

Gobernanza ética que promueve una relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad empresarial: propuesta de un modelo de medición

Ethical Governance Promoting the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Business Competitiveness: Proposal of a Measurement Model

DOI: <https://doi.org/10.65740/vqdkft26>

Estela González de Rojas

erojas@posgradocolumbia.edu.py

Universidad Columbia del Paraguay

Sede Posgrado Columbia

<https://orcid.org/0000-0002-7890-9404>

Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha consolidado como un componente estratégico en la gestión organizacional contemporánea, al integrar dimensiones económicas, sociales y ambientales en la toma de decisiones. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo analizar la relación entre la RSE y la competitividad empresarial, así como proponer un modelo de medición que permita evaluar dicha relación. Metodológicamente, se adopta un enfoque cualitativo de tipo descriptivo-analítico, basado en la revisión sistemática de literatura especializada y documentos institucionales. Los resultados evidencian que la implementación de prácticas de RSE incide positivamente en el fortalecimiento de la competitividad sostenible, al influir en el desempeño organizacional, la reputación corporativa y la generación de valor para los grupos de interés. Asimismo, se propone un índice de competitividad que integra variables organizacionales y financieras bajo una base de cálculo homogénea. Se concluye que la RSE constituye un factor determinante para el posicionamiento estratégico de las organizaciones en entornos dinámicos, siendo necesario avanzar en el desarrollo de herramientas integrales de medición que permitan evaluar su impacto de manera sistemática.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, competitividad, sostenibilidad, desempeño organizacional, gobernanza ética.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) has become a strategic element in contemporary organizational management by integrating economic, social, and environmental dimensions. This study aims to analyze the relationship between CSR and business competitiveness and to propose a measurement model to evaluate this relationship. A qualitative, descriptive, and analytical approach based on literature review was applied. The results show that the implementation of CSR practices significantly strengthens sustainable competitiveness. Additionally, a competitiveness index integrating organizational and financial variables is proposed. It is concluded that CSR is a key factor for strategic positioning in dynamic environments.

Keywords: corporate social responsibility, competitiveness, sustainability, organizational performance, business ethics

Introducción

En el contexto actual de globalización y creciente exigencia social, las organizaciones enfrentan el desafío de equilibrar sus objetivos económicos con responsabilidades sociales y ambientales. En este escenario, la responsabilidad social empresarial (RSE) ha dejado de ser una práctica opcional para convertirse en un componente estratégico de la gestión organizacional.

Históricamente, la empresa fue concebida como una entidad orientada exclusivamente a la maximización de beneficios. No obstante, en las últimas décadas se ha producido una transformación conceptual que reconoce su rol como agente de cambio social. En este sentido, la RSE implica la integración voluntaria de preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones empresariales y en su interacción con los grupos de interés (Comisión Europea, 2001).

El presente estudio tiene como objetivo analizar la relación entre la RSE y la competitividad empresarial, así como proponer un modelo de medición que permita evaluar dicha relación en el contexto organizacional.

Revisión de la literatura

Responsabilidad social empresarial

La RSE se define como un enfoque de gestión que incorpora valores éticos, sociales y ambientales en la toma de decisiones empresariales. Este concepto implica una transformación en la naturaleza de la empresa, que pasa a ser considerada como una institución socioeconómica con responsabilidad hacia la sociedad (Koontz & Weihrich, 1998).

La literatura coincide en que la RSE no se limita a acciones filantrópicas, sino que debe integrarse en la estrategia organizacional, generando valor tanto para la empresa como para sus stakeholders.

Rendimiento organizacional

El rendimiento organizacional se refiere a la relación entre los resultados obtenidos y los recursos empleados (Real Academia Española, 1992). Este puede analizarse en distintos niveles:

- Eficacia organizativa
- Rendimiento operativo
- Rendimiento financiero

La dirección estratégica sostiene que las decisiones empresariales inciden directamente en el desempeño organizacional (Porter, 1990).

Algunas consideraciones establecidas en el Libro Verde de la Comisión Europea con relación a la RSE, por lo que se hace necesaria resaltar en este apartado lo manifestado en el mismo, acerca de la Responsabilidad Social Corporativa: *“La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos los interlocutores”*. Y en el mismo documento, también se establece una nueva estrategia global cuyos objetivos son: *“Poseer la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo; capaz de conseguir un crecimiento económico sostenible con mayores y mejores empleos, y por sobre todo mayor cohesión social”*.

