando la legislación no prevea la conducta fundada en valores y principios, la misma debe guiarse a través de la ética lo que ocasionará la protección social y ambiental. Finalmente, lo discrecional, que no se encuentra plasmado en la ley - al igual que la ética- y que dependerá de la voluntad del ciudadano corporativo en contribuir o no con causas sociales.

Dentro de esos enfoques, se propone que la RSE debe ser transparentes en su gestión organizacional comunicando claramente sus políticas y prácticas a todas las partes interesadas. Esto implica también que las empresas deben medir y reportar sus impactos sociales y ambientales de manera regular y consistente.

De igual manera, Alvarado (2017) expone que durante la teoría integradora, la empresa requiere articular las demanda sociales, argumentado que los negocios dependen de la sociedad para su existencia; es por ello, que se divide en cuatro (4) procesos:

1. Aspectos administrativos o de gestión
2. Principio de responsabilidad pública
3. Gestión de grupos de interés (stakeholders)
4. Desempeño social corporativo

Es entonces, que la consolidación de la teoría integradora de la RSE, buscar la integralidad de los objetivos organizacionales de producción, rentabilidad y competencia y los objetivos de impacto socioambiental. Es decir, que la integración de estos dos tipos de objetivos maximizar ingresos y actuación en el mercado desde una respuesta ética a las comunidades donde interactúa.

5. Metodología.

Construir una metodología de revisión sistemática, es un proceso en el cual el fundamento teórico soporta el estudio que se desarrollará dentro del contexto desde la lectura, descripción, análisis, correlación y clasificación de la información, según el grado de interés y necesidad de la investigación a desarrollar. Es por esto, que el proyecto de investigación se plantea desde una investigación cuantitativa de corte descriptivo estableciendo criterios rigurosos para la recolección de información y su análisis. De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), el enfoque cuenta con un alcance de carácter observacional descriptivo el cual tiene como característica que “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”.

Se entiende entonces por revisión sistemática como un tipo de investigación científica que tiene como propósito integrar de forma objetiva y sistemática los resultados de los estudios empíricos sobre un determinado problema de investigación, con objeto de determinar el estado del arte en ese campo de estudio (Sánchez, 2010). De igual forma, en el manual Cochrane se define de la siguiente manera: “una revisión sistemática tiene como objetivo reunir toda la evidencia empírica que cumple unos criterios de elegibilidad previamente establecidos, con el fin de responder una pregunta específica de investigación. Utiliza métodos sistemáticos y explícitos, que se eligen con el fin de minimizar sesgos, aportando así resultados más fiables a partir de los cuales se puedan extraer conclusiones y tomar decisiones” (The Cochrane collaboration, 2011).

5.1 Fases Metodológicas.

Para el proceso de selección de datos se determinan las siguientes fases metodológicas:

Planificación. Se establece los parámetros más importantes a considerar en la revisión; es así, que la búsqueda de información se realiza dentro de las bases de datos SCOPUS, Google Académico e ISI WEB OF SCIENCE, utilizando palabras clave como «corporate social responsibility», «innovación», y «social responsibility». Asimismo, se determinan los parámetros de inclusión tales como: 1) Artículos en las bases de datos redactados en ambas lenguas: el inglés y el español; 2). Artículos publicados en revistas científicas; 3). Publicación dentro del intervalo de tiempo de 7 años (2015-2022); 4). Se delimita la búsqueda al contexto geográfico colombiano. Respecto a los criterios de exclusión: se descartan artículos que no se ajusten al tema objetivo de estudio y que no cuenten con una metodología definida.

Desarrollo. Para la recolección de la información se realizó la lectura de los resúmenes de los artículos que se encontraron tras la búsqueda en los cuales se aplicaron los criterios de inclusión establecidos. Los artículos que den respuesta a la pregunta de investigación formulada se anexan a una matriz de análisis (Anexo 1), a partir del software SPSS, en la que se extrae información referida a: autor, departamento (dado que se encuentra en el contexto colombiano), centro de investigación o institución de filiación, año de publicación, nombre del artículo, descripción general del contenido del artículo, la identificación de la metodología utilizada, resultados y número de citas que presenta cada artículo.

Publicación de resultados. Esta etapa está asociada a realizar la divulgación y análisis de los resultados obtenidos en la revisión sistemática.

5.2 Muestra

En este sentido, el entorno investigativo de la revisión sistemática se apoya en una muestra documental de 25 artículos desarrollados en un periodo de siete años, los cuales se

seleccionan de la base de datos SCOPUS, Google Académico e ISI WEB OF SCIENCE, por ser de las bases más importantes del mundo y con mayor historial en el campo de las ciencias sociales y administrativas. Asimismo, referido a los artículos consultados se da claridad respecto al tema de estudio referido a los enfoques de innovación y su interacción con la RSE.

5.3 Técnicas e Instrumentos

Análisis de contenido. Es una técnica que permite investigar el contenido de las "comunicaciones" mediante la clasificación en "categorías" de los elementos o contenidos manifiestos en un texto (Abarca, Alpízar, Sibaja, & Rojas, 2013). De esta manera, se realiza una búsqueda exploratoria en la base de datos previamente seleccionadas, mediante el ingreso de categorías o palabras clave, que permita la identificación del tópico a investigar, la definición de criterios de selección y la ventana de tiempo definida en la revisión de la literatura a nivel internacional y nacional. El instrumento que se utiliza es una ficha de análisis que permite dotar de herramientas teóricas en el análisis de materiales cualitativos tanto de carácter textual como audiovisual (Anexo 2).

