

Responsabilidad Social Corporativa una estrategia para los negocios

Corporate Social Responsibility a strategy for business

Luis Alejandro Medellín Villalobos ; María Eugenia De la Rosa Leal

Luis Alejandro Medellín Villalobos. Licenciado en Contaduría Pública. Estudiante de la Maestría en Administración de la Universidad de Sonora, México. Correo: a218200111@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0887-8009>.

María Eugenia De la Rosa Leal. Doctora en Ciencias Administrativas. Docente investigadora de la Universidad de Sonora, México. Correo: eugenia.delarosa@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2039-7263>.

Recibido: 9 de enero de 2025.

Aceptado: 15 de marzo de 2025.

DOI: <https://doi.org/10.69504/nau.v4i7.82>

JEL: M14. Cultura corporativa; Responsabilidad social corporativa.

Resumen

En el siguiente estudio se analiza la relación entre la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y el Desarrollo Sostenible (DS). A partir de la pirámide de Carroll, se puede destacar cómo las empresas deben de cumplir con responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas. La ética empresarial se convierte en un eje clave para generar la confianza, legitimidad y credibilidad en los grupos de interés, permitiendo así a las organizaciones actuar con transparencia y rendición de cuentas (accountability). La RSC ofrece diversos beneficios como lo son la mejora de la reputación, la fidelización del consumidor, la atracción de talento humano y el fortalecimiento del vínculo con la

comunidad y los grupos de interés. Además, logra impulsar la competitividad y promueve la sostenibilidad, al equilibrar los objetivos económicos con el impacto social y ambiental. El estudio tiene un enfoque cualitativo y descriptivo basado en una investigación documental. Se concluye que la RSC, cuando se integra estratégicamente con la ética empresarial, contribuye al desarrollo de una sociedad más justa y sostenible, posicionando a las empresas como actores fundamentales del bienestar social y ambiental en el entorno global actual.

Palabras clave: responsabilidad, sostenibilidad, ética.



Abstract

The following study analyzes the relationship between business ethics, Corporate Social Responsibility (CSR), and Sustainable Development (SD). Based on Carroll's pyramid, it highlights how companies must fulfill economic, legal, ethical, and philanthropic responsibilities. Business ethics has become a key pillar for generating trust, legitimacy, and credibility among stakeholders, thereby allowing organizations to act with transparency and accountability.

CSR offers various benefits such as improved reputation, customer loyalty, attraction of talent, and strengthened ties with the community and stakeholders. Additionally, it promotes competitiveness and sustainability by balancing economic objectives with social and environmental impact.

The study adopts a qualitative and descriptive approach based on documentary research. It concludes that CSR, when strategically integrated with business ethics, contributes to the development of a fairer and more sustainable society, positioning companies as fundamental actors in social and environmental well-being within today's global context.

Keywords: responsibility, sustainability, ethics.

Introducción

Las empresas son actores económicos que, con capitales privados, invierten en la construcción, operación, distribución y satisfacción de necesidades comunitarias. Produciendo bienes y servicios, ofreciendo empleos, impulsando la innovación y el desarrollo regional.

En cada región, la mezcla de empresas que en ella operan, dibuja su perfil y nivel de desarrollo económico. Generando riqueza que repercute al Producto Nacional Bruto al realizar actividades primarias, industriales o de

servicios, impactando con ello la calidad de vida de las comunidades (World Bank Data Team, 2019).

De tal manera, las empresas impactan el desarrollo económico, el desarrollo humano y el desarrollo social, al satisfacer necesidades y dotar de fuentes de producción, provocando cambios en la estructura social e ideológica de la comunidad, estimulando el crecimiento económico y el desarrollo humano. (Márquez et al, 2020).

Así el progreso económico y el bienestar van unidos a un Desarrollo Sustentable, el cual pareciera ser un término de moda, sin embargo, su presencia y efectos se manifiestan en el compromiso y responsabilidad en la gestión y uso de recursos naturales y humanos, a la par del bienestar económico y social. No obstante, su reconocimiento empresarial se mantuvo oculto, por su posible efecto en los costos.

En esta apertura al Desarrollo Sustentable, se ha reconocido el efecto ambiental y social de operación de las empresas, con presión social para adquirir una dimensión sustentable, integral y de ecodesarrollo., a lo cual han respondido como actores económicos dinámicos, impulsando el desarrollo humano, desarrollo social y desarrollo sostenible, con diferentes retos en el logro de sus metas y objetivos

Una empresa inteligente da seguimiento a sus resultados, a través de un modelo a la medida de indicadores como puntos de referencia de rendimiento, aceptando que “*sólo se puede mejorar aquello que puede medir*” (Salgueiro, 2001, pág. 2). En estos indicadores el aprovechamiento de recursos es vital, teniendo como referentes: la calidad, la reducción de desperdicios y el incremento del valor agregado.

Sin embargo, la actividad empresarial, se da debido a sus posibilidades económicas y de mercado, por lo cual para atender su operación y necesidades debe considerar sus recursos humanos y el uso de recursos naturales

dentro en un modelo de organización que suma valores y creencias, incluyendo en ellos el bienestar, los derechos humanos y la racionalidad del uso de recursos en su ruta operativa (Galarza, 2021; Molerio et al, 2007).

A partir de lo anterior, dentro de este estudio se analiza la relación entre los conceptos de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y el Desarrollo Sostenible (DS), con el objetivo de comprender cómo estos conceptos se integran estratégicamente dentro de las organizaciones, abordado mediante un enfoque cualitativo y descriptivo, utilizando investigación documental como principal técnica, con base en fuentes académicas y normativas. Se estudia de esta manera la relación porque permite identificar prácticas empresariales sostenibles que promueven no sólo la eficiencia organizacional, sino también el bienestar social y ambiental, posicionando a las empresas como actores clave del desarrollo global.

