

La Responsabilidad Social Corporativa y su papel para la competitividad de las empresas latinoamericanas

Corporate Social Responsibility and its role for the competitiveness of Latin American companies

Clayson Cosme Da Costa Pimenta

RESUMEN

El presente artículo explora la potencialidad del paradigma de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su impacto en la competitividad de las empresas de América Latina y el Caribe (ALC). En primer lugar, se define el concepto, analizando cómo ha evolucionado desde los años 70, para, posteriormente, trazar un cuadro general acerca de las perspectivas que la RSC abre en una región como la latinoamericana. Se reserva un apartado específico para examinar el papel de la RSC en las pequeñas y medianas empresas (pymes). Por último, se bosquejan varias líneas de investigación prospectivas alrededor del problema de la RSC y la competitividad empresarial.

Palabras clave: responsabilidad social corporativa; competitividad; América Latina y el Caribe; nuevo paradigma empresarial.

ABSTRACT

This article explores the potential of the Corporate Social Responsibility (CSR) paradigm and its impact on the competitiveness of companies in Latin America and the Caribbean (LAC). In the first place, the concept is defined, analyzing how it has evolved since the 1970s, and then, to draw a general picture about the perspectives that CSR opens a region like the Latin American. A specific section is reserved to examine the role of CSR in small and medium-sized enterprises (SMEs). Finally, several lines of prospective research are outlined around the problem of CSR and business competitiveness.

Keywords: Corporate Social Responsibility; competitiveness; Latin America and the Caribbean, new business paradigm.

Clayson Cosme Da Costa Pimenta
claysonpimenta@gmail.com

Universidad de Oviedo
Universidad Internacional Isabel I de Castilla

ESPAÑA

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO

Da Costa Pimenta, C. (2022). La Responsabilidad Social Corporativa y su papel para la competitividad de las empresas latinoamericanas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, 28(1), 239 - 256. <http://dx.doi.org/10.30972/rfce.2815951>



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Revista de la Facultad de Ciencias Económicas
ISSN 1668-6357 (formato impreso) ISSN 1668-6365 (formato digital) por Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional del Nordeste (UNNE) Argentina se distribuye bajo una Licencia Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional.

1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, EL NUEVO PARADIGMA EMPRESARIAL

1.1. Antecedentes históricos y principios de la RSC

La noción de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) viene siendo utilizada al menos desde los años 70. Hagamos un breve recorrido histórico antes de trazar los fundamentos y rasgos de la RSC, así como las discusiones académicas que se han derivado de ellos. En concreto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 1976) diseñó las líneas maestras del marco común en que se incardinaría la RSC, en un documento revisado y ampliado treinta y cinco años después, en 2011. Si bien en dicho documento no se habló explícitamente de RSC, se introdujeron una serie de cambios notables que tienen que ver con los derechos humanos, la gestión responsable de la cadena de suministros, la preocupación por el cuidado del medio ambiente, la protección de los consumidores, la mejora de las relaciones laborales y del respeto íntegro a los derechos de los trabajadores o una agenda proactiva para contribuir a que las empresas cumplieran con sus responsabilidades como agentes sociales y económicos en función de los desafíos que pudieran tener lugar.

Posteriormente, la Asamblea General de Naciones Unidas (1987) aprobó el *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*, más conocido como *Informe Brundtland*, que, entre otros aspectos, planteó de modo explícito la necesidad de la responsabilidad social en el seno de las empresas, apelando por ejemplo a la responsabilidad social y cívica para la expansión de la enseñanza universal y un apartado específico dedicado a “Medidas de parte de la industria”, en el que se planteaba la responsabilidad de las empresas en la lucha por reducir la contaminación atmosférica y medioambiental.

Dentro del ámbito europeo, una de las regiones del mundo que más se ha destacado en la aplicación de los principios de la RSC, entre mediados de los 90 y principios de los 2000 se dio un impulso muy fuerte a la RSC. Así, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) aprobó el *Libro Verde*, cuyo significativo subtítulo era “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad de las empresas”. En el *Libro Verde* se estableció el cumplimiento de la RSC como un fin esencial en el seno de las empresas. En esa misma década, entre 2001 y 2004, la OCDE publicó dos textos de gran relevancia para el desarrollo de la RSC: *Responsabilidad Corporativa: iniciativas privadas y metas públicas* y *Principios de gobernanza corporativa*. Por último, la nueva cultura empresarial de la RSC recibió un fuerte impulso gracias al Pacto Mundial por la Responsabilidad Social Empresarial (organismo dependiente de la ONU), el cual, en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la *Agenda 2030*, se planteó dos fines básicos: vehicular las acciones concretas en aras de la RSC e incluir los llamados Diez principios del Pacto Mundial por la Responsabilidad Social Empresarial, que resumimos en la Tabla 1:

Tabla 1. Diez principios del Pacto Mundial por la Responsabilidad Social Empresarial

Respeto a la protección de los derechos humanos fundamentales (Principio 1)
Las empresas no deben ser cómplices de la conculcación de derechos humanos (Principio 2);
Las empresas deben asegurar el derecho a la reunión y asociación sindical de los trabajadores (Principio 3);
Las empresas han de acabar con toda forma de trabajo forzoso (Principio 4);
Las empresas tienen la obligación de contribuir a acabar con el trabajo infantil (Principio 5);
Las empresas tienen que terminar con las prácticas discriminatorias en el empleo (Principio 6);
Las empresas deben mantener un enfoque de prevención que favorezca al medio ambiente (Principio 7);
Las empresas han de incentivar iniciativas que fomenten una mayor responsabilidad a nivel medioambiental (Principio 8);
Las empresas han de favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías que respeten el medio ambiente (Principio 9);
Las empresas han de esforzarse por luchar contra la corrupción en todas sus formas (Principio 10).

