

La importancia de la responsabilidad social en la gestión empresarial moderna

Telework and Flexibility: New Standards for Labor Productivity

Erick Gregorio Mita Arancibia

mita.erick@usfx.bo

<https://orcid.org/0000-0001-5894-6841>

Universidad Mayor Real y Pontificia,

San Francisco Xavier de Chuquisaca, Sucre, Bolivia

Artículo recibido en 10 de enero 2024 / Arbitrado en 20 de febrero 2024 / Aceptado en 29 de marzo 2024 / Publicado en 01 de julio 2024

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial no es un hecho nuevo dentro de las organizaciones, pero su definición o significado ha evolucionado con el correr del tiempo. Por lo que, el objetivo del estudio en profundizar sobre la importancia de la responsabilidad social en la gestión empresarial moderna. Se adoptó un enfoque metodológico el cual se caracterizó por su carácter descriptivo. La metodología empleada con enfoque inductivo con fuentes provenientes Scielo, Scopus, ScienceDirect, Google Scholar y Web science. La búsqueda se realizó en el periodo que comprende de 2020-2024. Las palabras clave fueron responsabilidad social/social responsibility y gestión empresarial moderna/modern business management. Se encontraron 225 documentos, libros (7), tesis de pregrado (15), doctorados (9) y maestrías (11) y 183 artículos científicos. Según los criterios de inclusión y exclusión artículos científicos solo 16 fueron cumplieron con las pautas establecidas. Las principales ventajas de poseer la responsabilidad social como un eje primordial en las operaciones de una compañía.

Palabras clave: Competitividad; Estrategia sostenible; Gestión empresarial; Responsabilidad social; Revisión sistemática

ABSTRACT

Corporate social responsibility is not a new fact within organizations, but its definition or meaning has evolved over time. Therefore, the objective of the study was to delve into the importance of social responsibility in modern business management. A methodological approach was adopted which was characterized by its descriptive nature. The methodology used was an inductive approach with sources from Scielo, Scopus, ScienceDirect, Google Scholar and Web science. The search was carried out in the period from 2020-2024. The keywords were social responsibility and modern business management. 225 documents, books (7), undergraduate theses (15), doctorates (9) and masters (11) and 183 scientific articles were found. According to the inclusion and exclusion criteria, scientific articles only 16 met the established guidelines. The main advantages of having social responsibility as a primary axis in a company's operations.

Key words: Competitiveness; Sustainable strategy; Business management; Social responsibility; Systematic review

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, las teorías que consideran la satisfacción de las necesidades de todos los grupos de interés como un requisito esencial para la creación de valor sostenible, así como el tema de forma más amplia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), han cobrado gran relevancia en los estudios económicos y empresariales, así como en la práctica profesional. Diversos autores Islam et al. (2020), Taliento y Netti (2020), Tamvada (2020), Fatima y Elbanna (2023) argumentan que la responsabilidad social y ambiental puede ser un factor clave para mejorar la competitividad de las empresas. Algunas investigaciones empíricas han demostrado que comportamientos sociales y responsables pueden tener un impacto positivo en el rendimiento empresarial, ofreciendo importantes beneficios, como la reducción de costos operativos y riesgos financieros, el aumento de la eficiencia y competitividad, y el fortalecimiento de la reputación empresarial y la confianza del consumidor. Sin embargo, otros autores advierten que las políticas de responsabilidad social pueden llevar a un incremento de costos y, por ende, a una disminución en el rendimiento empresarial. Desde esta perspectiva, las inversiones en RSE podrían generar un conflicto de intereses entre los gerentes y los accionistas (Castro Suárez, 2023).

El funcionamiento de una empresa tiene un impacto significativo en su entorno, en la sociedad y en el comportamiento del consumidor. Por ello, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se considera una estrategia clave para mitigar los efectos negativos sobre el entorno. Aunque la RSE puede estar en una fase avanzada en la literatura, se aborda principalmente desde una perspectiva de marketing; ha emergido como un tema relevante tanto para las partes interesadas como para el ámbito corporativo (Matten y Moon 2020). Recientemente, la RSE se ha transformado en una estrategia competitiva que permite a las empresas mejorar sus ganancias, la satisfacción y lealtad del cliente, así como su reputación y la percepción positiva hacia sus marcas. La creciente presión de las partes interesadas por iniciativas de responsabilidad social indica a los líderes empresariales que es fundamental abordar cuestiones sociales en sus

operaciones para ganar la confianza de los consumidores y convertir esa lealtad en una ventaja competitiva (Rodríguez, 2024).