1. Marco de referencia

La responsabilidad empresarial forma parte del pensamiento económico de la teoría de la mano invisible en la obra de la riqueza de las naciones de Adam Smith, quién expuso el interés empresarial hacia el interés y bien de la sociedad, tomando en cuenta que los recursos son escasos (Smith, 1776).

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa fue en el año 1953, con la publicación del libro de *Social Responsibilities of the Businessman* de Howard Bowen, economista estadounidense que cuestiona las responsabilidades de los empresarios con la sociedad.

Howard Bowen en su obra, menciona como los negocios impactan en diferentes esferas de la vida de la población, siendo centros de poder y decisiones. Definiendo a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como “la obligación de buscar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción, las cuales sean

deseables en términos de objetivos y de valores de nuestra sociedad” (Moura y Padgett, 2014).

Se dan a continuación una serie de propuestas que van conceptualizando y otorgando valor y función a la responsabilidad social como parte del poder económico de las empresas. Llevando el concepto de una visión de integralidad, a una noción de proporcionalidad y finalmente a una mirada de totalidad en relación con la actividad y tamaño de la empresa (De la Rosa, 2022).

Atendiendo la transparencia e informes relativos a la sustentabilidad y el ejercicio de la Responsabilidad Empresarial, su legitimación, valor social y ética empresarial en 1999 inicia la iniciativa de indicadores y marcos de información con el nombre *Global Reporting Initiative* (GRI), cuyo objetivo es la generación de informes de sostenibilidad, considerando aspectos y elementos cualitativos de Responsabilidad Social Corporativa e Informes de Sostenibilidad, obligatorios en la Unión Europea a partir de 2002. Las guías GRI orientan a las empresas a la elaboración de informes de indicadores económicos, sociales y ambientales (Acevedo y Piñeros, 2019; GRI, 2024).

Los indicadores GRI, a través del tiempo han incluido temas como biodiversidad, recursos naturales, política y fiscalización, relaciones labores, trabajo infantil y derechos humanos (GRI, 2024).

En 1999, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) emite el Pacto Mundial para promover que las entidades económicas participen voluntariamente y de manera activa en el desarrollo sostenible, a partir de principios y objetivos que involucran aspectos de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable. Este pacto como iniciativa mundial se compuso de 10 principios abordados en cuatro ejes: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción, dando la pauta para la promoción y generación de una

conciencia empresarial social y sustentable (García, 2018; ONU, 2024).

Otro organismo que ha contribuido a que las empresas adopten prácticas de RSC es la Organización para la

Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

Una relación de propuestas internacionales de objetivos y directrices hacia la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa se presenta en la tabla 1.

Tabla 1

Propuestas internacionales de atención de Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social Corporativa

Propuesta	Propósito	Directrices
Estándar SA 8000 (1997)	Mejorar el ejercicio de los derechos humanos de los trabajadores en todo el mundo.	Orientada hacia los impactos sociales de las empresas, principalmente del trabajo infantil, trabajo forzoso y obligatorio, la seguridad y salud en el trabajo los 17 derechos de sindicación y de negociación colectiva, la remuneración y los sistemas de gestión.
Sistema SGE 21 (1999)	Promover un sistema de gestión ética y socialmente responsable.	Soportada en tres elementos esenciales: su integración en la estrategia y proceso de la organización, el impulso del dialogo y el conocimiento de las expectativas de los grupos de interés y, por último, el fomento de transparencia y la comunicación.
Pacto Mundial (1999)	Conseguir el compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social.	Tiene 10 principios basados en declaraciones y convenciones universales y se agrupan en cuatro áreas: derechos humanos, ámbito laboral, medio ambiente y anticorrupción.
Global Reporting Initiative (2002)	Creación de un marco que aporta directrices sobre la elaboración y la comunicación de la RSC.	Agrupar cuatro principios respecto al contenido de las memorias: materialidad, participación de los grupos de interés, contexto sostenibilidad y exhaustividad, estableciendo indicadores específicos categorizados en económicos, ambientales y sociales.
Norma AA1000 Accountability (2003)	Ayudar a las organizaciones a ser más <i>accountable</i> (reconocimiento, asunción de responsabilidad y actitud transparente sobre los impactos de las políticas, decisiones, acciones, productos y desempeño asociado a una organización), responsables y sostenibles.	Una serie de componentes: norma de principios <i>accountability</i> (AA1000APS), la norma de aseguramiento de sostenibilidad de <i>accountability</i> (AA1000AS) y la norma de compromiso con los grupos de interés (AA1000SES).



Tabla 1

Continuación...

Propuesta	Propósito	Directrices
Norma ISO 26000 (2010)	Aportar orientación sobre los principios de la RSC y la participación con los grupos de interés.	Evalúa siete principios: medio ambiente, derechos humanos, prácticas laborales, gobierno organizacional, prácticas de negocio justo o reglas de mercado, participación de la comunidad y consumidores o responsabilidad del producto.

Fuente: elaboración propia a partir de López, 2021.

La Responsabilidad Social Corporativa se deriva y combina con el Desarrollo Sostenible, de tal manera que las propuestas de una o de otra, se complementan entre sí, permitiendo que los instrumentos, indicadores y normas coadyuven a la elaboración de informes de sostenibilidad, que a su vez informan del alcance de la Responsabilidad Corporativa, otorgando un valor social añadido a la empresa.

Así, el informe de sostenibilidad es un documento en el cual las empresas describen a sus partes interesadas las acciones y resultados logrados en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, durante un periodo de tiempo.