Nota: Elaborado a partir del Pacto Mundial por la Responsabilidad Social Empresarial.

Si bien han sido y son ampliamente discutidos los resultados respecto a la RSC, hasta el punto de que hay autores que han mostrado una correlación negativa (Wright y Ferris, 1997), otros no han encontrado correlación alguna (Aupperle *et al.*, 1985; McWilliams y Siegel, 2001) y, finalmente, algunos investigadores han dado con una correlación positiva entre RSC y un indicador como la rentabilidad financiera (Waddock y Graves, 1997; Mahon y McGovan, 1998). En todo caso, la RSC podría reportar más beneficios que perjuicios y, además, se ha convertido en una realidad que forma parte de las empresas más innovadoras (también de las latinoamericanas, aunque en menor medida, como veremos).

En definitiva, los principios generales de la RSC han quedado sintetizados por organismos y documentos como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, las directrices para empresas multinacionales de la OCDE, el *Libro Verde para la RSC* de la Comisión Europea y textos como *Global Sullivan Principles of Corporate Social Responsibility* (Nieto y Fernández, 2004). Todos ellos han sido y siguen siendo marcos de referencia para la implementación de las políticas de RSC en otras regiones del mundo, como es el caso de ALC.

Pero, si lo analizamos en función de principios específicos, también ha habido documentos referenciales para los distintos ámbitos o dimensiones de la RSC: derechos humanos (*Declaración universal de los derechos humanos o Normas sobre la responsabilidad de las empresas transnacionales y otras empresas con respecto a los derechos humanos*), derechos laborales (*Declaración tripartita de los principios en relación con las empresas multinacionales y la política social*, de la Organización Internacional del Trabajo [OIT]), medio ambiente (la famosa *Declaración de Río*), corrupción (como el *Convenio para combatir el soborno de funcionarios extranjeros en transacciones comerciales internacionales o los Principios empresariales para contrarrestar la práctica del soborno*, entre otros), etc. (Nieto y Fernández, 2004). Los principios nucleares de la RSC son la transparencia, la materialidad, la verificabilidad, la visión amplia, la mejora continua y la naturaleza social de la organización (Moneva, 2005). En la actualidad, el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WB-CSD, por sus siglas en inglés), una organización radicada en Suiza, ha definido la RSC del siguiente modo:

La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida (como se citó en Correa *et al.*, 2004, p. 15).

Por su parte, otra importante organización en cuestiones de responsabilidad social empresarial, como la estadounidense Business for Social Responsibility (BSR), ha definido así la RSC: La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa (como se citó en Correa *et al.*, 2004, p. 16).

Todos estos documentos de organizaciones internacionales sentaron las bases para la posterior discusión, problematización y expansión internacional de la RSC al mundo de las empresas. A partir de ellos han surgido una serie de discusiones académicas que merece la pena revisar como base para el análisis principal de este artículo, el desarrollo de la RSC en ALC. En primer lugar, los temas clave de la RSC se pueden agrupar bajo las siguientes rúbricas (Correa *et al.*, 2004):

- Ética, valores y principios de los negocios.
- Derechos humanos, trabajo y empleo.
- Gobernanza corporativa.

- Impactos sobre el medio ambiente.
- Relaciones con proveedores.
- Filantropía e inversión social.
- Transparencia y rendición de cuentas (*accountability*).

Respecto al punto de la nueva ética corporativa, cabe no perder de vista que existen diversos tipos de códigos éticos, desde los profesionales o deontológicos (que establecen las formas de actuación de profesiones particulares) hasta los empresariales u organizacionales (que son los que definen las líneas maestras y las políticas de una determinada empresa), pasando por los códigos éticos sectoriales, esto es, aquellos que vinculan a sectores económicos o productivos; por ejemplo, el código ético de una empresa petrolera o de un fondo de inversión (Navarro, 2011).

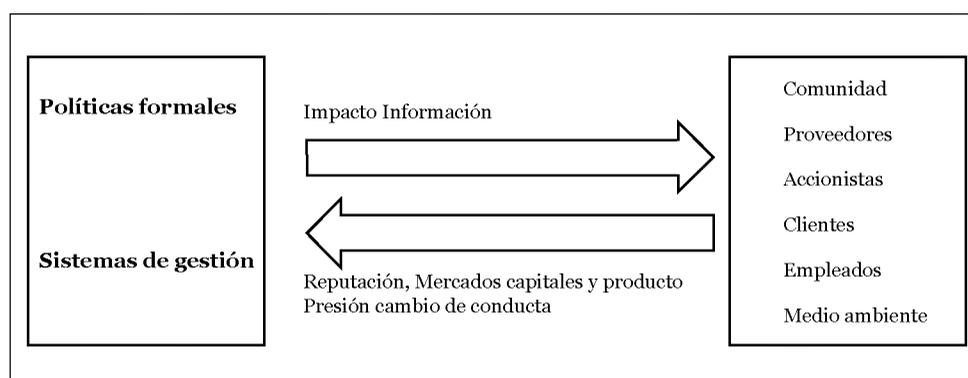
Una noción muy utilizada en el ámbito de la RSC es el de *stakeholders*, que literalmente puede ser traducido por ‘participantes’ o ‘partes interesadas’. Pues bien, en la RSC hay dos tipos fundamentales de *stakeholders*: los internos (accionistas, propietarios y empleados) y los externos (clientes, proveedores, competidores, agentes sociales, administraciones públicas, comunidad local, sociedad y público en general, medio ambiente y generaciones futuras) (Moneva, 2005).