Primero, surge la pregunta de si la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debe considerarse un acto voluntario o si implica obligaciones obligatorias. A través de la teoría jurídica de la moralidad, se enfatiza la conexión entre las responsabilidades legales y morales, estableciendo un paralelismo entre los objetivos económicos de las empresas y la RSE. Esto busca demostrar que estas obligaciones están intrínsecamente vinculadas a las responsabilidades legales de las empresas. Dado que están asociadas con la rendición de cuentas, por lo que se argumenta que la verdadera esencia es obligatoria, no voluntaria. Además, se presenta un modelo formal para regular que se garantice el cumplimiento efectivo de las responsabilidades sociales empresariales (Salcedo Muñoz et al. 2021).

En la perspectiva contemporánea del siglo XXI, se destaca un enfoque en la revitalización de las economías de diferentes países. Este cambio se debe a la rápida globalización y al aumento de la producción. En este entorno, ha surgido una mayor conciencia sobre las prácticas tradicionales en la transformación de materias primas y la necesidad de implementar métodos de producción más sostenibles, alineados con las teorías y conceptos de Responsabilidad Social Empresarial (Cárdenas Contreras et al. 2023). Hoy en día, las empresas no se consideran únicamente desde una perspectiva financiera, en parte debido a las continuas transformaciones del entorno productivo, que tienen un impacto significativo en el sistema social en el que operan. Esto ha llevado a las organizaciones a adoptar políticas centradas en esta responsabilidad. Lo que busca beneficiar a las comunidades locales como una estrategia social voluntaria que también genera valor (Mendoza et al. 2020).

La responsabilidad social es un modelo aplicable a todo tipo de organización, sin importar su actividad o ubicación geográfica, que permite evaluar y comparar su contribución al desarrollo sostenible. Por esta razón, las instituciones, en todos sus niveles, deben incorporar la gestión de la responsabilidad social como uno de sus objetivos

fundamentales, respondiendo así a los entornos en los que operan (Ormaza et al. 2020). En el contexto del siglo XXI, la revitalización de las economías nacionales impulsada por la globalización y las nuevas tendencias de producción han llevado a los países a reflexionar sobre las prácticas tradicionales de transformación de materias primas, tanto en el sector público como en el privado. Esto ha generado una creciente necesidad de reinventar sus estructuras productivas en busca de métodos más sostenibles, alineados con los principios y conceptos de la responsabilidad social empresarial (Bom Camargo, 2021). Es por ello que, el objetivo del estudio en profundizar sobre la importancia de la responsabilidad social en la gestión empresarial moderna.

MÉTODO

Para profundizar en los aspectos pertinentes relacionados sobre importancia de la responsabilidad social en la gestión empresarial moderna, se adoptó un enfoque metodológico el cual se caracterizó por su carácter descriptivo. La metodología empleada con enfoque inductivo que se nutrió principalmente de fuentes provenientes de plataformas académicas reconocidas como Scielo, Scopus, ScienceDirect, Google Scholar y Web science. La búsqueda y posterior redacción de información se realizará en el periodo que comprende de 2020-2024. Las palabras clave que se utilizarán para la recopilación de información ya sean en idioma español e inglés, responsabilidad social/social responsibility y gestión empresarial moderna/modern business management.

Los criterios para la selección de información utilizada en esta revisión fueron artículos científicos actualizados fueron “gestión de la responsabilidad social en el sector empresarial”, “impacto de la responsabilidad social en la gestión empresarial en la actualidad”, “ventajas y desventajas responsabilidad social en el sector empresarial”, “responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial” y “responsabilidad social empresarial, una ruta hacia el desarrollo sustentable”. Se excluyeron los trabajos que se enfocaran en la gestión empresarial sobre aspectos legales y normativos, teorías económicas abstractas y enfoques históricos. Sólo

se consideraron documentos en un periodo que abarcan desde el año 2020-2024, que fuesen artículos investigación y revisiones sistemáticas publicadas en revistas arbitradas e indexadas en español e inglés.