Estos informes tienen como finalidad la comunicación de los beneficios que ofrece la empresa a su comunidad. Entre estos están la reducción de la contaminación, el uso eficiente de recursos como el agua o la energía eléctrica, empleos generados, acciones a favor de las mujeres, donaciones y programas sociales, entre otros.

Estos informes son importantes para los *stakeholders*, o partes interesadas, ya que les permite evaluar a la empresa sobre las actividades que realiza y determinar su posible riesgo y cumplimiento de intereses económicos y de la sociedad.

En México, en 1988 se constituyó el Centro Mexicano para la Filantropía, A.C (CEMEFI) organismo sin fines

de lucro, que otorga el distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable) a empresas filantrópicas, que participan activamente en la comunidad y que cumplen con los indicadores de ser socialmente responsables. Así se observa que, en Sonora, durante el año 2023, 120 empresas obtuvieron el distintivo ESR (Bien informado, 2023).

La propuesta del CEMEFI se da en seis dimensiones para atender y desarrollar la Responsabilidad Social Corporativa, las cuales son: dimensión económica interna, dimensión económica externa, dimensión social interna, dimensión sociocultural y política externa, dimensión de ecología interna y dimensión de ecología externa (García, 2018).

Las primeras dos dimensiones -económica interna y económica externa-, se vinculan a la dimensión del triple resultado, la cual se enmarca en las estrategias que utiliza la empresa para la supervivencia en el mercado, la generación de riqueza para sus accionistas, y el brindar seguridad laboral a sus colaboradores.

1.1. Responsabilidad Social Corporativa

Por su parte, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la innovación de la gestión empresarial tradicional con una apertura de atención a las necesidades sociales. Esta Responsabilidad incluye en la gestión aspectos



económicos, a la vez de objetivos sustentables: sociales y ambientales. De tal manera que en el plan de negocios se considere proveer mercancías y servicios, ofrecer empleos y otorgar salud financiera a sus inversionistas, cumpliendo a la vez con regulaciones comunitarias y calidad de vida (Filizoz y Fisne, 2011).

Esta vinculación social empresarial, da razón a acciones voluntarias en el mejoramiento e innovación interna de atención de las dimensiones económica, social y medio ambiental buscando equilibrio entre las tres (Alonzo et al, 2022).

Al aceptar la empresa la apertura a los tres ejes sustentables: económico, social y ambiental se reconoce, además de los accionistas o *shareholders*, la existencia de grupos de interés empresarial o *stakeholders* como una evolución del pensamiento empresarial (Ayala, 2021) cuya gama de objetivos e intereses se amplía y diversifica hacia un crecimiento empresarial sustentable.

Es Robert Edward Freeman en 1984 en su obra *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, quien establece el término *stakeholders*, para identificar a terceros interesados, individuos u organizaciones que son afectados directa o indirectamente por las actividades de la empresa, proponiendo la teoría de los *stakeholders* como marco de atención de la gestión (González, 2005).

Así, la gestión de los *stakeholders* implica 5 aspectos éticos básicos (González, 2005):

1. Gestión empresarial de valores, normas y principios morales;
2. La empresa y sus gestores como agentes morales de decisión y actuación;
3. La empresa como parte de un núcleo social, no obstante que sea de capital privado;
4. Existencia del diálogo social en la empresa, para establecer lo moralmente exigible de las

condiciones, inclusión e igualdad social.

5. Inclusión en la empresa de la reflexión organizacional crítica de los efectos social, económico y político.

El fundamento de la existencia de una responsabilidad económica, social y ecológica como estrategia teórica-práctica define la RSC, sus responsabilidades concretas y su alcance, así como la vinculación y comunicación social de los *stakeholders* con la empresa (González, 2005).

En la comunicación con las partes interesadas - *stakeholders*-, se encuentran la comprensión de las necesidades globales y necesidades sociales por parte de las empresas, tales como, el cambio climático, eficiencia de los recursos hídricos, y envejecimiento de la población (Granda y Trujillo, 2011).

Estos grupos de interés se clasifican en dos grupos: primarios y secundarios. Los grupos primarios son aquellos que están vinculados directamente por la actividad de la empresa y que esta última no podría funcionar sin ellos, ejemplos de ello son los accionistas, empleados, proveedores, clientes y administraciones públicas (gobierno). Los grupos secundarios son aquellos que no son afectados directamente con la empresa, pero pueden ejercer influencia sobre ella, ejemplos de estas son organizaciones civiles, medios de comunicación, competidores, comunidad en la cual está inmersa la empresa (Fernández y Bajo, 2012).

Ayala (2021) propone como otra opción de clasificación de los *stakeholders* como internos y externos. los internos son aquellos agentes que se encuentran dentro de la estructura organizacional de la empresa, como lo son accionistas, administradores y empleados. Los *stakeholders* externos son aquellos que no se encuentran inmersos en la estructura organizacional, pero que las actividades de la empresa

impactan directamente ante ellos, como ejemplos podemos mencionar a los proveedores, clientes, organizaciones civiles o el gobierno.

A su vez Ayala (2021) y Navarro (2024) proponen los siguientes grupos de interés: socios, accionistas e inversores, empleados, directivos, creadores de opinión y cumplimiento, clientes, instituciones financieras,

competidores, proveedores, subcontratistas, comunidades locales, países, sociedades, administración pública, partidos políticos, iglesias, sindicatos y universidades. A partir de estos ejemplos y las clasificaciones de los *stakeholders*, se presenta en la figura 1 la clasificación de los terceros interesados.