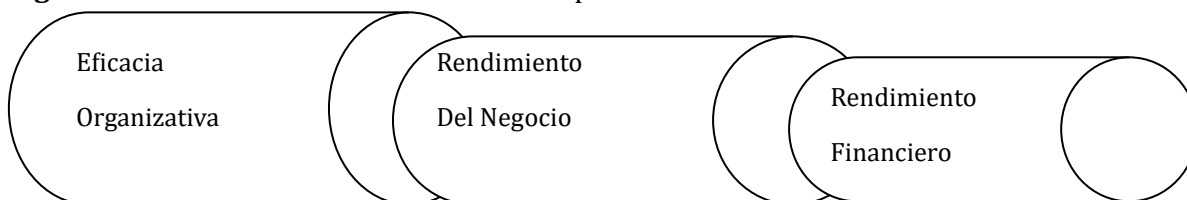
Con lo planteado cabe resaltar pues, en definitiva, que en manos del estratega está el gran desafío traducido en que las empresas deberán buscar alcanzar el reto de dar respuesta satisfactoria a las

metas relativas tanto a las responsabilidades económicas, sociales, como las medioambientales. Vale decir, que operar en base a los preceptos de la responsabilidad social no implica que las empresas deberán descuidar sus rendimientos económicos, ya que ésta es la base de su supervivencia. Solo se intenta agregar otros elementos de carácter social que le permita una competitividad sostenible y sustentable en el tiempo.

El tema de rendimiento de la empresa ha sido abordado en la órbita de los estudios sobre la estrategia y es sabido que la “investigación en la dirección estratégica se fundamenta en el principio de que la estrategia influencia el rendimiento de la empresa”. No obstante, esta preocupación por el rendimiento de la firma no es singular o exclusivo de esta disciplina, ni por supuesto tampoco del marketing; al contrario, es compartida por todas las ramas de la gestión empresarial y por determinadas corrientes relevantes dentro de los campos de la economía.

Al respecto se presenta una breve descripción de los diferentes niveles de rendimientos considerados por una empresa.

Figura N° 1: Niveles de rendimiento de la empresa



Fuente: Elaboración propia en base a Cossío, Francisco. Pag. 117.

Conforme puede visualizarse en la Figura 1, la eficacia organizativa representa un enfoque más general, más amplio en el que el rendimiento de la firma se identifica como una parte de la misma.

No cabe duda, que la esencia de la cuestión no radica tanto en la distancia conceptual existente entre estos tres elementos, sino más bien en los distintos niveles de análisis que podemos plantear en el estudio del rendimiento. De este modo, en el peldaño más alto, se situará el rendimiento o eficacia organizativa, bajo una perspectiva más política que científica, y su articulación y contenido responderá a la pugna que los diferentes individuos participantes en el proceso de toma de decisiones (departamentos, áreas, grupos internos y externos) sostienen por el logro de sus propios objetivos. En definitiva, la eficacia organizativa no puede perder de vista las metas que la firma anhela, pues en caso contrario, no estaríamos midiendo la contribución del output de la empresa a la cobertura de dichos fines.

Por su parte, el rendimiento organizativo puede ser contemplado como la evaluación de los grupos respecto a cómo la organización está cumpliendo su grado de expectativas. De este modo, los investigadores en materia de estrategia suelen percibir este planteamiento desde niveles más concretos, centrándose no ya en la eficacia organizativa, sino en los rendimientos operativos y financieros.

Entonces, podemos afirmar que los estudiosos sobre estrategia se han centrado fundamentalmente, en los dos niveles inferiores, elaborando y enfatizando indicadores de rendimiento financiero (crecimiento de las ventas, rentabilidad, etc.) y de rendimiento operativo (cuota de mercado, lanzamiento de nuevos productos, calidad de los productos, etc.).

No obstante, en diversos ámbitos todavía parece contradictorio que una organización que tenga intereses económicos sea socialmente responsable y que una organización socialmente responsable tenga intereses económicos. Apreciaciones de este tipo, precisamente, son las que hoy

más que nunca deberían dejarse atrás, a fin de poder orientar las empresas hacia una conducta que tienda a la defensa de los derechos humanos, de la sociedad en general donde interactúa como así de la protección del medio ambiente.

La noción de Responsabilidad Social Empresarial no significa que el empresario desestime la importancia de generar beneficios, siendo este aspecto el núcleo central de la finalidad de toda organización, sino simplemente que su maximización no se produzca a cualquier precio ni a cualquier costo, esto es, que no implique o conlleve la utilización de determinados medios como la explotación de la mano de obra, la destrucción del medio ambiente, la obtención de otros beneficios que la alejen de la legalidad, entre otros que se podrían mencionar.