Así pues, tanto el ámbito económico como el social y el medioambiental, incluyendo la transparencia informativa, son partes constituyentes e indisociables de las políticas de RSC. Siguiendo a Lafuente *et al.* (2003), el paradigma de la RSC comporta “un nuevo modelo de gobierno de las externalidades empresariales en lo económico, social y medioambiental” (p.7), lo que significa que a partir de esta perspectiva las empresas deben asumir las consecuencias de su actividad y entender que forman parte de la sociedad y que sus acciones, por tanto, pueden redundar positiva o negativamente en ella. Como prueba de que son cada vez más las empresas que en todo el mundo asumen los principios de la RSC, el estudio de Lafuente *et al.* (2003) refiere la existencia de los fondos ISR (inversión socialmente responsable), también llamados fondos éticos. Estos fondos de inversión se caracterizan por poner en valor los principios nucleares de la RSC, mostrando preocupación por cuestiones sociales y medioambientales.

No obstante, como apunte crítico, cabe señalar en este sentido hasta qué punto no están tales empresas asumiendo la RSC por puro oportunismo, lo cual, de ser así, desnaturalizaría y falsificaría los fundamentos de la RSC. Porque, si reconocemos que una RSC solo puede ser exitosa si es asumida de forma consciente y voluntaria, ¿podemos hablar de RSC en el caso de empresas que simplemente asumen el nuevo paradigma por no quedar rezagadas respecto a la competencia? Sea como fuere, está fuera de discusión que, con independencia de las motivaciones reales que mueven a muchos actores económicos a la hora de asumir la RSC, el hecho mismo de que la RSC se convierta en una fuerza más de la competencia empuja a un creciente número de compañías a integrarse en el nuevo enfoque. Así, sea de forma forzada o por iniciativa propia, la RSC parece una fuerza incontenible en estos momentos. Otra cuestión es analizar cómo las crisis de 2008 y la provocada por la pandemia del SARS-CoV-2 en 2020 han alterado o modificado, en un sentido u otro, las políticas de RSC.

Tal y como se refleja en la Figura 1, la RSC constituye un complejo organigrama en el que intervienen múltiples factores y actores sociales, económicos y políticos. La comunidad o sociedad en general, los proveedores, los accionistas, los clientes, los empleados y el medio ambiente se ven afectados tanto por las políticas formales como por los sistemas de gestión, a lo que hay que sumar el impacto bidireccional de la información, por un lado, y de la reputación, los mercados de capitales y productos y las presiones para el cambio de conducta, por otro lado. En cuanto a la conducta empresarial, se tienen en cuenta, fundamentalmente, conflictos de interés, la propiedad intelectual, problemas de injerencia política (incluyendo prácticas de corrupción, como cohecho, soborno, etc.), la competitividad propia de la economía de mercado capitalista, los (in)cumplimientos de la ley y la idea de ciudadanía corporativa.

Figura 1. RSC, agentes socioeconómicos y políticas públicas



Nota: Del estudio de Lafuente *et al.* (2003, p. 15).

Otro asunto de interés al que cabe referirse es que la literatura especializada en RSC viene constatando desde hace años que las políticas de RSC han de adaptarse al marco de la globalización. Así, se trata de “adecuar la RSE al contexto y realidad de las sociedades en las que operan las empresas, diseñando estrategias a la medida, según las particularidades del entorno en que se desarrollan” (Añez y Bonomie, 2010, p. 164).

A este respecto, como refieren los dos autores anteriormente citados, las empresas en la actualidad están cada vez más obligadas a asumir y poner en práctica los principios de la RSC para poder ser socialmente aceptadas en el mercado mundial. De ahí que el número de empresas que tratan de vender una imagen de máximo respeto a la RSC crezca día tras día. De ahí, igualmente, que la comunicación entre empresas y el resto de la sociedad deba dotarse de todo tipo de canales fluidos de tal modo que las primeras puedan conocer las nuevas demandas sociales al calor de los objetivos y principios que los principales documentos que hemos analizado han formulado a propósito de la RSC.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Una vez que hemos pasado revista y problematizado los principios y fundamentos de la RSC, estamos en condiciones de examinar de modo crítico cuáles son la realidad y las perspectivas de desarrollo que tiene la RSC en una región del mundo como la latinoamericana.

Las primeras o embrionarias manifestaciones de RSC en ALC se dieron en los años 60, cuando se constituyó la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE) (Cannessa y García, 2005). Sin embargo, no fue hasta la década de los 80 y, sobre todo, los 90 cuando la RSC empezó a cobrar de modo paulatino el protagonismo que reviste hoy en la región. Así, a lo largo de toda la década de los 90 fueron emergiendo organismos, los cuales citaremos más abajo, especializados en la promoción y aplicación de políticas de RSC (Font *et al.*, 2009).