Figura 1
Clasificación de stakeholders

Clasificación	Primarios	Secundarios
Internos	Empleados, Directivos	-
Externos	Socios, Accionistas e Inversores, Clientes, Proveedores y Subcontratistas	Creadores de opinión y conocimiento, Instituciones financieras, Competidores, Comunidad, Administración Publica, Partido político, Iglesia, Sindicato, Universidad

Fuente: elaboración propia con base en Ayala (2021) y Navarro (2024).

Con la clasificación anterior, podemos determinar lo siguiente:

1. Cómo se pueden satisfacer las necesidades de la sociedad; y
2. Cómo las actividades de la empresa afectan a los grupos de interés, primarios y secundarios, ya sean internos o externos.

Esta visión de efectos ayuda a determinar las dimensiones de la RSC:

La dimensión económica de la RSC se alinea con el objetivo primordial de las organizaciones, obtener beneficios y riqueza a través de la generación de bienes y servicios para la satisfacción de los consumidores. Villalpando et al (2021) destacan en esta dimensión, tres aspectos generales: ética en los negocios, eficiencia económica y negocios verdes.

En la dimensión social, las organizaciones comenzaron a interiorizar una conciencia social, iniciando con la filantropía y la beneficencia como medios de ayuda



comunitaria. Al evolucionar esta dimensión, se suman elementos como el respeto a las leyes y normatividad aplicables al giro, hacia las practicas sociales justas, cumpliendo con estándares sociales, respetando la cultura de su comunidad (Ayala, 2021).

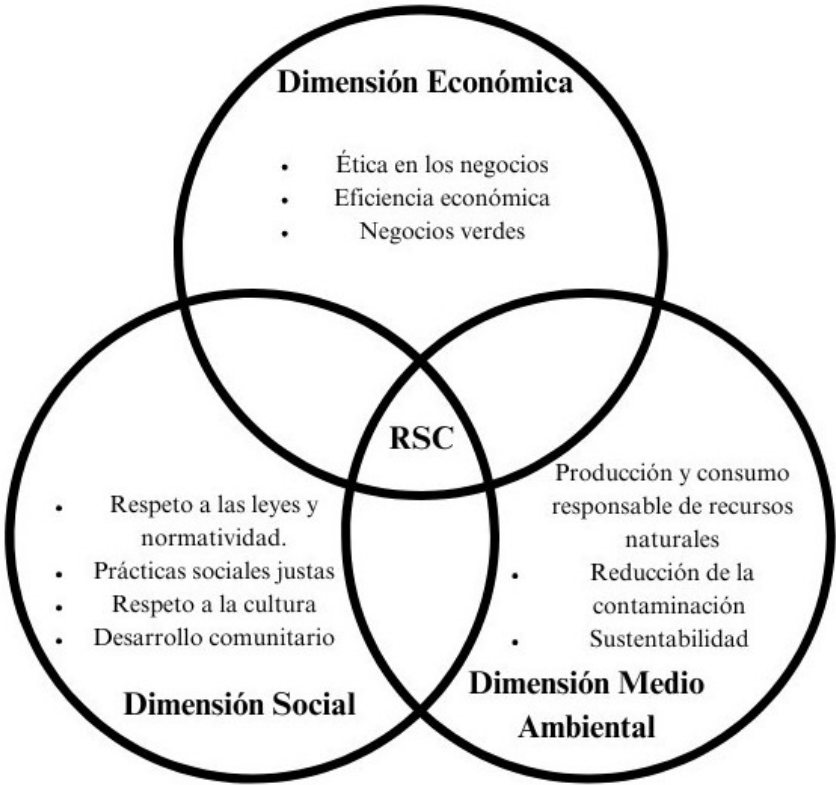
En la dimensión medio ambiental, la entidad se encuentra interactuando con recursos naturales, ya sea explotando materia prima, utilizando recursos hídricos para sus productos, consumo de energía eléctrica y combustibles fósiles, con posible contaminación directa o indirecta al medio ambiente. Esta interacción empresa-

ambiente, es esencial para el desarrollo y bienestar de la comunidad cercana y de su cadena de valor.

Dentro de la dimensión medio ambiental podemos encontrar los siguientes modelos de gestión: Producción y consumo responsable de recursos naturales, reducción de la contaminación y sustentabilidad (Cervantes et al, 2021), los cuales dirigen las actividades, fusionando con las otras dimensiones de la RSC.

El modelo de las tres dimensiones de la RSC se presenta en la figura 2.

Figura 2
Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: elaboración propia con base en Villalpando et al, 2021; Ayala, 2021; Cervantes et al, 2021.

La interrelación de las tres dimensiones económico, social y medio ambiental se le conoce como *triple bottom line*, como un marco de actuación de variables interrelacionadas entre sí y no como variables aisladas. Como un concepto de negocio que busca el equilibrio para medir y conducir hacia una empresa sostenible y socialmente responsable.

La Responsabilidad Social Corporativa trae beneficios internos y externos a la empresa como: sostenibilidad, motivación laboral, innovación, mejoramiento del desempeño organizacional y la mejora de la imagen pública (Jaimes et al, 2021).

1.2. Sostenibilidad Empresarial y Desarrollo Sostenible

En el año de 1987 aparece el termino de Desarrollo Sostenible (DS) dentro del informe de Brundtland. En este informe se define como DS “Aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades futuras”. Este informe buscaba la cooperación e implementación de políticas internacionales para su implementación, haciendo un llamado a la conciencia de las naciones (Larrouyet, 2015).

Continuando con lo expuesto por Larrouyet, en 1992 se celebró la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro. En este evento se propuso el concepto de desarrollo sustentable desde una perspectiva antropocéntrica, colocando al ser humano en el centro de la sostenibilidad y velando por su derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza. Como resultado de esta cumbre surgió la Agenda 21, un plan de acción que invitó a los países a adoptar la elaboración de informes periódicos, considerando los elementos del triple resultado: el impacto económico, social y ambiental de sus políticas y acciones.