Ante estas afirmaciones, podemos destacar que la Responsabilidad Social Empresarial está presente en cada uno de los niveles en forma directa e indirecta. Actúa de manera específica en el logro de la eficacia organizativa y por ende con grandes incidencias en la obtención de los rendimientos operativos y financieros. De ahí que nuestra investigación va adoptando mayor fuerza buscando una respuesta al planteamiento de nuestra hipótesis.

Competitividad empresarial

La competitividad empresarial se entiende como la capacidad de una organización para generar ventajas comparativas sostenibles en el tiempo (Porter, 1990). Esta depende de factores internos (recursos, capacidades, cultura organizacional) y externos (entorno competitivo, regulaciones, demanda).

Relación entre RSE y competitividad

Diversos estudios han demostrado la existencia de una relación positiva entre la RSE y la competitividad. Porter y Kramer (2006) destacan la interdependencia entre empresa y sociedad, proponiendo dos enfoques de análisis:

- Impacto social de la cadena de valor
- Influencias del entorno en la competitividad

La RSE permite mejorar la reputación, fortalecer relaciones con stakeholders y generar ventajas competitivas sostenibles.

Método

El presente estudio adopta un enfoque cualitativo de carácter descriptivo-analítico. Se basa en la revisión sistemática de literatura académica y documentos institucionales relacionados con la RSE y la competitividad.

A partir de este análisis, se desarrolla una propuesta conceptual de modelo de medición, orientada a evaluar la relación entre ambas variables.

Resultados

Propuesta de modelo de medición

Se identifican ocho componentes clave de la RSE:

1. Sistema organizacional
2. Producto
3. Clientes
4. Empleados

5. Salud, seguridad y beneficios sociales
6. Educación
7. Entorno
8. Medio ambiente

Estos componentes permiten estructurar un modelo de análisis integral.

Se propone un Índice de Competitividad (IC) que integra:

- Variables de RSE
- Indicadores financieros (ingresos comparados en el tiempo)

El modelo utiliza una base de cálculo homogénea (base 100), lo que facilita la comparación entre organizaciones.

Discusión

Los resultados evidencian que la RSE constituye un elemento clave para la sostenibilidad empresarial. Su integración en la estrategia organizacional permite generar valor compartido y mejorar la competitividad.

Asimismo, se identifica la necesidad de desarrollar herramientas más integrales de medición, como el Índice Integral de Responsabilidad Social Empresarial (IIRSE), que permita evaluar de manera más completa el impacto organizacional.

Conclusiones

La responsabilidad social empresarial se posiciona como un factor determinante en la competitividad organizacional. Su adecuada implementación permite:

- Mejorar el desempeño empresarial
- Generar ventajas competitivas sostenibles
- Fortalecer la relación con los stakeholders
- Promover el desarrollo sostenible
- Establecer que la ética se transversaliza a través del código de Buen Gobierno organizacional.

Se concluye que la medición de la RSE constituye un desafío relevante, requiriendo modelos integrales que consideren múltiples dimensiones del impacto empresarial.

Referencias

Comisión Europea. (2001). Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.

Koontz, H., & Weihrich, H. (1998). *Administración: Una perspectiva global* (11.ª ed.). McGraw-Hill.

Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.

Real Academia Española. (1992). *Diccionario de la lengua española*. Espasa-Calpe.

Global Reporting Initiative. (2002). *Sustainability reporting guidelines*.

International Organization for Standardization. (1997). ISO 14000: Environmental management systems.

Social Accountability International. (1998). SA8000 Standard.

Declaraciones

Uso de inteligencia artificial: El/los autor/es declara/n que ha/n utilizado herramientas de inteligencia artificial durante la elaboración de este manuscrito y que su uso se limitó a funciones de apoyo (redacción, corrección gramatical o asistencia técnica), sin sustituir la autoría intelectual, el análisis crítico ni la interpretación de los resultados, los cuales son de exclusiva responsabilidad del/los autor/es. En todos los casos, se ha garantizado la integridad académica y la originalidad del contenido presentado.

Conflictos de intereses: El/los autor/es declara/n que no existe ningún conflicto de intereses, ya sea de carácter financiero, personal, institucional o de cualquier otra índole, que pudiera haber influido en los resultados, interpretación o conclusiones del presente estudio.

Financiamiento: El/los autor/es declara/n que la presente investigación no recibió financiamiento específico de agencias del sector público, comercial o de organizaciones sin fines de lucro.