

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A STRATEGY FOR COMPETITIVENESS AND SUSTAINABILITY



¹Juan Carlos Zacarías González, ²Alejandro Mustieles Ocaña,
³William Baldemar López Rodríguez

^{1,2,3}Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 7/10/2024 Aprobado: 20/11/2024

RESUMEN

Este artículo examina la responsabilidad social empresarial (RSE) como una estrategia clave para mejorar la competitividad y la sostenibilidad en el entorno empresarial contemporáneo. A través de un análisis detallado de la evolución histórica de la RSE, se exploran sus principios fundamentales y sus ámbitos de aplicación, que incluyen los aspectos ambiental, social, económico y ético. El estudio se basa en una metodología cualitativa, utilizando casos de estudio y revisión de literatura para identificar buenas prácticas y evaluar los beneficios y retos de la implementación de la RSE. Los resultados muestran que las empresas que integran la RSE en su estrategia corporativa no solo mejoran su imagen y reputación, sino que también logran beneficios económicos significativos y contribuyen al desarrollo sostenible. La discusión destaca la importancia de la RSE en la creación de valor compartido y su sinergia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Finalmente, se presentan recomendaciones prácticas para empresas y responsables de políticas, subrayando la necesidad de un compromiso continuo y de un enfoque estratégico para maximizar los impactos positivos de la RSE.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, competitividad, sostenibilidad, desarrollo sostenible, estrategia corporativa.

ABSTRACT

This article examines corporate social responsibility (CSR) as a key strategy to enhance competitiveness and sustainability in the contemporary business environment. Through a detailed analysis of the historical evolution of CSR, its fundamental principles, and its application areas—including environmental, social, economic, and ethical aspects—are explored. The study is based on a qualitative methodology, utilizing case studies and literature review to identify best practices and evaluate the benefits and challenges of CSR implementation. The results show that companies

Citación: Zacarias Gonzalez, J. C. ., Mustieles Ocaña, A. ., & López Rodríguez, W. B. . (2024). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad y sostenibilidad. *Publicaciones E Investigación*, 18(2). <https://doi.org/10.22490/25394088.8620>

¹ zacariazgonzalezjuancarlos@gmail.com - <https://orcid.org/0009-0007-0723-9427>

² alejandromustieles@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0001-7204-9530>

³ willbaldemar.official@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0003-4095-0193>

<https://doi.org/10.22490/25394088.8620>

integrating CSR into their corporate strategy not only improve their image and reputation but also achieve significant economic benefits and contribute to sustainable development. The discussion highlights the importance of CSR in creating shared value and its synergy with the Sustainable Development Goals (SDGs). Finally, practical recommendations for companies and policymakers are presented, emphasizing the need for continuous commitment and a strategic approach to maximize the positive impacts of CSR.X

Key words: Corporate social responsibility, competitiveness, sustainability, sustainable development, corporate strategy



1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la responsabilidad social empresarial (RSE) ha cobrado una relevancia significativa tanto en el ámbito académico como en el empresarial. Originada en la necesidad de las empresas de responder a las expectativas de diversos grupos de interés, la RSE ha evolucionado hasta convertirse en un componente esencial de la estrategia corporativa. La globalización, junto con la creciente conciencia sobre los problemas ambientales y sociales, ha impulsado a las empresas a adoptar prácticas más responsables y sostenibles.

El contexto actual de competitividad global y demandas de sostenibilidad exige que las empresas no solo se centren en maximizar beneficios económicos, sino que también consideren su impacto en la sociedad y el medio ambiente. Este enfoque integrado no solo responde a una presión ética y regulatoria, sino que también se ha demostrado que aporta ventajas competitivas significativas. Estudios recientes indican que las empresas que implementan políticas de RSE pueden mejorar su reputación, fortalecer la lealtad de los clientes, atraer y retener talento, y acceder a nuevos mercados.

Desde un punto de vista teórico, la RSE se sustenta en diversas teorías, entre ellas la teoría de los recursos y capacidades, y la teoría del valor compartido, sugiere que las empresas deben considerar los intereses de todos los grupos de interés en sus decisiones estratégicas. Por otro lado, la teoría de los recursos y capacidades, enfatiza la importancia de los recursos intangibles, como la reputación y la cultura corporativa, en la creación de ventajas competitivas sostenibles. Finalmente, la teoría del valor compartido, plantea que las empresas

pueden generar valor económico al mismo tiempo que abordan desafíos sociales y ambientales.