Desde nuestra perspectiva podemos identificar que existen diferencias entre los conceptos de Desarrollo

Sustentable y Desarrollo Sostenible, la primera es que el Desarrollo Sustentable tiene un enfoque hacia el medio ambiente, especialmente hacia la preservación y conservación de la naturaleza y sus recursos, mientras que el Desarrollo Sostenible también implica la satisfacción de las necesidades sociales y económicas, comulgando con la RSC en el triple resultado.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) propuso 17 objetivos del desarrollo sostenible. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron adoptados en el año 2015 durante la 70 asamblea general de las naciones unidas como parte de la Agenda 2030. Estos objetivos giran alrededor de tres temáticas las cuales son: Poner fin a la pobreza, proteger al planeta y que las personas gocen de paz y prosperidad.

1.2.1. Relación Entre RSC y DS

Después de analizar ambos términos, existen elementos que comulgan en la RSC y el DS como lo son el buscar el equilibrio entre sociedad, el medio ambiente y la economía (Triple resultado). Ambos términos buscan el desarrollo equilibrado de las organizaciones y su permanencia a largo plazo.

Al tener como objetivo en común el desarrollo equilibrado, las empresas dirigen sus esfuerzos por medio de su gestión de RSC hacia satisfacer sus necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades, logrando el DS. Siendo la RSC un medio de gestión organizacional que por medio de sus objetivos concibe al DS como una meta global.

Al estar ambos conceptos estar ligados al triple resultado se busca la sostenibilidad en los siguientes tres aspectos. La sostenibilidad económica a la empresa generar beneficios a largo plazo y establecer su existencia con el pasar de los años, la sostenibilidad social al contribuir al bienestar y desarrollo de las

comunidades en la que la empresa está inmersa y, por último, la sostenibilidad ambiental al minimizar los impactos que la empresa tiene sobre su entorno natural y la protección de los recursos.

La RSC aborda temas que se encuentran en el DS como

Figura 3

Temas abordados por la Ética de los Negocios, Desarrollo Sustentable y Responsabilidad Social Empresarial

ÉTICA DE LOS NEGOCIOS (1985)	DESARROLLO SUSTENTABLE (1972-2008)	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA (1970-2010)
Comportamiento Moral del administrador Recursos Humanos Recursos Relaciones con los stakeholders	Cuidado del Medio Ambiente Eficiencia Económica Empleo Justicia Social Derechos del Hombre Lucha contra la corrupción Salud	Eficiencia Económica Empleo Derechos del hombre Condiciones de trabajo Cuidado del Medio Ambiente Relaciones con los stakeholders Salud Cultura

Fuente: extraído de Cuevas, 2011.

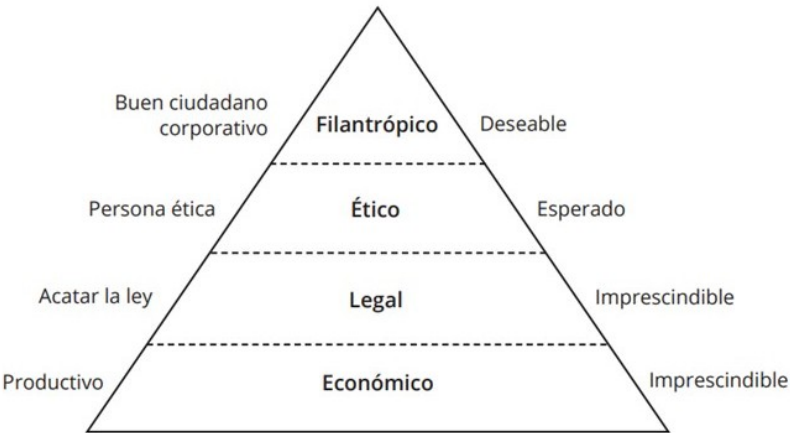
1.3. La Ética y la Responsabilidad Social Corporativa

Al hacer énfasis en la ética dentro de la RSC nos podemos remontar a las aportaciones realizadas por Carroll, en donde expone que las entidades buscan ser

responsables en diversos ejes como lo son la responsabilidad económica, responsabilidad legal, responsabilidad ética y responsabilidad filantrópica (Caravedo, 2011).

Figura 4

Pirámide de Carroll



Fuente: extraído de Orozco, 2020.

Cada una de estas responsabilidades son causales de otra, ya que el cumplimiento de una permite que la otra exista. La responsabilidad económica es el cumplimiento de la expectativa social de que la empresa sea rentable y genere utilidades, lo que le permite que su vida se prolongue a largo plazo. Después le sucede la responsabilidad legal, en donde la sociedad espera que las empresas cumplan con sus objetivos económicos permaneciendo dentro del marco regulatorio estipulado por el Estado. Al cumplir las empresas con estas responsabilidades podemos dar continuidad a las últimas dos, que son las responsabilidades éticas y filantrópicas (Alvarado y Schlesinger, 2008).

La responsabilidad ética aparece al satisfacer por parte de la empresa las expectativas sociales en el cumplimiento de prácticas empresariales y comportamiento éticos más allá de lo que las responsabilidades legales lo estipulan, teniendo un actuar justo, equitativo y honesto. Un ejemplo de ello pueden ser las empresas mexicanas en donde se estipula en la Ley Federal del Trabajo una jornada laboral de 8 horas diarias en seis días a la semana, pero estas empresas por buscar el bienestar de sus empleados, se reduce su jornada laboral a 6 horas diarias en cinco días a la semana, ofrecen un sueldo superior al mínimo y condiciones laborales dignas. Otro ejemplo puede ser que la empresa adopte una política de transparencia acerca del origen de su materia prima y los estándares adoptados en su proceso de producción, logrando así la confianza de sus consumidores y empleados (Alvarado y Schlesinger, 2008).