Las empresas latinoamericanas se encuadran tanto en la red EMPRESA como en la red regional del citado WBCSD. A mediados de la década de los 2000, más de 100 compañías de ALC, para un total de unas 1100 empresas en todo el mundo, se habían sumado a la iniciativa del Pacto Mundial por la Responsabilidad Social Empresarial en la región latinoamericana. Desde comienzos de la presente centuria, siguiendo el ya citado trabajo de Correa *et al.* (2004), las iniciativas en pos de la RSC han prosperado en la práctica totalidad de los países de ALC.

Así, desde hace casi dos decenios ya existían organizaciones para el desarrollo de la RSC en Argentina (Fundación Tucumán), Brasil (Instituto Ethos), Chile (Acción Empresarial), El Salvador (Fundemas), Guatemala (CENTRARSE), México (Alianza para la Responsabilidad Social [AliaRSE]-Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI]), Panamá (Centro Empresarial de Inversión Social y COMPASS), Perú (Perú 2021) y Uruguay (Desarrollo de la Responsabilidad Social [DERES]).

Si bien existe una gran cantidad de áreas de reconocimiento de la RSC para las empresas de ALC, podemos destacar, siguiendo el análisis de Font *et al.* (2009), al menos las seis siguientes: calidad de vida en la empresa; cuidado y preservación del medio ambiente; vinculación e involucramiento de la empresa con la comunidad; ética empresarial; aplicación de la RSC en la cadena de valor de pymes; fomento del consumo responsable y sostenible. Bajo nuestro punto de vista, todas estas áreas constituyen las vigas maestras de la RSC; no en vano, para que podamos hablar con propiedad de RSC, ninguna de ellas debería faltar ni habría de considerarse menos importante una respecto a la otra. Dicho de otro modo, la RSC es la traducción a nivel empresarial de las nuevas preocupaciones y transformaciones, globales y holísticas, de nuestra sociedad.

En lo que concierne a los actores latinoamericanos que participan en el fomento de la RSC, hay que tener en cuenta que no solo las empresas destacan por su papel, o al menos no en solitario, tal y como muestra el informe de la Fundación AVINA (2011), del que hablaremos ahora. En efecto, además de las empresas, las universidades juegan un papel fundamental en

la RSC; gracias a ellas se han creado numerosos centros, programas o cátedras para investigar y formar a profesionales en RSC, algo muy necesario habida cuenta de que la formación del capital humano es uno de los pilares de la RSC.

Siguiendo el citado informe de la Fundación AVINA (2011), desde que comenzaron las más relevantes conferencias de RSC, “el interés por el tema se refleja en el aumento de investigaciones académicas, inicialmente orientadas al relevamiento, estudio y difusión de casos de buenas prácticas” (p. 30). Esta realidad refuerza la tesis de que para una política eficaz de RSC es indispensable que se produzcan sinergias entre empresas y el resto de la sociedad civil (con la colaboración de las administraciones públicas, por supuesto); los centros universitarios y de investigación pueden servir de soporte o estímulo para desarrollar prácticas más flexibles, sostenibles y competitivas de RSC en el seno de las compañías, tanto grandes como pequeñas.

A tenor del informe titulado *El estado de la Responsabilidad Social Empresarial bajo la mirada de ejecutivos de empresas de Latinoamérica 2009*, para finales de la primera década del siglo XXI, hasta 529 ejecutivos de empresas de 15 países de ALC entendía que el nivel de cumplimiento de los objetivos de RSC era algo en casi todas las dimensiones (relaciones con trabajadores, consumidores y usuarios, protección del medio ambiente, gobernanza corporativa, transparencia, etc.); asimismo, se constató que la mayor parte de las empresas (68 %) preocupadas por la RSC eran grandes, un asunto, el del papel que tienen las pymes en el desarrollo de la RSC, que requeriría, para ser más sistemático y profundo de lo que aquí puede ser, un análisis específico.

El estudio de Núñez (2004) también documentó cómo en ALC ya incluso a finales del siglo XX había una cantidad creciente de empresas que optaban por aplicar las certificaciones propias de la RSC, como la ISO 14001, sobre todo en Brasil, Argentina (país en el que uno de sus emblemas corporativos social y medioambientalmente responsables es la empresa Arcor), México, Chile y Colombia (por este orden). Hay que decir que todo ello se vio espoleado gracias a la iniciativa de organismos internacionales como el Banco Mundial (BM) o el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)¹, que en 2002 organizó la E-Conferencia Interactiva de las Américas sobre Responsabilidad Social, en la que participaron empresas de quince países de ALC. Este hito fue de considerable relevancia por el hecho de que en dicha conferencia se definió la RSC y se abordó el problema de cómo aplicar el concepto en toda la región. Lo más interesante de las conclusiones a que se llegó tiene que ver con el hecho de que, mientras en Estados Unidos o Canadá la RSC se enfocaba más en el sentido de mejorar las tasas de ganancias de las empresas, en ALC la RSC podía servir como motor de desarrollo sostenible, de crecimiento económico equitativo. De hecho, tal y como señala Núñez (2004), tras las conversaciones públicas se extrajeron las siguientes conclusiones:

- a) la necesidad de construir el concepto de RSC tomando en cuenta las características específicas de cada país; b) no se aconseja aplicar un enfoque general, sino que

¹ Otra organización internacional muy importante para la RSC en ALC, como ha mostrado Peinado-Vera (2011), ha sido la Organización de Estados Americanos (OEA).

cumplan con principios generales y enfoques variados dependiendo de las necesidades de los países; c) se requiere de mayor apoyo institucional internacional para el desarrollo y difusión del concepto de RSC; d) crecimiento constante del número de empresas promotoras de la RSC; e) y la creciente participación en este proceso de los principales stakeholders y sociedad civil (Núñez, 2004, p. 33).