Se descargaron los artículos recuperados de las diferentes fuentes. Se guardaron en una carpeta digital almacenada en la nube y compartida por los investigadores. Se nombró cada artículo con el título del estudio; de esta forma era posible minimizar la presencia de duplicados. Los artículos fueron examinados por los investigadores de forma independiente para depurar la muestra, (aplicando los criterios de inclusión), seleccionar los artículos e identificar las categorías para el análisis cualitativo. Para evitar sesgo en el análisis se siguió el siguiente protocolo interno de cribado y análisis:

Cada investigador abrió cada archivo y procedió a la lectura de los títulos y el resumen o abstract para verificar que provinieran de revistas arbitradas e indexadas y que su temática fuera sobre la importancia de la responsabilidad social en la gestión empresarial moderna. Se incluyeron artículos independientemente del enfoque y el diseño del estudio para poder buscar las tendencias de la investigación sobre el tema. Se excluyeron artículos escritos en otro idioma diferente al inglés y español.

Se conservaron solo los archivos elegibles en la carpeta de almacenamiento. Finalmente, se hizo una lectura completa de cada artículo para ir conformando las categorías. Una vez finalizada la lectura de todos, de forma independiente, se cotejaron las categorías presentadas por los autores y se sinceraron las mismas. El porcentaje de coincidencia en las categorías fue de 98%. Las diferencias se dirimieron con la participación de un investigador externo. El plan de análisis incluyó un abordaje cuantitativo para el registro de información bibliométrica de interés. Se usaron las herramientas „Tabla dinámica“ y „segmentación de datos“ para analizar los datos cuantitativos relativos al material. Por otra parte, el análisis cualitativo de contenido del artículo para establecer las categorías en función de los patrones observados.

RESULTADOS

Durante el estudio, como resultado de la búsqueda de información (tabla 1), se encontraron 225 documentos, libros (7), tesis de pregrado (15), doctorados (9) y maestrías (11) y 183 artículos científicos. Según los criterios de inclusión y exclusión artículos científicos solo 16 fueron cumplieron con las pautas establecidas. De ellos 8 en idioma inglés (50%), 8 en español (50%). De acuerdo con las bases citadas el 18.75% se encuentran en Scopus, 37.50 % en Web science y 43.75% en Scielo.

Tabla 1. *Artículos seleccionados y principales contribuciones*

Autores	Título	Principales contribuciones
Castro Suárez (2023)	El papel de la ética en la toma de decisiones empresariales	Es innegable que la integración de principios éticos en el entorno corporativo no solo es una cuestión moral, sino también una estrategia empresarial efectiva para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de las organizaciones. Este estudio resalta la necesidad imperativa de considerar la ética como un factor central en todas las etapas del proceso de toma de decisiones empresariales, desde la planificación estratégica hasta la implementación práctica.
Feng et al. (2022)	The impact of corporate social responsibility on the sustainable financial performance of Italian firms: mediating role of firm reputation	Las empresas del sector manufacturero consideran que la sostenibilidad es fundamental para su desempeño comercial, al eliminar los efectos negativos de sus prácticas en el medio ambiente, la comunidad y el bienestar de las personas. Este estudio propone una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) destinada a mejorar el rendimiento comercial.
Pérez Castañeda et al. (2022)	Responsabilidad social empresarial: enfoque basado en la relación con stakeholders	Las teorías de gestión organizacional modernas demandan en empresas, atender a los stakeholders a través de iniciativas de RSE, como medio de contribución de generar calidad de vida a grupos de interés interno y por otro lado, para brindar aportes sustantivos para erradicar la pobreza y medidas de protección al medio ambiente.
Díaz Muñoz y Salazar Duque (2021)	La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial	La gestión de la calidad constituye una de las herramientas más valoradas por las organizaciones y es el resultado de un proceso de evolución que se ha venido dando con el pasar de los años y se ha fortalecido gracias a los aportes de importantes autores reconocidos como padres o gurús de la calidad quienes, por medio de sus teorías y contribuciones, han permitido hacer de la calidad un concepto amplio e interesante.
Kraus et al. (2020)	Corporate social responsibility and environmental performance: The mediating role of environmental strategy and green innovation	Los resultados ofrecen implicaciones significativas para los gerentes generales, los profesionales de negocios y los encargados de formular políticas. Nuestro marco de investigación tiene como objetivo ofrecer orientación a las grandes empresas manufactureras en relación con la influencia de la RSE, la estrategia ambiental y la innovación verde en la implementación del desempeño ambiental.