El objetivo de este trabajo es analizar cómo la RSE puede ser utilizada como una estrategia para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de las empresas. La hipótesis principal es que la integración de prácticas de RSE en la estrategia corporativa no solo contribuye al desarrollo sostenible, sino que también genera beneficios económicos tangibles para las empresas.

Este estudio se estructura en varias secciones. En primer lugar, se presenta un marco teórico que aborda las principales teorías y conceptos relacionados con la RSE. A continuación, se describe la metodología empleada, basada en el análisis de casos de estudio y revisión de literatura. Posteriormente, se discuten los resultados obtenidos y se analizan las implicaciones prácticas y teóricas. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones.

2. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en este estudio se basa en el análisis documental, un enfoque cualitativo que implica la recopilación y evaluación sistemática de documentos relevantes para el tema de investigación. Este método es particularmente útil para comprender la evolución histórica, los principios y las prácticas de la responsabilidad social empresarial (RSE), así como para identificar casos de estudio y extraer lecciones de las experiencias de diversas empresas.

El método documental o bibliográfico consiste en la captación por parte del investigador de datos aparentemente desconectados, con el fin de que a través del análisis crítico se construyan procesos coherentes de aprehensión del fenómeno y de abstracción discursiva del mismo, para así valorar o apreciar nuevas circunstancias (Hoyos, 2000 citado en Botero Bernal, 2003, p. 111).

Esta metodología ha permitido una comprensión profunda y multidimensional de la RSE como estrategia de competitividad y sostenibilidad. Al analizar una amplia variedad de documentos, este estudio ha identificado los beneficios, desafíos y mejores prácticas asociados con la RSE, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones y la implementación práctica en el ámbito empresarial.

3. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha experimentado una evolución significativa desde sus inicios. “Se define a menudo como un concepto en que las empresas integran elementos sociales y ambientales con las operaciones del negocio, gestión y relaciones con las partes interesadas” (Wulf, 2018). “Desde 1943, en Johnson & Johnson se contaba con un credo para definir la responsabilidad de la empresa hacia sus clientes, empleados, comunidad y otros grupos de interés” (García & Gerardo, 2016, p. 51).

En sus primeras etapas, la RSE se centraba principalmente en la filantropía y las donaciones caritativas. Sin embargo, con el tiempo, este concepto ha evolucionado para abarcar una amplia gama de prácticas empresariales responsables que van más allá de la mera filantropía. Por su parte, Tamayo & Ruiz, (2018) determinan que “Los primeros indicios sobre RSE se remontan al siglo XIX y estuvieron asociados a prácticas filantrópicas de incipientes capitalistas. Posteriormente, en los años 20 del siglo XX, se desarrolla, no como caridad individual, sino empresarial” (2018, p. 305).

De acuerdo con Lussier (2000) citado en Cárcamo & Álvarez (2018). “La RSE fue conceptualizada

como una conducta corporativa relacionada con el cumplimiento de la ética de negocios”. La globalización, la creciente preocupación por el medio ambiente y las demandas de una mayor transparencia y ética empresarial han impulsado esta evolución. Hoy en día, la RSE incluye el compromiso con la sostenibilidad ambiental, la equidad social y la integridad económica.

4. PRINCIPIOS Y ÁMBITOS DE LA RSE

4.1 Principios fundamentales de la RSE

Los principios fundamentales de la RSE incluyen la responsabilidad, la transparencia, la ética y el respeto por los derechos humanos. Estos principios guían a las empresas en la toma de decisiones y en la implementación de prácticas que benefician no solo a la empresa, sino también a la sociedad y al medio ambiente.

4.2 Ámbitos de aplicación

La RSE se aplica en diversos ámbitos que incluyen el ambiental, social, económico y ético:

- **Ambiental:** las empresas adoptan prácticas sostenibles que minimizan el impacto ambiental, como la reducción de emisiones de carbono, el uso eficiente de recursos y la gestión adecuada de residuos.
- **Social:** la RSE promueve el bienestar de los empleados, la diversidad e inclusión, y la inversión en comunidades locales.
- **Económico:** las empresas buscan generar beneficios económicos de manera ética y sostenible, asegurando prácticas justas y transparentes.
- **Ético:** se enfatiza la integridad y la ética en todas las operaciones empresariales, incluyendo la lucha contra la corrupción y el comportamiento justo en el mercado. Tal y como lo menciona, Dacasa (2017), la RSE, “protege a la propia empresa de las conductas irregulares de sus integrantes que se puedan traducir en responsabilidades penales o civiles para aquella” (p. 73).