Otro aspecto que reviste gran interés de lo analizado por la Fundación AVINA (2011) tiene que ver con las motivaciones principales que explican el cambio de comportamiento de las empresas en general a la hora de asumir conscientemente el paradigma de la RSC. De dichas motivaciones, cabe destacar en primer lugar el impacto que tuvieron las crisis económicas, políticas y sociales que vivieron muchos países de ALC durante los 80 y 90, contexto en el que muchas compañías vieron que la RSC representaba una nueva forma de vincularse con la comunidad. Asimismo, según el informe de la Fundación AVINA (2011), los mercados mundiales dominantes, situados en Estados Unidos, Europa occidental y Japón, fundamentalmente, empezaron a demandar prácticas responsables, lo cual incitó y prácticamente obligó a las empresas latinoamericanas más innovadoras a aceptar el nuevo paradigma y los nuevos códigos de la RSC a nivel mundial. Ello se relacionó a su vez con el hecho de que la RSC se convirtió a principios de este siglo en una tendencia, casi en una moda, a la que ninguna empresa importante podía ni debía sustraerse si quería ser competitiva. También se explica la transformación de paradigma empresarial en ALC por cuanto que los indicadores de medición de RSC propiciaron la aplicación en las empresas de las nuevas políticas. Igualmente, tanto la gestión de riesgos centrados en la presión social como la reputación y las exigencias de las casas matrices de las multinacionales de los países más desarrollados sirvieron como una suerte de válvula de presión para que muchas empresas de ALC implementaran los primeros planes de RSC.

Haciendo un repaso de los temas importantes para la región que pueden ser enfocados mejor gracias a la RSC, podemos distinguir los siguientes (Peinado-Vera, 2011):

- Medio ambiente. Aquí cabe destacar el caso de la constructora mexicana CEMEX, compañía que ha implementado un sistema de gestión de la sostenibilidad “que incluye usar materiales sustitutos que necesiten de menos energía en su proceso, apelar a energías alternativas (biomasa, reutilización de residuos como aceites, disolventes y neumáticos) y renovables (eólica) y búsqueda de métodos que ahorren el consumo de energía” (Peinado-Vera, 2011, p. 75). También se puede citar el caso de la cosmética brasileña Natura.
- Mayores oportunidades económicas para los excluidos. Un ejemplo interesante en este respecto lo tenemos en GrupoNueva y Masisa.
- Mejores condiciones laborales. Una mejora de las condiciones laborales repercute a su vez, como está ampliamente documentado, en la mejora de la productividad y la

rentabilidad, si bien cabe aclarar que la rentabilidad y la competitividad no son objetivos de la RSC, aunque pueden constituir un efecto colateral positivo.

- Oportunidades para las pymes. Al estar generalmente más y mejor conectadas con las comunidades locales, la RSC puede servir como mecanismo de potenciación y fortalecimiento de este tipo de empresas.

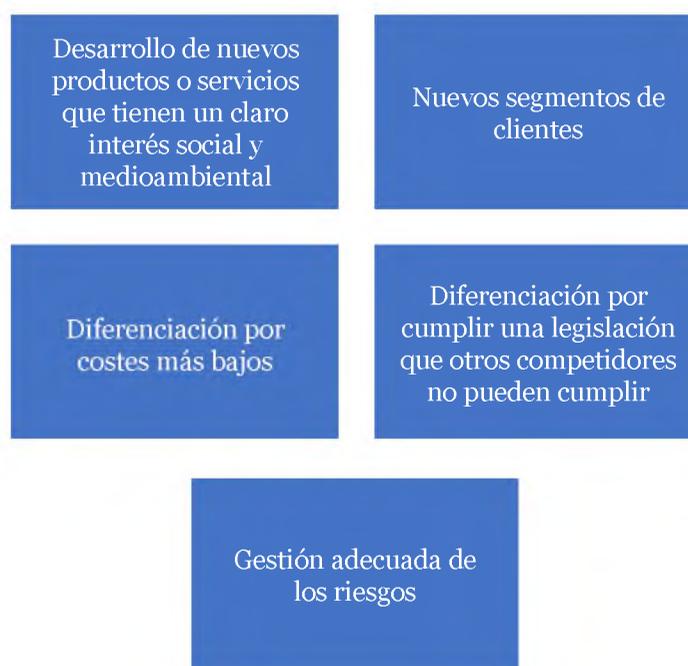
Para finalizar este sondeo analítico respecto a la realidad y la proyección a futuro de la RSC en ALC, es pertinente repasar una serie de datos y hechos muy recientes para poder ver cómo los problemas analizados se han ido (o no) resolviendo, así como para examinar cuál es la situación actual respecto a la receptividad entre la sociedad y las empresas de los principios de la RSC. Lo primero que constatamos, para el caso chileno, es que una abrumadora mayoría de la población demanda a las empresas que se preocupen e inviertan más en proyectos sociales y medioambientales (*Food News LATAM*, 2021). En toda la región, tres de cada cuatro personas consideran que la RSC debería ser el eje para las empresas (Manero, 2021). En otra nación latinoamericana, Perú, el 90 % de los agentes involucrados en la toma de decisiones respecto a inversiones tecnológicas considera que la sustentabilidad es una prioridad (*El Comercio*, 2021). Otro dato que muestra el creciente interés en ALC de los principios fundamentales de la RSC es la constatación de que la sostenibilidad es un tema prioritario para las empresas en ALC (Lozano, 2021); en el caso concreto del Perú, el estudio de la EAE *Business School* y CEAPI han mostrado cómo la RSC es una tendencia cada vez con mayor seguimiento. Sin embargo, en México, una de las economías más potentes de ALC, la mayor parte de los empleadores considera que la RSC no es una prioridad (*Arena Pública*, 2021); en concreto, únicamente el 45 % de altos ejecutivos de ALC cuenta con una estrategia adecuada de sostenibilidad (*La Tercera*, 2021), lo cual demuestra que, pese a los avances, aún queda mucho camino por recorrer. No obstante, como último apunte que permite pronosticar un buen avance de la RSC, en Colombia el 85 % de los ejecutivos de empresas demandan como urgente una nueva estrategia de responsabilidad social (Morales, 2021).