La última responsabilidad mencionada por Carroll es la filantrópica o discrecional, siendo el nivel más alto de la pirámide. En esta las empresas buscan satisfacer las necesidades de la comunidad impulsadas por las normas sociales. Un ejemplo sería una campaña de becas estudiantiles para los jóvenes de la comunidad. Esta

actividad no está relacionada con la búsqueda de una utilidad financiera o con el cumplimiento de leyes sociales, ni enfocada a la actividad ética de los negocios, sino que trasciende las cuatro paredes de la empresa y busca impulsar el desarrollo social de la comunidad con la que interactúa la empresa (Alvarado y Schlesinger, 2008).

La ética empresarial surge de la necesidad de que los agentes económicos evalúen sus decisiones desde una perspectiva moral, ya que el comportamiento orientado hacia el bien común es intrínseco a las relaciones sociales. La interacción entre agentes económicos se basa en este principio, ya que busca equilibrar los intereses de las diversas partes involucradas y promover un entorno de confianza y colaboración. (Méndez, 2005).

Las empresas al ser entes legitimados como una institución social se ven en la necesidad de mantener una credibilidad para garantizar su permanencia a largo plazo. Existen dos términos los cuales son *accountability* y *responsibility* que les permite a las empresas actuar de manera ética, manteniendo este tipo de responsabilidad y conservar su legitimidad ante los ojos de la sociedad (Muñoz, 2013).

La *accountability* surge como la responsabilidad de una organización de rendir cuentas a sus partes interesadas, impulsando a tener prácticas empresariales transparentes. Este proceso se hace no solo a través de memorias de sostenibilidad, sino que busca una verdadera comunicación entre terceros y la empresa.

Como menciona Muñoz Martín (2013) la principal responsabilidad de una empresa es la generación de riqueza y aportar a la prosperidad económica de la sociedad y la manera óptima para cumplir esta responsabilidad es por medio de la ética. A través de la ética la empresa vive una cultura de ser responsable y como resultado obtiene la legitimidad y credibilidad

otorgado por la sociedad, convirtiéndose estos valores en una ventaja competitiva ante los ojos de la sociedad, ganándose su lealtad y admiración.

1.4. Beneficios de ser una empresa socialmente responsable

Uno de los beneficios de integrar prácticas de RSC es que mejora la reputación de las empresas. Esta mejora de la reputación se debe a que la empresa alinea sus valores a los de la sociedad, satisfaciendo sus necesidades. Según García y Llorente (2009) la integración de valores sociales aunando a una comunicación eficaz proyectan una buena imagen corporativa.

Las acciones empresariales deben ser responsables y proyecta RSC de una manera adecuada para transmitir una imagen coherente entre lo que la empresa es y lo que pretende ser, así como entre sus acciones y comunicaciones, ejemplificados en las informes de sostenibilidad. Una buena reputación es construida sobre una conducta socialmente responsable, siendo clave para el éxito económico y social de las empresas en la actualidad (García y Llorente, 2009).

Las prácticas de RSC generan lealtad por parte de los consumidores, esto puede ser originado gracias a la buena imagen y reputación que ha adquirido la empresa. Las tendencias del comportamiento del consumidor indican que prefieren a las empresas socialmente responsables, por lo que la lealtad de los consumidores permitirá un aumento en su número de ventas, garantizando su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo (León, 2008).

También existe el beneficio del vínculo de la relación de la empresa con la comunidad y los *stakeholders*. La RSC funciona como un instrumento de vinculación de la organización con sus trabajadores, sus familias y su entorno para que puedan poseer un trabajo digno y mejorar su calidad de vida. Las mejoras que provee la

RSC a la comunidad se puede encontrar en la globalización al abrir a la comunidad a los mercados internacionales, en el poder que se le otorga a los *stakeholders*, en la ética con la que actúa la organización, en la resolución de problemas ambientales y en el combate al cambio climático. Estas acciones hacen que la RSC esté enfocada en una constante mejora continua, velando por el bienestar social (Medrano et al, 2019).

La implementación de la RSC dentro de las empresas también ofrece como beneficio el aumento de competitividad. Ser una empresa socialmente responsable atrae a empleados talentosos, ya que las empresas ofrecen un lugar de trabajo deseable y estable, aumentando la tasa de retención y la tasa de productividad. Esto es debido a que la implementación de prácticas de RSC.

Otro de los beneficios que otorga las prácticas socialmente responsables es la contribución a la sostenibilidad. Es difícil que las empresas se integren a las prácticas sostenibles si no se conducen con ética. Las empresas con programas de sostenibilidad se conducen hacia operaciones eficientes, mejora su desempeño financiero y equipos de trabajo comprometidos y productivos. Es difícil que las empresas logren prácticas sostenibles si no modifican sus principios y valores y los orienten hacia estas prácticas (Orozco, 2020).

2. Metodología

El alcance de este trabajo es descriptivo, ya que se pretende identificar, analizar y describir los elementos principales de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su relación con la ética empresarial y el Desarrollo Sostenible (DS). El objetivo general es describir la RSC desde una perspectiva estratégica, evidenciando su integración en la gestión organizacional.

El enfoque de investigación es cualitativo, dado que se exploran ideas, percepciones y fundamentos teóricos que permiten comprender cómo se interrelacionan e integran los conceptos de RSC, ética empresarial y DS dentro de las organizaciones.