Abbas (2020)	Impact of total quality management on corporate green performance through the mediating role of corporate social responsibility	La gestión de la calidad total mejora considerablemente las capacidades organizacionales para alcanzar los objetivos de desempeño ambiental. Además, esta gestión tiene un impacto positivo y significativo en la responsabilidad social corporativa; se observó un efecto similar de la responsabilidad social corporativa en el desempeño ambiental de las empresas. Por último, se determinó que la responsabilidad social corporativa actúa como un mediador parcial en la relación entre la gestión de la calidad total y el desempeño ambiental corporativo. El análisis contextual sugiere que la gestión de la calidad total es igualmente relevante para empresas de todos los tamaños en relación con su desempeño ambiental; sin embargo, el grado de responsabilidad social corporativa varía. Asimismo, el apoyo gubernamental es crucial para que las empresas logren sus objetivos de desempeño ambiental.
Carroll (2021)	Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future	La rápida difusión de ideas, investigaciones y prácticas relacionadas con la responsabilidad social corporativa ha sido impresionante, lo que permite concluir que la RSE cuenta con un pasado sólido y un futuro prometedor. La responsabilidad social corporativa ha continuado expandiéndose, siendo apoyada, adaptada y aplicada tanto por las empresas como por el ámbito académico. La adopción de la responsabilidad social corporativa por parte de las empresas, recientemente conceptualizada en términos
		de propósito o sostenibilidad, ha sido un factor clave en su crecimiento. Además, el activismo social entre los líderes corporativos ha ido en aumento.
Bom Camargo (2021)	Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial	Es necesario el equilibrio del tridente económico, social y ambiental a los fines de garantizar la sostenibilidad de la empresa y del ecosistema en general: Por lo cual, deberá realizar un balance social de la gestión empresarial. Aunque todas las visiones se esbozan paralelamente en el siglo XXI, los hechos demuestran que la RSE debe plantearse a lo interior de la empresa, a los fines de garantizar no sólo la sostenibilidad de la organización sino del medio ambiente, del planeta y su ecosistema.
Cárdenas Contreras et al. (2023)	Importancia de la construcción de escenarios para el liderazgo transformacional en la gerencia moderna en Colombia	En general, la relación entre el liderazgo transformacional y la gerencia moderna está influenciada por la estimulación integradora de los enfoques renovados, que armoniza una visión compartida, encausada en el agente de cambio y fundamentada en la capitalización del conocimiento. Por tanto, el criterio para los escenarios de mejora se enfoca principalmente en la gente, impacta positivamente la relación con los grupos de interés, fortalece el logro por metas, promulga un idóneo ambiente de trabajo y apuesta por el mejoramiento del desempeño profesional, económico y organizacional.