2.1. La RSC y las pequeñas y medianas empresas (pymes) en ALC

Para abordar el problema de la RSC en las pymes de ALC, lo primero a lo que se apunta es que las pymes, microempresas inclusive, adolecen de una falta relevante de asunción de los principios de la RSC, tal y como exponen Bermúdez y Mejías (2018). En este sentido, las pymes latinoamericanas han de poner más énfasis en aspectos como una mejor gestión de los recursos o una formalización más transparente respecto a sus políticas y acciones. Otro problema persistente, siguiendo de nuevo a Bermúdez y Mejías (2018), tiene que ver con una serie de indefiniciones acerca de los valores y conductas que se vinculan con la RSC, si bien se constata un creciente y sincero interés por ir progresivamente asumiendo la RSC, aunque sin obviar el problema de que la RSC sea en ocasiones más una estrategia de *marketing* que una postura corporativa sincera.

Dicho lo cual, podemos hacer alusión a un estudio pionero a propósito de la RSC y las pymes latinoamericanas. Nos referimos a la investigación de Van Hoof y Correa (2010), elaborada para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). En particular, merece la pena detenernos en la realidad de la RSC como ventaja competitiva para las pymes de ALC. En efecto, la visión, la estrategia, los procesos internos y la cultura organizacional que promueve la RSC puede contribuir a “generar valor financiero a partir de las consideraciones sociales y ambientales” (Van Hoof y Correa, 2010, p. 25). Si nos basamos en la propuesta clásica de Reinhardt (2000), toda pequeña o mediana empresa puede plantear cinco caminos estratégicos para alcanzar los objetivos de competitividad gracias a la RSC:

Figura 2. Caminos estratégicos para alcanzar una mayor competitividad gracias a la RSC



Nota: Elaboración propia a partir de Reinhardt (2000).

Asimismo, el estudio de Van Hoof y Correa (2010) corrobora cómo la RSC puede servir a las pymes como una forma de definir y comunicar mejor una determinada dirección estratégica, en cinco dimensiones distintas pero interrelacionadas: un mejor conocimiento de los clientes, unas relaciones más satisfactorias con los empleados, una optimización de la llamada ecoeficiencia, la creación de vínculos con los *stakeholders* como fuente de innovación y, por último, unas relaciones más beneficiosas, en términos bidireccionales, con la sociedad civil.

Para el caso específico de las pymes, el informe de la Fundación AVINA (2011) señala tres factores fundamentales propiciatorios del cambio: la “exigencia de cumplimiento de estándares por parte de las empresas clientes”, la “necesidad del propietario de dejar instalada en la empresa una cultura de gestión ética para cuando él no esté presente” y, por último, la “voluntad del propietario de ayudar a la comunidad que, en muchos casos, lo vio nacer” (p. 41). En definitiva, podemos observar cómo una gran cantidad de causas llevaron a las empresas latinoamericanas a subirse al carro de la RSC. Un problema a resolver es hasta qué punto esta incorporación, que fue de algún modo exógena (es decir, que nació en general de tendencias e impulsos externos), implicó o no una aceptación crítica, creativa y consciente de los principios de la RSC y una adaptación flexible a las circunstancias y condiciones particulares de toda ALC y de cada país específicamente.

3. CONCLUSIONES

Son varias las conclusiones que podemos extraer a partir de la revisión bibliográfica sistemática que hemos llevado a cabo.