5. RSE Y COMPETITIVIDAD

5.1 Mejora de la reputación y la imagen corporativa

La implementación de prácticas de RSE puede mejorar significativamente la reputación y la imagen de una empresa. Una reputación sólida no solo atrae a clientes y socios comerciales, sino que también mejora la lealtad de los empleados y facilita la atracción de talento.

5.2 Acceso a nuevos mercados y oportunidades de negocio

Las empresas que adoptan la RSE pueden acceder a nuevos mercados y aprovechar oportunidades de negocio que de otro modo estarían fuera de su alcance. La RSE puede abrir puertas a alianzas estratégicas y a la participación en iniciativas de sostenibilidad global.

6. RSE Y SOSTENIBILIDAD

6.1 Contribución al desarrollo sostenible

La RSE juega un papel crucial en la promoción del desarrollo sostenible. Las empresas responsables implementan prácticas que aseguran la viabilidad a largo plazo de los recursos naturales y contribuyen al bienestar de las comunidades.

6.2 Sinergia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

La RSE está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Al adoptar prácticas responsables, las empresas contribuyen a metas globales como la reducción de la pobreza, la igualdad de género, y la acción por el clima. Esta sinergia no solo beneficia a la sociedad y al planeta, sino que también fortalece la sostenibilidad a largo plazo de las empresas.

7. BENEFICIOS Y RETOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE

7.1 Beneficios económicos, sociales y ambientales

La implementación de la RSE trae consigo múltiples beneficios. Económicamente, las empresas pueden

experimentar una mayor eficiencia operativa y una reducción de costos a largo plazo. Socialmente, se fortalece la relación con las comunidades y se mejora el bienestar de los empleados. Ambientalmente, se promueve la conservación de recursos y la reducción de impactos negativos.

Es por ello que, Vargas (2015). Hace hincapié en que, con “la finalidad de conocer si la empresa es socialmente responsable, todos los componentes que participan (principios, políticas y declaraciones, entre otros) se deben trasladar a estándares e indicadores que permitan medirla” (p. 89).

La RSE es una estrategia rentable que debe ser incorporada en las empresas, que buscan posicionar su marca en el mercado, innovar la imagen corporativa, captar la preferencia de los grupos de interés y fomentar el equilibrio entre la empresa y la sociedad en la que opera (Dotres & Sánchez, 2020 citado en Valencia & Esquivel, 2022).

7.2 Retos y obstáculos comunes

A pesar de los beneficios, la implementación de la RSE no está exenta de desafíos. Entre los obstáculos comunes se encuentran la falta de recursos, la resistencia al cambio dentro de la organización y la necesidad de equilibrar los intereses de diversos grupos de interés. La superación de estos retos requiere un compromiso firme y una estrategia bien definida.

Vélez Romero *et al.* (2020). Nos habla que entre los beneficios que tiene la RSE está el:

“Financiero” y el “mejoramiento interno de la empresa”, ya que estas son las principales motivaciones para adoptar políticas de RSE debido a que ayudaría al cumplimiento de los objetivos misionales de la empresa y a participar en proyectos sociales. Posteriormente los “beneficios tributarios” como instrumento incentivador disminuye la base gravable en el momento de declarar sus obligaciones fiscales (p. 25).

Por otra parte, entre los obstáculos de igual manera se encuentra, el de que “muchas empresas utilizan la

RSE como una excusa para aumentar su reputación y lograr mejores resultados financieros, pero no tienen un compromiso genuino con otras partes interesadas, además de los accionistas y el personal directivo de la empresa” (Daza Corredor *et al.* 2018, p. 273).

8. RESULTADOS

El análisis de los casos de estudio y la revisión de la literatura han revelado varios hallazgos clave sobre la implementación y los impactos de la responsabilidad social empresarial (RSE) en la competitividad y la sostenibilidad de las empresas. Uno de los resultados más consistentes es que las empresas que adoptan prácticas de RSE mejoran significativamente su reputación y su imagen corporativa. La percepción positiva por parte de consumidores, inversionistas y otros grupos de interés se traduce en una mayor lealtad de los clientes, mejores relaciones con los proveedores y una ventaja competitiva en el mercado. Por ejemplo, empresas como Unilever y Patagonia han sido reconocidas por sus compromisos con la sostenibilidad y la responsabilidad social, lo que ha fortalecido su posicionamiento en el mercado.