La técnica de recolección de información es la investigación documental, mediante la revisión de literatura académica y normativa en bases de datos como Google Académico, Scopus y SciELO. También se consultaron informes institucionales y marcos internacionales como la ISO 26000, el GRI.

Para el análisis de la información se empleará un análisis taxonómico de contenido, lo cual permitirá

identificar, clasificar y estructurar categorías clave como ética, responsabilidad social, sostenibilidad, reputación corporativa y relación con los stakeholders. El resultado del análisis será presentado en una matriz de resultados que sintetiza los hallazgos más relevantes.

3. Resultados

Como resultado de la investigación documental, se realizó una matriz de resultados en donde se a partir de la RSC se logró vincular en cinco categorías las cuales son: ética empresarial, responsabilidad, stakeholders, sostenibilidad y beneficios de la RSC. El análisis taxonómico nos permitió identificar subcategorías y relacionar el impacto que tiene la RSC en ellas.

Tabla 2

Matriz de resultados partir del análisis taxonómico

Categoría principal	Subcategorías	Autores/Fuentes clave	Relación con la RSC
Ética empresarial	Honestidad, justicia, equidad, accountability	Carroll, Muñoz Martín	Fundamento moral de la RSC
Responsabilidad	Económica, legal, ética, filantrópica	Carroll	Base de la pirámide de responsabilidades
Stakeholders	Clientes, empleados, comunidad, inversionistas	Freeman, Medrano Sánchez et al.	Afectados directa o indirectamente por la actividad RSC
Sostenibilidad	Social, ambiental, económica (Triple Bottom Line)	Orozco Martínez, ONU, GRI, ISO 26000	Meta transversal de la RSC
Beneficios de la RSC	Reputación, fidelización, competitividad	García Guardia, León	Consecuencias positivas de actuar responsablemente

Fuente: elaboración propia.

La ética empresarial vincula a la RSC como el fundamento orgánico para que las entidades puedan actuar de manera socialmente responsable. Sin este eje

catalizador, la responsabilidad en las organizaciones se quedaría en un nivel normativo y no trascendería a la acción voluntaria. La ética empresarial lleva a que la



empresa actúe con transparencia, integridad y, sobre todo, con responsabilidad hacia los stakeholders. De esta manera, construye su legitimidad ante la sociedad, genera su confianza y credibilidad, fortaleciendo así su imagen corporativa.

Logramos concebir a la Responsabilidad Social Corporativa como la conjunción de los elementos del Triple Resultado (Dimensiones económica, social y medio ambiental). La responsabilidad empresarial surge como una estrategia más allá de la filantropía, la RSC busca una armonía entre los tres elementos, buscar generar una rentabilidad sin perder de vista el bienestar social y el cuidado del medio ambiente, realizando acciones para tener una producción y consumo responsable, disminución de la contaminación y acciones en contra del cambio climático.

Con relación al DS, la RSC tiene como objetivo contribuir a este compromiso que han adoptado las naciones para el aprovechamiento razonable de los recursos naturales, el bienestar social y el cuidado del medio ambiente. Tanto el DS como la RSC comparten elementos del Triple Resultado, pero si nos detenemos a observarlos, el DS se enfoca a un nivel macroeconómico, mientras que la RSC es a nivel microeconómico.

Los stakeholders o grupos de interés son reconocidos por la RSC como actores clave dentro de la gestión organizacional. A través de ellos, la empresa puede identificar, medir y evaluar sus acciones e impacto, siendo así un puente entre la realidad interorganizacional y su exterior, permitiendo así una toma de decisiones más receptiva, responsable y sostenible. El dialogo constante y compromiso con estos grupos, logran fortalecer la reputación de la empresa y se genera un valor compartido.

Por último, los beneficios adquiridos por la implementación de acciones de RSC es que la empresa es percibida con una reputación sólida, esta una de las

principales recompensas de la gestión responsable. Las organizaciones que actúan con ética y responsabilidad social logran una mejor percepción pública, mayor legitimidad y preferencia en el mercado. La coherencia entre discurso y acción es fundamental para mantenerla. También se logra un aumento en la competitividad por la atracción de talento humano que busca alienarse con los valores responsables de la organización.

4. Conclusiones

Como conclusión, la RSC cuando se integra de forma estratégica y no solo como una acción aislada o reactiva, se convierte en una fuente clave de ventaja competitiva para las organizaciones. Lejos de representar un costo por su implantación, la RSC logra aportar valor al fortalecer la relación con los stakeholders, mejorar la imagen corporativa y generar un ambiente de confianza. Las organizaciones que incorporan prácticas responsables y éticas en su operación cotidiana logran diferenciarse en mercados cada vez más exigentes, donde los consumidores, inversionistas y colaboradores valoran el compromiso social y ambiental.

Además, consideramos que la RSC estratégica impulsa la innovación y la eficiencia interna. Las empresas responsables tienden a optimizar sus procesos, reducir desperdicios, gestionar adecuadamente los recursos naturales y adoptar tecnologías limpias, lo que se traduce en mejoras operativas y económicas. Al mismo tiempo, atraen y retienen talento humano calificado, motivado por trabajar en organizaciones con propósito, lo que fortalece la cultura organizacional y la productividad. De esta manera, la sostenibilidad no solo responde a una preocupación ética o ambiental, sino que se convierte en un factor que mejora el rendimiento financiero y operativo.

Por último, podemos aportar que el valor estratégico de la RSC también se puede reflejar en que las empresas con un enfoque sostenible están mejor preparadas para

enfrentar crisis reputacionales, acceder a financiamiento responsable y establecer alianzas con actores clave. Así, la RSC actúa como un modelo de gestión integral que llega a articular la rentabilidad con la responsabilidad, consolidando a la empresa como un actor relevante en el desarrollo sostenible y en la generación de valor a largo plazo.