Ormaza et al. (2020)	Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030	La sostenibilidad como estrategia estipulada en los objetivos de desarrollo sostenible y la RSE busca empresas socialmente responsables, es el camino que deben seguir las organizaciones para producir más y mejor, preservando los derechos de las personas, verificando permanentemente sus obligaciones legales y teniendo cuidado con el ambiente. La falta de socialización y empoderamiento de los actores sociales y empresariales de la normativa contemplada en la Agenda 2030, imposibilita el cumplimiento cabal de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
Salcedo Muñoz et al. (2021)	Responsabilidad social empresarial en el sector bananero de la provincia de El Oro-Ecuador	Las empresas del sector bananero con las estrecha relación que disponen entre las actividades de responsabilidad social empresarial y los stakeholders, disponen de un camino donde no sólo son relevantes los resultados financieros, sino que también destaca el aporte en aspectos más amplios, que incluyen a todos aquellos que participan en la empresa y los que están a su alrededor, asegurando una combinación de obligaciones, compromisos legales y éticos con grupos de interés que conforman un impacto de sustentabilidad-competitividad dentro de un mercado cada día más globalizado.
Rodríguez (2024)	Responsabilidad social empresarial y el marketing sostenible: una ruta hacia el desarrollo sustentable	La RSE está estrechamente vinculada con la noción de Desarrollo Sustentable, entendido como la capacidad de generar valor y perdurar a lo largo del tiempo mediante el uso responsable de los recursos naturales.
Fatima y Elbanna (2023)	Corporate Social Responsibility Implementation: A Review	En términos de implicaciones teóricas, en primer lugar, encontramos que los académicos han puesto un enfoque considerable en examinar los factores que impactan la
	and a Research Towards an Integrative Framework	Agenda implementación de la RSE (antecedentes, mediadores y moderadores) y las consecuencias a nivel organizacional de la implementación de la RSE.
Tamvada (2020)	Corporate social responsibility and accountability: a new theoretical foundation for regulating CSR	Proporciona una base para desarrollar un marco de obligaciones sociales en relación con qué, a quién y el alcance de las responsabilidades, al tiempo que destaca el papel de las obligaciones en la participación proactiva de las empresas en tareas que benefician a la sociedad, además de abstenerlas de actividades que causen daño a la sociedad. Además, sugiere que las responsabilidades legales y morales deben tomarse en conjunto como el conjunto de obligaciones de las empresas para cumplir eficazmente sus funciones con la rendición de cuentas inevitablemente vinculada a la responsabilidad moral, lo que subraya la necesidad de regular la RSE para la rendición de cuentas.
Islam et al. (2020)	The Impact of Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty: The Mediating Role of Corporate Reputation, Customer Satisfaction, and Trust	La RSE es una estrategia creíble para mejorar la reputación corporativa de la empresa. Los resultados mostraron que la satisfacción del cliente, la reputación corporativa y la confianza del cliente son los antecedentes clave de la lealtad del cliente y la intención de compra. La literatura anterior ha examinado la relación de la responsabilidad social corporativa con el desempeño financiero y el desempeño social.
Taliento y Netti (2020)	Corporate Social/Environmental Responsibility and Value Creation: Reflections on a Modern Business Management Paradigm	La creación de valor estable y a largo plazo en un sentido amplio, capaz de satisfacer las expectativas de todos los grupos de interés, debe guiarse por una conciencia de la responsabilidad social y de las cuestiones de sostenibilidad. Este enfoque marca una nueva frontera en la gestión de empresas y en la consultoría de negocios, así como en todo el contexto macroeconómico.

Una vez analizados las principales contribuciones (tabla 1), de las principales ventajas de poseer la responsabilidad social como un eje primordial en las operaciones de una compañía, además del aumento de la productividad y satisfacción de los colaboradores, es el incremento

de la fidelidad y confianza de los clientes en la marca y la reputación positiva que esta genera frente a la sociedad. Las organizaciones que buscan destinar recursos a la responsabilidad social lo realizan con el fin de adquirir ventajas con respecto a sus competidores, tales como la disminución de

costos, la mejora en la relación con sus empleados y una mejor y sostenible imagen frente a sus clientes. Sin embargo, los grupos de interés demandan cada vez más transparencia, fiabilidad y rigor en las organizaciones, para garantizar la coherencia de su comportamiento con sus compromisos en materia de responsabilidad social.

Por otro lado, las actividades de responsabilidad social empresarial se centran en reducir la brecha que separa la imagen proyectada de la imagen real de la organización. Hasta la fecha, la investigación existente sólo ha permitido constatar en líneas generales el efecto que la coherencia de la comunicación de responsabilidad social tiene sobre la propia imagen de la corporación de forma general, e indirecta sobre su reputación. A modo de síntesis de las tendencias identificadas, se puede afirmar que en la gestión empresarial moderna cobra cada vez más importancia la responsabilidad social, cuyo término es actualmente sinónimo de los aspectos ambientales, económicos, éticos y sociales de las empresas. Cada empresa debe buscar un equilibrio en esas cuatro dimensiones de la responsabilidad social. Las organizaciones sostenibles o "virtuosas" son aquellas que logran ese equilibrio y se guían a través de ideas declarativas que actúan como firmes compromisos de sus miembros. Esta tendencia de la sostenibilidad organizacional se fundamenta en las organizaciones que sobreviven a través de la historia y tiene que ver con las organizaciones que han sido aprendices, anteponiendo los conceptos de bien común y reinversión social anteponiendo los beneficios de los dueños.

DISCUSIÓN

Durante el análisis de los documentos se pudieron apreciar las principales tendencias reflejan un cambio significativo hacia enfoques más integrados y sostenibles. A continuación, se presentan las tendencias clave como la transparencia Empresarial. La pandemia de COVID-19 ha intensificado la demanda de información clara y accesible por parte de los grupos de interés. Las empresas están cada vez más obligadas a ser transparentes en sus prácticas de responsabilidad social, lo que incluye mantener un diálogo constante con todas las partes interesadas.