6. Cronograma

Etapa	Actividad	Duración (meses)					
		1	2	3	4	5	6
Planificación	Protocolo de Búsqueda , se desarrolla una búsqueda exploratoria en las bases de datos previamente seleccionadas y en el tiempo estipulado de búsqueda.	X					
	Resultados a priori , se determinan los artículos científicos que cumplan con los criterios de inclusión en el estudio.		X				
Desarrollo	Procesamiento de la información , se entiende en la clasificación de información por categorías y análisis del contenido de los artículos dentro de la matriz de análisis.			X			
	Análisis e interpretación de la información , comprende el acceso a información recolectada, analizada y sistematizada del tema objeto de estudio.				X		
Publicación de Resultados	Generación de resultados , definición del reporte y relación con los objetivos específicos.					X	

7. Presupuesto

Aportes			
RUBROS	Cantidad / Especificación	Presupuesto	TOTAL
1. Personal	1 / Profesionales	\$ 2.500.000 (Mensual)	\$ 15.000.000
2. Difusión de resultados	Pago para la publicación de artículos	\$ 500.000	\$ 500.000
TOTAL:			\$ 20.000.000

Referencias.

- Abarca, A., Alpízar, F., Sibaja, G., & Rojas, C. (2013). *Técnicas cuantitativas de investigación*. . San José, Costa Rica: UCR.
- Alvarado, A. (2017). Marketing y Responsabilidad Social Empresarial: Un mapa de navegación. *Teoría y Praxis*, 4 (1) , 113-148.
- Córtés, S., & Urrea, M. (2016). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y VALOR EMPRESARIAL*. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA.
- Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1) , 145-161 .
- José Guzmán, M. C., & López, J. (2020). Gestión del emprendimiento en el marco de la Economía Popular y Solidaria para el desarrollo económico local del sector rural del Cantón Cuenca - Ecuador. *Revista científico - profesional*, 5(8), 2020, 151-174.
- Jurado, I., & Riascos, A. (2020). La economía social y solidaria como herramienta para fortalecer la formación en emprendimiento con un enfoque rural. . *Sathiri: sembrador*, 15(2), 33-46.
- Ketschau, A. (2017). Conceptual Framework for the Integration of Corporate Social Responsibility and Human Resource Development Based on Lifelong Learning. *Sustainability*, 9(9), 1545, <https://doi.org/10.3390/su9091545>.
- Lara, I., & Sánchez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados Y Negocios*, (43), 97-118.
- León, M., Baptista, M., & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Forum Empresarial*, 17(1), 31-63.

- López, C. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility on Innovation: Evidence from European Firms. *Risks*, 10(5), 103.
- Martínez, J., & Padilla, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 24(2), 120-130.
- Meleán, R., Montes de Oca, Y., Salcedo, V., & Jaimes, P. (2020). Innovación y responsabilidad social en organizaciones: reflexiones teóricas. En C. U. Americana, *Ciencias económicas y contables: desafíos y retos para la competitividad* (págs. 201- 222). Medellín, Colombia: Sello Editorial Coruniamericana.
- Muñoz, N. (2015). Estrategias de sostenibilidad, responsabilidad social e innovación en el plan de negocio de las PYMES. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 85, 83-108.
- Navarro, C. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. *Sapienza Organizacional*, 3 (6), 167-186.
- Quispe, G., Ayaviri, V., & Fernández, G. (2017). INICIATIVA DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ENTORNOS RURALES: UN ESTUDIO DE LOS FACTORES CULTURALES. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 22(78), 191-209.
- Rubio, G., & Fierro, A. (2016). La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas. *Administración y Desarrollo*, 46 (2), 160-174.
- Salón, M., & Isea, J. J. (2019). El emprendimiento agroalimentario y políticas públicas en Venezuela. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 4(8), 24-53.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: MCGRAW-HILL .

Sánchez, J. (2010). Cómo realizar una revisión sistemática y un meta-análisis. *Aula Abierta*, 38 (2) , 53–64.

Sen, A. (2010). *La idea de la justicia*. Madrid: Taurus.

The Cochrane collaboration. (2011). *Manual Cochrane de revisiones sistemáticas de intervenciones*. Londres, Reino Unido: Julian PT Higgins y Sally Green.

Vallaey, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración Filosófica. *Andamios*, 17(42), 309-333.

Velázquez, J. A., Cruz, E., & Vargas, E. E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 14 (3), 9-20.

Anexo 2. Ficha de Análisis de Contenido

Datos del Artículo		
Título:		
Aspectos Formales	Autor	
	Nombre de la Revista	
	Departamento	
Tema Investigado	Tema	
	Problema	
Delimitación Contextual	Espacial, Temporal, Sujetos	
Propósito	Objetivo	
Metodología	Tipo de Investigación	
	Técnicas	
Resultados		
Discusión		
Citas		
Enlace del Documento		