Referencias

- Acevedo Téllez, J. P., y Piñeros, R. A. (2019). Evolución del reporte en sostenibilidad en Latinoamérica bajo los lineamientos del GRI (Global Reporting Initiative). *Signos: Investigación en sistemas de gestión*, 63-82.
- Alonzo Godoy, M., Santamaria Velasco, C., y Parra López, L. (2022). Explorando las dimensiones de la responsabilidad social empresarial y la innovación sostenible. *Digital Publisher CEIT*, 7(32), 126-141.
<https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3-2.1149>
- Alvarado Herrera, A., y Schlesinger Díaz, M. W. (2008). Dimensionalidad De La Responsabilidad Social Empresarial Percibida Y Sus Efectos Sobre La Imagen Y La Reputación: Una Aproximación Desde El Modelo De Carroll. *Estudios Gerenciales*, 37-59.
[https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70043-3](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70043-3)
- Ayala del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario jurídico y económico escurialense*, 173-198.
<https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Bien Informado. (2023, 9 de noviembre). Reciben 120 empresas su distintivo como ESR.
- Caravedo, B. (2011). Desarrollo sostenible, ética, filantropía y responsabilidad social. *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*, 29-44.
- Cervantes Rosas, M. d., de Anda Montaña, R. E., Rojas Escárrega, D., y Muñoz, A. V. (2021). La dimensión medioambiental de la responsabilidad social empresarial: revisión de literatura. *Desarrollo Sustentable, negocios, emprendimiento y educación RILCO DS*, 80-93.
- Cuevas Moreno, R. (2011). Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: una guía de lectura para su estudio. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 7-26.
- De la Rosa Leal, M. E. (21 de febrero de 2022). Evolución del concepto de RS. Hermosillo, Sonora, México.
- Fernández Fernández, J. L., y Bajo Sanjuán, A. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *Adresearch Esic international journal of communication research*, 130-143.
<https://doi.org/10.7263/adresic-006-02>
- Fernando, N. G. (2024). *Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y práctica de la sostenibilidad*. España: ESIC.
- Filizoz, B., y Fisne, M. (2011). Corporate Social Responsibility: A Study of Striking. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 24, 24, 1405-1417.
- García Guardia, M., y Llorente Barroso, C. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa: una Estrategia Para Conseguir Imagen Y Reputación. *REVISTAICONO*, 95-124.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v7i2.319>



- García Jiménez, S. (2018). La acumulación por desposesión en David Harvey, apuntes para una crítica a la Responsabilidad Social. *Revista Gestión y estrategia*, 9-20.
<https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2018n53/Garcia>
- García Lozano, J. I. (2018). El Pacto Mundial, Punto de Convergencia en la Línea del Tiempo del Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial y su Influencia en las Empresas. *Dictamen Libre*, 71-88.
- González Esteban, E. (septiembre de 2005). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*, 205-224.
- Granda Revilla, G., y Trujillo Fernández, R. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. *Economía industrial*(381), 71-76.
- GRI. (21 de febrero de 2024). *Nuestra misión e historia*. Obtenido de GRI:
<https://www.globalreporting.org/about-gri/mission-history/>
- Jaimes Valdez, M. Á., Jacobo Hernández, C. A., y Ochoa Jiménez, S. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria.
<https://doi.org/10.21789/24222704.1720>
- Larrouyet, M. C. (2015). Desarrollo sustentable: origen, evolución y su implementación. *Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad*, 1-47.
- León, F. (2008). La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. *Visión Gerencial*, 83-95.
- López Piñón, D. C. (2021). *Las Dimensiones de la RSE, EL PRECIO Y LA*. Universidad Autónoma de Nuevo León .
- Márquez Ortiz, L. E., Cuétara Sánchez, L. M., Cartay Angulo, R. C., y Labarca Ferrer, N. J. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(1), 233-253.
- Medrano Sánchez, M. I., Masías Vidal, J. L., Obeso Cuadra, J. K., Morón Paredes, G., Moreano Márquez, W. L., García Segovia, M. E., y Coveñas Lalupu, J. (2019). La responsabilidad social empresarial en la relación comunidades campesinas y empresas mineras. *Lex: Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, 325-360.
- Méndez Picazo, M. T. (2005). Ética y responsabilidad social corporativa. *Ética y Economía*, 141-150.
- Moura Leite, R. C., y Padgett, R. C. (2014). La evolución de la responsabilidad social de la empresa: Un abordaje histórico. *Espacios*, 9.
- Muñoz Martín, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 76-88.
- ONU. (21 de febrero de 2024). *Pacto Mundial de la ONU: la búsqueda de soluciones para retos globales* . Obtenido de Naciones Unidas :
<https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- Orozco Martinez, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? *The Anáhuac Journal*, 76-105.

Salgueiro, A. (2001). *Indicadores de Gestión y Cuadro de Mando*. Madrid: Díaz De Santos.

Smith, A. (24 de enero de 1776). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Adam_Smith

Villalpando, P. C., Ortiz, A. G., Guerra, P. R., Barragán, J. N., y González F, G. (2021). Proyecto de Investigación en Cuerpos Académicos: Las Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *About the center*, 331.

World Bank Data Team. (1 de julio de 2019). *Nueva clasificación de los países según el nivel de ingresos 2019 y 2020*. Obtenido de Banco Mundial :
[#/">https://blogs.worldbank.org/es/opendata/nueva-clasificacion-de-los-paises-segun-el nivel-de-ingresos-para 2019-y-2020"#/](https://blogs.worldbank.org/es/opendata/nueva-clasificacion-de-los-paises-segun-el-nivel-de-ingresos-para-2019-y-2020)