Así como, el compromiso con el Cambio Climático. Las organizaciones están asumiendo un papel proactivo en la lucha contra el cambio climático, integrando prácticas sostenibles que no solo abordan sus impactos ambientales, sino que también buscan generar un efecto positivo en la sociedad.

Además, la economía circular, de la cual se espera que un número creciente de empresas adopte modelos de negocio circulares, lo que implica reducir residuos y maximizar el uso de recursos. Esto no solo responde a presiones sociales y regulatorias, sino que también ofrece beneficios económicos significativos. Otro aspecto, según Castro Suárez (2023) sería la diversidad e inclusión, las que se han convertido en pilares fundamentales dentro de la RSE. Las empresas están reconociendo que una fuerza laboral diversa no solo mejora su imagen, sino que también impulsa la innovación y mejora el rendimiento financiero. Además, las empresas están colaborando con gobiernos y comunidades para desarrollar soluciones creativas a problemas sociales, lo que les permite maximizar el impacto positivo de sus iniciativas de RSE (Feng et al. 2022).

En este sentido, la capacidad para medir y reportar el impacto social se ha vuelto crucial. Herramientas como el "Social Return on Investment" (SROI) están siendo adoptadas para cuantificar los beneficios sociales generados por las empresas, lo que a su vez atrae inversiones y apoyo a iniciativas responsables. Estas tendencias indican que la responsabilidad social empresarial está evolucionando hacia un enfoque más holístico, donde las empresas no solo buscan cumplir con las expectativas sociales, sino que también se posicionan como líderes en la creación de un futuro sostenible y ético.

Las principales brechas reflejan desafíos significativos que las empresas deben enfrentar. Como la *Resistencia Interna al Cambio*: Muchas organizaciones luchan con la resistencia cultural y operativa al implementar prácticas de responsabilidad social. Cambiar la mentalidad de los empleados y la alta dirección puede ser un proceso lento y complicado, lo que limita la efectividad de las iniciativas de RSE. Los *Costos*

Iniciales: La implementación de prácticas sostenibles a menudo conlleva costos iniciales significativos. Aunque los beneficios a largo plazo son evidentes, muchas empresas pueden ser reacias a realizar estas inversiones debido a preocupaciones sobre el retorno inmediato. *Falta de Medición y Evaluación:* Determinar el retorno de inversión (ROI) de las iniciativas de RSE es un desafío para muchas empresas. La falta de métricas claras y herramientas adecuadas para evaluar el impacto social y ambiental dificulta la justificación de estas inversiones ante los grupos de interés.

Así como, la *Desigualdad en la Implementación:* Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a menudo enfrentan barreras como la falta de recursos y el desconocimiento sobre RSE, lo que limita su capacidad para adoptar prácticas responsables en comparación con las grandes corporaciones. Esto crea una disparidad en cómo se percibe y se implementa la RSE en diferentes sectores. Las *Expectativas Normativas Crecientes:* Con el aumento de regulaciones relacionadas con la sostenibilidad, las empresas deben adaptarse rápidamente a nuevos requisitos normativos. Esto puede representar un desafío, especialmente para aquellas que no tienen experiencia previa en reportes de sostenibilidad o en cumplir con estándares ambientales. *Desconexión entre Estrategias y Prácticas:* Aunque muchas empresas reconocen la importancia de la RSE, existe una brecha entre el reconocimiento y la implementación efectiva. A menudo, las estrategias de RSE no se traducen en acciones concretas que generen un impacto significativo en los grupos de interés.

Mientras que, otras brechas, como *Falta de Colaboración entre Sectores*, donde la colaboración entre empresas, gobiernos y comunidades es esencial para abordar desafíos sociales y ambientales complejos. Sin embargo, muchas empresas aún operan de manera aislada, lo que limita su capacidad para generar un impacto positivo más amplio. Además, el *Cambio Climático como Prioridad:* a pesar del creciente reconocimiento del cambio climático como un desafío crítico, muchas empresas todavía no han integrado completamente esta preocupación en sus

estrategias de RSE. La falta de acciones concretas para mitigar el impacto ambiental sigue siendo un factor importante. Lo descrito subraya la necesidad de un enfoque más integral y estratégico hacia la responsabilidad social empresarial, donde las empresas no solo reconozcan su importancia, sino que también implementen prácticas efectivas que respondan a las expectativas sociales y normativas actuales.