En primer lugar, se ha mostrado cómo la RSC se ha ido poco a poco expandiendo por toda la región latinoamericana, aunque en distinto grado de desarrollo en función de los países, siendo Argentina, Brasil y Chile los más destacados. En cuanto a los tres países en que más ha progresado la RSC en ALC (Argentina, Brasil y Chile), cabe concluir que, si bien la RSC no es ajena a los tres países, pues desde hace décadas existe, por ejemplo en Brasil, una asociación con miras a implantar políticas corporativas social y medioambientalmente responsables, y aunque ha habido un incremento notable de empresas que asumen la RSC desde principios del siglo XXI, a día de hoy no existe una cultura de RSC como en otras áreas del mundo, en especial en Europa, ello a pesar de que, como se ha visto para el caso chileno, es una parte creciente de la sociedad civil la que demanda que las empresas asuman los postulados de la RSC. Un fenómeno que también se expresa, como se ha constatado, en el incremento de la producción académica y científica en ALC a propósito de la RSC, lo que muestra que esta es una preocupación de los sectores más dinámicos y concientizados de las sociedades latinoamericanas.

Además de lo anteriormente señalado, hemos visto que las economías latinoamericanas adolecen aún de ciertas fallas estructurales que dificultan una mayor penetración de la filosofía y las políticas que se derivan de la RSC. Tanto el clima de negocios como el marco institucional y legal han de mejorar todavía, así como otros elementos básicos como la situación de las infraestructuras. De cualquier manera, parece evidente que la región ha llevado a cabo progresos constatables en este sentido, por lo que cabe aventurar que, de seguir así, en pocos lustros ALC pueda alcanzar a otras regiones del mundo en cuanto a seguimiento y cumplimiento de las

principales medidas que tienen que ver con la RSC. También cabe apuntar, a nuestro juicio, el hecho de que en paralelo la integración latinoamericana aún debe resolver algunas asignaturas pendientes, entre otras cosas una mayor profundización de las dinámicas conjuntas, de las sinergias, entre el conjunto de las economías latinoamericanas, algo que, como sabemos, forma parte de la base de las políticas de RSC.

A este respecto, igualmente cabe mejorar la colaboración público-privada, que constituye la llave para que muchos proyectos vinculados con la RSC puedan llegar a buen puerto. La colaboración público-privada es uno de los requisitos más importantes para que prospere la RSC. No solo es importante que se den sinergias entre empresas privadas social y medioambientalmente responsables, sino que también debe profundizarse la coordinación entre los poderes públicos y los actores privados. Por ejemplo, es vital dicha colaboración para una utilización más eficiente y ecológica de las fuentes energéticas, de los insumos y materias primas esenciales en las economías latinoamericanas, muchas de las cuales siguen teniendo un alto componente extractivista, esto es, dependiente de la extracción de productos primarios. Tanto el escenario público como el escenario privado son, por tanto, relevantes para que la RSC sea una realidad efectiva en ALC. Además, los poderes públicos tienen en particular el reto de llevar a cabo programas de sensibilización eficaces para que los consumidores estimulen y apoyen las iniciativas corporativas social y medioambientalmente responsables.

Igualmente, la RSC podría ser una herramienta de primer orden para garantizar la transparencia empresarial y la buena gobernanza corporativa, aspectos sin los que no es posible llegar a ser verdaderamente competitivos. Si bien en la RSC intervienen, como hemos podido ver, múltiples actores, el papel de las empresas es determinante; estas deben ejercer un rol de liderazgo para que las políticas de RSC en la región latinoamericana puedan llegar a buen puerto.

Asimismo, la mejor forma de incentivar la RSC entre los países del área de ALC podría ir encaminada a persuadir a los empresarios, que son los agentes al fin y al cabo responsables de las políticas de cada empresa, de que la RSC va a mejorar sus resultados financieros, su rentabilidad, su productividad y su competitividad. Además, está sobradamente confirmado que las políticas de RSC redundan positivamente en las cuentas de resultados de las empresas que las adoptan e implementan. De tal modo que la RSC no es únicamente rentable, sino que además ayuda a mejorar de modo considerable la posición competitiva de las empresas, un elemento que es fundamental en las economías latinoamericanas, que aún deben mejorar dicha posición en la división internacional del trabajo.

Por último, respecto a las futuras líneas de investigación, nuestro estudio y revisión de distintos análisis nos ha permitido aventurar que puede haber al menos dos ejes de interés para discusiones futuras: en primer lugar, llevar a cabo un análisis pormenorizado y crítico-comparativo del avance de la RSC en todos los países que forman parte del área de ALC desde que se inició la crisis pandémica a comienzos de 2020; en segundo lugar, examinar qué elementos singulares y originales ha aportado la región latinoamericana a la mejora del paradigma de la RSC.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Añez Hernández, C. y Bonomie, M. E. (2010). Responsabilidad social empresarial: estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Revista de Formación Gerencial*, 1, 144-168. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3297019>

Arena Pública. (2021). Responsabilidad social, en tercer plano para empleados mexicanos. <https://www.arenapublica.com/negocios/responsabilidad-social-en-tercer-plano-para-empleados-mexicanos>

Asamblea General de las Naciones Unidas (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf

Bermúdez Colina, Y. y Mejías Acosta, A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 3(39). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362018000300315

Canessa, G. y García, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Perú 2021. <https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/abc%20de%20la%20rse%20en%20el%20peru%20y%20el%20mundo.pdf>

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

Correa, M. E., Flynn, S. y Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Naciones Unidas, CEPAL, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5621/S044214_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El Comercio. (2021). La sustentabilidad es una prioridad para el 90% de los tomadores de decisión de tecnología. <https://elcomercio.pe/economia/la-sustentabilidad-es-una-prioridad-para-el-90-de-los-tomadores-de-decision-de-tecnologia-noticia/>

Font Playán, I., Gudiño Pérez, P., Medina Salgado, C., Sánchez Martínez, A. y Cardozo Brum, M. (2009). Responsabilidad social empresarial en América Latina: Un panorama general. *Ad-*

ministración y Organizaciones, 24(12), 57-73.