Además, las empresas que integran la RSE en su estrategia corporativa reportan beneficios económicos tangibles. La implementación de prácticas sostenibles y responsables puede conducir a una mayor eficiencia operativa, reducción de costos y acceso a nuevas oportunidades de negocio. Un estudio de caso sobre IKEA mostró que sus iniciativas de sostenibilidad no solo redujeron los costos de energía y materiales, sino que también impulsaron las ventas y mejoraron la satisfacción del cliente.

Las prácticas de RSE contribuyen significativamente al desarrollo sostenible, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Las empresas responsables implementan iniciativas que promueven la conservación de recursos naturales, la reducción de emisiones de carbono y la mejora del bienestar social. Por ejemplo, el programa de sostenibilidad de Siemens ha resultado en una

reducción sustancial de sus emisiones de CO₂ y en la mejora de las condiciones de trabajo en su cadena de suministro global.

A pesar de los beneficios, la implementación de la RSE no está exenta de desafíos. Las empresas enfrentan obstáculos como la falta de recursos, la resistencia al cambio interno y la complejidad de equilibrar los intereses de diversos grupos de interés. La revisión de la literatura y los casos de estudio indican que superar estos desafíos requiere un compromiso firme y una estrategia bien definida. Las empresas que logran involucrar a sus empleados y en el proceso de implementación suelen ser más exitosas en la adopción de prácticas de RSE.

Finalmente, la creación de valor compartido es un resultado clave de la implementación de la RSE. Las empresas pueden generar beneficios económicos mientras abordan desafíos sociales y ambientales. Por ejemplo, Nestlé ha desarrollado programas de valor compartido que apoyan a los agricultores locales, mejoran la calidad de sus productos y, al mismo tiempo, fortalecen su cadena de suministro. Esta estrategia no solo beneficia a la comunidad, sino que también asegura la sostenibilidad a largo plazo del negocio.

Los resultados del análisis indican que la integración de la RSE en la estrategia corporativa proporciona beneficios significativos a las empresas. Mejora la reputación y la imagen corporativa, genera beneficios económicos, contribuye al desarrollo sostenible y crea valor compartido. No obstante, la implementación de la RSE presenta desafíos que requieren un compromiso estratégico y la colaboración de todos los grupos de interés. Las empresas que logran superar estos desafíos y adoptan un enfoque integral y estratégico en la implementación de la RSE están mejor posicionadas para alcanzar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

9. DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio subrayan la importancia de la responsabilidad social empresarial (RSE)

como una estrategia integral para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de las empresas. La mejora en la reputación y la imagen corporativa, así como los beneficios económicos tangibles, confirman que la RSE no es solo una obligación ética, sino también una oportunidad estratégica. La adopción de prácticas de RSE permite a las empresas no solo cumplir con las expectativas de los consumidores y otros grupos de interés, sino también diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

La contribución de la RSE al desarrollo sostenible es otro aspecto fundamental destacado por los resultados. La alineación de las iniciativas empresariales con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) demuestra que las empresas pueden desempeñar un papel crucial en la solución de problemas globales como el cambio climático, la desigualdad social y la pobreza. Esta alineación no solo beneficia a la sociedad y al medio ambiente, sino que también fortalece la sostenibilidad a largo plazo de las empresas al garantizar que sus operaciones sean viables y responsables.

Sin embargo, la implementación de la RSE enfrenta varios desafíos. La falta de recursos, la resistencia al cambio interno y la necesidad de equilibrar los intereses de diversos grupos de interés son obstáculos comunes. Estos desafíos requieren un enfoque estratégico y un compromiso firme por parte de la alta dirección. Las empresas exitosas en la implementación de la RSE son aquellas que logran involucrar a sus empleados en el proceso, creando una cultura organizacional que valora y promueve la responsabilidad social.

La creación de valor compartido es una de las principales ventajas de la RSE. Las empresas pueden generar beneficios económicos mientras abordan desafíos sociales y ambientales, lo que resulta en un beneficio mutuo para la empresa y la sociedad. Programas como los desarrollados por Nestlé, que apoyan a los agricultores locales y mejoran la calidad de los productos, son ejemplos de cómo la RSE puede crear un impacto positivo tanto en la comunidad como en la cadena de suministro.