Además de esto, las limitaciones en su implementación y efectividad de la RES en la gestión empresarial moderna, donde destacan, la *Resistencia Interna al Cambio* ya que muchas organizaciones encuentran dificultades para modificar su cultura y operaciones, enfrentando resistencia tanto de empleados como de la alta dirección. Este cambio cultural es esencial para implementar prácticas más efectivas, pero puede ser un proceso prolongado y complicado. Así mismo, los *Costos Iniciales*, ya que la adopción de prácticas sostenibles a menudo implica costos iniciales significativos. Aunque los beneficios a largo plazo son evidentes, muchas empresas pueden ser reacias a realizar estas debido a preocupaciones sobre el retorno inmediato.

Por otro lado, la *Falta de Medición y Evaluación*, determinan el retorno de inversión de las iniciativas de RSE, unido a la ausencia de métricas estandarizadas y herramientas adecuadas para evaluar el impacto social y ambiental dificulta la justificación de estas iniciativas ante los grupos de interés. Además, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a menudo enfrentan barreras como la falta de recursos y conocimiento sobre RSE, lo que limita su capacidad para adoptar prácticas responsables en comparación con las grandes corporaciones. Esto genera una disparidad en cómo se percibe y se implementa la RSE en diferentes sectores (Pérez Castañeda et al. 2022).

Con el aumento de regulaciones relacionadas con la sostenibilidad, las empresas deben adaptarse rápidamente a nuevos requisitos normativos. Esto puede ser especialmente desafiante para aquellas sin experiencia previa en reportes de sostenibilidad o cumplimiento de estándares ambientales. A pesar del reconocimiento generalizado de la importancia de la RSE, existe una separación entre este

reconocimiento y su implementación efectiva. Las estrategias no siempre se traducen en acciones concretas que generen un impacto significativo en los grupos de interés. Aunque, algunas empresas recurren al "lavado verde", haciendo afirmaciones engañosas sobre su desempeño ambiental o social para mejorar su reputación. Esto socava la credibilidad de las iniciativas genuinas de RSE y dificulta los esfuerzos auténticos por promover prácticas responsables.

Por otro lado, las empresas deben equilibrar los intereses diversos y a veces conflictivos de varias partes interesadas, incluidos accionistas, empleados, clientes y comunidades. Este equilibrio puede ser difícil, especialmente cuando se priorizan las ganancias a corto plazo sobre los objetivos sociales a largo plazo. De ahí que, estas limitaciones destacan la necesidad urgente de un enfoque más integral hacia la RSE, donde las empresas no solo reconozcan su importancia, sino que también implementen prácticas efectivas que respondan a las expectativas sociales y normativas actuales.

Desde hace un tiempo, se ha producido un cambio gradual en la naturaleza de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) hacia lo que se conoce como RSE estratégica. Este cambio resalta la importancia de alinear los programas de RSE con los desafíos competitivos que enfrentan las empresas, asegurando así el futuro de la RSE al permitir la exploración y explotación de oportunidades emergentes (Kraus et al. 2020).

Numerosos estudios Abbas (2020), Bom Camargo (2021), Carroll (2021) y Cárdenas Contreras et al. (2023) sugieren la existencia de "nichos" de RSE que pueden ofrecer una ventaja competitiva sostenible en los mercados actuales y futuros. Estos incluyen el aprovechamiento de la información proveniente de los grupos de interés para anticiparse a cambios y capitalizar oportunidades comerciales, así como la fidelización de un tipo de cliente cada vez más relevante, especialmente en sectores como el retail, la banca, los seguros y las telecomunicaciones. Además, se busca construir marcas más valiosas y robustas para el negocio, así como reducir costos y mitigar riesgos potenciales que podrían afectar negativamente el

valor de la empresa debido a pérdidas materiales o reputacionales.

En este contexto, cobra especial importancia el impacto que la innovación y la digitalización están teniendo en la naturaleza de los productos y servicios, así como la necesidad de asegurar que estos no generen riesgos sociales ni medioambientales. De hecho, hay voces institucionales, políticas y sociales que advierten sobre las oportunidades y desafíos derivados de los impactos sociales en los elementos que conforman los mercados. Este reto refuerza el interés de las empresas por la RSE y la sostenibilidad, al tiempo que incrementa la complejidad del panorama, lo que explica el esfuerzo creciente que las organizaciones están dedicando a la gestión de la sostenibilidad en el ámbito empresarial (Tamvada 2020).

CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial (RSE) desempeña un papel crucial en la concienciación tanto de las organizaciones como de su entorno social, fomentando un cambio en aspectos ecológicos, sociales y económicos en beneficio del bienestar y la salud de las personas. A medida que el tiempo avanza, se identifican cada vez más elementos relevantes en la gestión empresarial. Al analizar la RSE en Abbott Laboratories, se encontraron aspectos positivos, pero también áreas de mejora que podrían contribuir a un mayor equilibrio entre todas las partes interesadas.

La gestión empresarial puede optimizarse mediante el desarrollo e implementación de la responsabilidad social en diversas áreas de la organización, utilizando diferentes estrategias, programas e iniciativas. Esto tiene como objetivo mejorar el bienestar de los grupos de interés a través de las decisiones, acciones y procedimientos adoptados por la empresa. De este modo, es posible recolectar y gestionar adecuadamente los residuos, transformándolos en fuentes de energía renovable, lo que contribuye al medio ambiente y promueve un entorno saludable para todos los grupos de interés. En cuanto al sistema de dirección de la empresa, se puede mejorar al establecer indicadores de gestión y un cuadro de mando integral que ayuden a la dirección a tomar decisiones basadas en indicadores

diagnósticos, mecanismos de monitoreo y control, así como indicadores prospectivos. Esto permitirá anticipar posibles impactos futuros, aspectos que se proponen en las recomendaciones presentadas en este trabajo.

REFERENCIAS

- Abbas, J. (2020). Impact of total quality management on corporate green performance through the mediating role of corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118458. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118458>
- Bom Camargo, Y. I. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(2), 130-146. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/cs/index>
- Cárdenas Contreras, L. P. C., Alvarado, W. P., & Flórez, E. F. C. (2023). Importancia de la construcción de escenarios para el liderazgo transformacional en la gerencia moderna en Colombia. *Dictamen Libre*, (32), 53-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9047009>
- Carroll, A. B. (2021). Corporate social responsibility: Perspectives on the CSR construct's development and future. *Business & Society*, 60(6), 1258-1278. <https://doi.org/10.1177/00076503211001765>
- Castro Suárez, G. C. (2023). El papel de la ética en la toma de decisiones empresariales. *Nexus Research Journal*, 2(1), 25-34. <https://doi.org/10.62943/nrj.v2n1.2023.8>
- Díaz Muñoz, G. A., & Salazar Duque, D. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, (39), 19-36. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>
- Fatima, T., & Elbanna, S. (2023). Corporate social responsibility (CSR) implementation: A review and a research agenda towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 183(1), 105-121. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05047-8>
- Feng, Y., Akram, R., Hieu, V. M., & Hoang Tien, N. (2022). The impact of corporate social responsibility on the sustainable financial performance of Italian firms: mediating role of firm reputation. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 35(1), 4740-4758. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.2017318>
- Islam, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 123-135. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.019>
- Kraus, S., Rehman, S. U., & García, F. J. S. (2020). Corporate social responsibility and environmental performance: The mediating role of environmental strategy and green innovation. *Technological forecasting and social change*, 160, 120262. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120262>
- Ormaza, J. E., Crespo, J. D. O., Valarezo, F. R., & Vázquez, J. O. Q. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 175-193. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565475>
- Pérez Castañeda, M. L., Largosa, T. I. Y. I., & Morales, A. J. S. (2022). Responsabilidad social empresarial: enfoque basado en la relación con stakeholders. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico.*, (16), 451-464. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6917189>
- Rodríguez, R. (2024). Responsabilidad social empresarial y el marketing sostenible: una ruta hacia el desarrollo sustentable. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 29(107), 1059-1071. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.107.4>

- Salcedo Muñoz, V. E., Vásquez, J. C., Aguirre, P. A. U., & Guzmán, J. J. P. (2021). Responsabilidad social empresarial en el sector bananero de la provincia de El Oro–Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 394-403. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090628>
- Taliento, M., & Netti, A. (2020). Corporate social/environmental responsibility and value creation: reflections on a modern business management paradigm. *Business Ethics and Leadership*, 4(4), 123-131. [http://doi.org/10.21272/bel.4\(4\).123-131.2020](http://doi.org/10.21272/bel.4(4).123-131.2020)
- Tamvada, M. (2020). Corporate social responsibility and accountability: a new theoretical foundation for regulating CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 5(1), 2. <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0045-8>