<https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/176>

Food News LATAM. (2021). *El 93% de los chilenos dice que las empresas deben invertir más en proyectos sociales y medioambientales*. <https://www.foodnewslatam.com/paises/11526-el-93-de-los-chilenos-dice-que-las-empresas-deben-invertir-m%C3%A1s-en-proyectos-sociales-y-medioambientales.html>

Fundación AVINA. (2011). *En busca de la sostenibilidad: el camino de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina y la contribución de la Fundación AVINA*. Fundación AVINA. <http://bibliotecadigital.ciren.cl/bitstream/handle/123456789/33029/rse.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

La Tercera. (2021). Solo el 45% de altos ejecutivos de América Latina cuenta con una estrategia de sustentabilidad. <https://www.latercera.com/pulso/noticia/solo-el-45-de-altos-ejecutivos-de-america-latina-cuenta-con-una-estrategia-de-sustentabilidad/DAOESOFIXVDU7KPUECRJ3XR3Q4/>

Lafuente, A., Viñuales, V., Pueyo, R. y Llaría, J. (2003). *Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas*. Fundación Alternativas. https://ecodes.org/documentos/archivo/ecodes_fa_rsc_politicas_publicas.pdf

Lozano, V. (2021). Sostenibilidad: tema prioritario para las empresas en América Latina. *El Peruano*. <https://elperuano.pe/noticia/120415-sostenibilidad-tema-prioritario-para-las-empresas-en-america-latina>

Mahon, J. F. y McGovan, R. A. (1998). Modeling industry political dynamics. *Business & Society*, 37(4), 390-413.

Manero, P. (2021). En Latinoamérica, 3 de cada 4 personas ven a la responsabilidad social como eje para empresas. *NOTIPRESS*. <https://notipress.mx/negocios/latinoamerica-3-de-4-ven-responsabilidad-social-eje-empresas-8258>

Moneva Abadía, J. M. (2005). Información sobre responsabilidad social corporativa: Situación y tendencias. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, 34, 43-67. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2232918>

Morales Arévalo, N. (2021). Más de 85% de líderes empresariales pide una estrategia de responsabilidad social. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/mas-de-85-de-lideres-empresariales-pide-una-estrategia-de-responsabilidad-social-3207772>

Navarro García, F. (2011). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. ESIC. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LyqG6yzMNnsC&oi=fnd&pg=PA103&dq=%22responsabilidad+social+corporativa%22&ots=kH3U8waCeq&sig=a9T7GmhM4dOTtie9SYvYpTyXiGI#v=onepage&q=%22responsabilidad%20social%20corporativa%22&f=false>

Nieto Antolín, M. y Fernández Gago, R. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. *Universia Business Review*, 1, 28-39. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43300103.pdf>

Núñez Reyes, G. (2004). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Naciones Unidas, CEPAL, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5779/S0310754_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (OCDE, 1976). *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales*. <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>

OCDE. (2004). *Principles of Corporate Governance*. <https://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/31557724.pdf>

OCDE. (2001). *Corporate Responsibility. Private Initiatives and Public Goals*. <https://www.oecd.org/daf/inv/corporateresponsibility/35315900.pdf>

ONU. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/06/ONU-Agenda-2030.pdf>

Pacto Mundial por la Responsabilidad Social Empresarial. (2021). *Diez Principios*. <https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>

Peinado-Vera, E. (2011). RSE en América Latina. En Vives, A. y Peinado-Vara, E. (Eds.). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Foro Multilateral de Inversiones (FOMIN), Banco Interamericano de Desarrollo. <https://cmappublic.ihmc.us/rid=1WCCGMV2N-PM4X2K-6WVo/La%20responsabilidad%20social%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.pdf>

Reinhardt, F. (2000). *Down to Earth: Applying Business Principles to Environmental Management*. Harvard Business Press.

Van Hoof, B. y Correa, M. E. (2010). *Cambio y oportunidad: la responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas, CEPAL, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5071>

Waddock, S. y Graves, S. (1997). The corporate social performance – financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 309-319.

Siglas y acrónimos utilizados

Alianza para la Responsabilidad Social (AliaRSE).

Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE).

Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Banco Mundial (BM).

Centro Empresarial de Inversión Social (CEIS).

Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD).

Desarrollo de la Responsabilidad Social (DERES).

Inversión Socialmente Responsable (ISR).

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Organización de Estados Americanos (OEA).

Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

CURRICULUM VITAE

Clayson Cosme Da Costa Pimenta

Doctor en Proyectos con Especialidad en Investigación "Gestión Empresarial y Desarrollo Directivo" por la Universidad de Oviedo, España y Universidad Internacional Iberoamericana

- UNINI, Puerto Rico. Profesor asociado de la Universidad de Oviedo, España (Departamento de Organización y Dirección de Empresa). Profesor tutor en la Universidad Internacional Isabel I de Castilla, Burgos, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3169-3519>

claysonpimenta@gmail.com