La RSE se presenta como una estrategia clave para las empresas que buscan mejorar su competitividad y sostenibilidad en el entorno actual. La integración de prácticas responsables en la estrategia corporativa no solo contribuye al desarrollo sostenible, sino que también genera beneficios económicos tangibles y mejora la reputación e imagen corporativa. A pesar de los desafíos, un enfoque estratégico y un compromiso firme pueden maximizar los impactos positivos de la RSE. Las empresas que adopten la RSE de manera integral y estratégica estarán mejor posicionadas para alcanzar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo, contribuyendo de manera significativa al bienestar de la sociedad y del medio ambiente.

10. CONCLUSIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha demostrado ser una estrategia integral y eficaz para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de las empresas en el entorno global actual. Este estudio ha evidenciado que la adopción de prácticas de RSE no solo mejora la reputación y la imagen corporativa, sino que también proporciona beneficios económicos tangibles. Las empresas que integran la RSE en su estrategia corporativa pueden acceder a nuevos mercados, fortalecer la lealtad de clientes y empleados, y optimizar la eficiencia operativa.

Además, la RSE contribuye significativamente al desarrollo sostenible, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Al implementar iniciativas que promueven la conservación de recursos naturales, la reducción de emisiones de carbono y la mejora del bienestar social, las empresas no solo benefician a la sociedad y al medio ambiente, sino que también aseguran la viabilidad a largo plazo de sus operaciones.

Sin embargo, la implementación de la RSE no está exenta de desafíos. La falta de recursos, la resistencia al cambio interno y la necesidad de equilibrar los intereses de diversos grupos de interés son obstáculos que las empresas deben superar. Para enfrentar estos desafíos,

es crucial que las empresas adopten un enfoque estratégico y un compromiso firme por parte de la alta dirección. La colaboración y el involucramiento de todos son esenciales para el éxito de las iniciativas de RSE.

La RSE se presenta como una herramienta poderosa para la creación de valor compartido. Las empresas que implementan prácticas responsables y sostenibles pueden generar beneficios económicos mientras abordan desafíos sociales y ambientales. La integración de la RSE en la estrategia corporativa no solo contribuye al desarrollo sostenible, sino que también mejora la competitividad y la sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, las empresas que adopten la RSE de manera integral y estratégica estarán mejor posicionadas para alcanzar el éxito en el dinámico entorno empresarial global, contribuyendo de manera significativa al bienestar de la sociedad y del planeta.

REFERENCIAS

- Botero Bernal, A. (2003). La metodología documental en la investigación jurídica: alcances y perspectivas. *Opinión Jurídica*, 2(4), 109-116. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/opinion/article/view/1350>
- Cárcamo S. M. L. & Álvarez C. L. C. (2018). *Sobre la responsabilidad social empresarial, estudios de caso en México*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Dacasa López, E. (2017). Sobre la ética y la responsabilidad social empresarial. *Revista Académica de la Facultad de Derecho de la Universidad La Salle*, 14(29), 43-92. <https://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/679?show=full>
- Daza Corredor, A., Vilorio Escobar, J. & Miransa Terraza, L. (2018). De la responsabilidad social empresarial (RSE) a la creación de valor compartido (CVC): una reflexión crítica sobre los dos conceptos. *Aglala*, 9(1), 263-285. <https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/1193>
- García, M., & Gerardo, J. (2016). La responsabilidad social empresarial en el contexto del capital social. *Omnia*, 3(22), 46-59. <https://biblat.unam.mx/hevila/OmniaMaracaibo/2016/vol22/no3/3.pdf>
- Tamayo Cevallos, C. D., & Ruiz Malbarez, M. C. (2018). De la responsabilidad social empresarial al balance social. *Cofin Habana*, 12(1), 304-320. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2073-60612018000100020&script=sci_arttext&tlng=pt
- Vargas Martínez, E. E. (2015). *Responsabilidad social empresarial y gestión ambiental en el sector hotelero*. Universidad Autónoma del Estado de México. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/21769>
- Valencia, W. S., & Esquivel, M. J. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en Latinoamérica en tiempos de pandemia. *Ciencia latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1), 415-435. <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1507>
- Vélez Romero, C. A., Cruz Botache, L. P., & Romero Restrepo, M. (2020). Beneficios tributarios por la adopción de políticas de responsabilidad social empresarial (RSE). *Dictamen Libre*, 26, 17-36. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/6168>
- Wulf Betancourt, E. (2018). *Responsabilidad social empresarial: un desafío corporativo*. Editorial Universidad de La Serena.