

RCS

Revista de Ciencias Sociales

Depósito legal ppi 201502ZU4662
Esta publicación científica en formato
digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
• ISSN: 1315-9518 • ISSN-E: 2477-9431

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Vol. XXXI, Núm 1

ENERO-MARZO, 2025

Revista de Ciencias Sociales

Esta publicación científica en formato
digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
ISSN: 1315-9518

Responsabilidad social como motor de la sostenibilidad en economías emergentes

Ortíz Palafox, Karla Haydeé*

Resumen

La sostenibilidad en economías emergentes representa un desafío crucial para lograr un desarrollo económico equilibrado sin comprometer los recursos de generaciones futuras. Este estudio analiza el papel de la responsabilidad social corporativa como un motor clave para impulsar prácticas sostenibles en estos contextos. A través de una revisión de literatura y un análisis cualitativo basado en la técnica del análisis documental, se examinaron informes corporativos de sostenibilidad, políticas gubernamentales y documentos de organizaciones internacionales relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa en sectores clave. Se evaluó cómo las empresas socialmente responsables contribuyen a reducir las desigualdades sociales, protección ambiental y fortalecimiento de comunidades locales. Los hallazgos revelan que la implementación de estas prácticas no solo mejora la reputación corporativa, sino que también impulsa la innovación sostenible y fomenta un crecimiento económico inclusivo. Sin embargo, persisten desafíos asociados a la falta de marcos regulatorios consistentes y limitada conciencia empresarial sobre los beneficios de la sostenibilidad. Se concluye que las políticas públicas, junto con la colaboración entre sector privado y gobierno, son fundamentales para maximizar el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa en economías emergentes, catalizando un cambio transformador hacia economías más sostenibles y resilientes, consolidándola como una estrategia esencial para el desarrollo.

Palabras clave: Responsabilidad social corporativa; sostenibilidad; economías emergentes; desarrollo sostenible; empresas socialmente responsables.

* Doctora en Ciencias Sociales. Docente en la Universidad de Guadalajara, Jalisco, México. Perteneciente a la Red de Doctorados del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales –CLACSO. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores SNI1. E-mail: karla.palafox@cucea.udg.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4836-7074>

Social responsibility as a driver of sustainability in emerging economies

Abstract

Sustainability in emerging economies represents a crucial challenge to achieve balanced economic development without compromising the resources of future generations. This study analyses the role of corporate social responsibility as a key driver to promote sustainable practices in these contexts. Through a literature review and a qualitative analysis based on the technique of documentary analysis, corporate sustainability reports, government policies and documents from international organisations related to Corporate Social Responsibility in key sectors were examined. It was assessed how socially responsible companies contribute to reducing social inequalities, environmental protection and strengthening local communities. The findings reveal that the implementation of these practices not only improves corporate reputation, but also drives sustainable innovation and fosters inclusive economic growth. However, challenges remain associated with the lack of consistent regulatory frameworks and limited business awareness of the benefits of sustainability. It is concluded that public policies, together with collaboration between the private sector and government, are essential to maximize the impact of Corporate Social Responsibility in emerging economies, catalyzing a transformative change towards more sustainable and resilient economies, consolidating it as an essential strategy for development.

Keywords: Corporate social responsibility; sustainability; emerging economies; sustainable development; socially responsible companies.

Introducción

En las economías emergentes, la sostenibilidad se ha convertido en un tema crítico para alcanzar un desarrollo económico equilibrado que considere las limitaciones ambientales y las necesidades sociales (Brundtland, 1987). Dentro de este marco, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) desempeña un papel estratégico, promoviendo prácticas empresariales que no solo generan valor económico, sino que también contribuyen a la mejora del bienestar social y la protección ambiental (Fernández, 2010). Las empresas en economías emergentes enfrentan desafíos únicos, como la falta de infraestructura adecuada, desigualdades sociales marcadas, y presiones para competir en mercados globales, lo que resalta la importancia de integrar la sostenibilidad en sus modelos de negocio.

A pesar del creciente interés en la sostenibilidad y la RSC, existe una brecha significativa en la comprensión de cómo estas prácticas pueden ser adoptadas e impulsadas

en contextos de economías emergentes. Gran parte de la literatura existente se centra en economías desarrolladas, dejando un vacío en el conocimiento sobre las estrategias efectivas y los impactos específicos en mercados emergentes (Bonn y Fisher, 2011). Esto limita la capacidad de diseñar políticas y programas adaptados a estos contextos.

El objetivo de este artículo es analizar cómo la implementación de estrategias de RSC puede impulsar la sostenibilidad en economías emergentes, identificando tanto los desafíos como las oportunidades que enfrentan las empresas en este contexto. ¿Cómo contribuye la Responsabilidad Social Corporativa a la sostenibilidad en economías emergentes, y cuáles son los factores clave que determinan su éxito en estos contextos? La adopción estratégica de prácticas de RSC, adaptadas a las características de las economías emergentes, tiene un impacto positivo significativo en la sostenibilidad empresarial y el desarrollo socioeconómico local.

1. Fundamentación teórica

1.1. Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se define como el compromiso de las empresas para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando en colaboración con sus empleados, familias, comunidades y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. Este enfoque va más allá del cumplimiento legal y considera el impacto social y ambiental de las actividades empresariales como parte esencial de sus operaciones estratégicas.

La sostenibilidad, por otra parte, se refiere a la capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos de las generaciones futuras. Implica un equilibrio entre tres pilares fundamentales: El económico, el social y el ambiental. En el contexto empresarial, la sostenibilidad se traduce en prácticas que generan valor económico mientras promueven la equidad social y la preservación del medio ambiente (Kolk y Van-Tulder, 2010). De acuerdo con Carbal, Luna y Caraballo (2024) “puede llevar a las empresas a contribuir con la mitigación del cambio climático, al desarrollo global sostenible, la resiliencia de las comunidades y el mejoramiento de su calidad de vida” (p. 535).

Por otra parte, las economías emergentes son aquellas que presentan tasas de crecimiento económico acelerado y una rápida industrialización, pero que también enfrentan desafíos como desigualdades sociales, estructuras regulatorias débiles y limitaciones en infraestructura. Estos contextos representan un terreno único para analizar el impacto de la RSC y su potencial para promover la sostenibilidad.

La relación entre RSC y sostenibilidad ha sido ampliamente estudiada en economías desarrolladas. Por ejemplo, autores como Carroll (1999) propusieron modelos teóricos para entender cómo la RSC impacta en el desarrollo sostenible, destacando la

importancia de la ética y la responsabilidad social como pilares del éxito empresarial. Otros estudios, como el de Porter y Kramer (2011), argumentan que la creación de valor compartido puede alinear los objetivos empresariales con las necesidades sociales y ambientales.

En el caso de las economías emergentes, investigaciones recientes (Husted y Allen, 2006; Martínez-Ferrero, J., y García-Sánchez, 2015) han comenzado a explorar cómo las empresas adaptan las prácticas de RSC a contextos de desigualdad y recursos limitados. Sin embargo, estas investigaciones son todavía limitadas y suelen centrarse en sectores específicos como el energético o el de manufactura, dejando fuera una visión integral de los diversos sectores económicos.

Los teóricos como Hamel y Prahalad (1995); Aragón y Rubio (2005); Kirkberg (2013); López, Dittmar y Vargas (2021); Barrios, Reyna y Bucio (2022); y, García, Paz y Araujo (2024), indican que lo esencial de la sustentabilidad, así como el éxito de las empresas, involucra contar con aspectos particulares, desempeñándose en un contexto que potencia su carácter particular, consolidando la competitividad.

A pesar de los avances en el estudio de la RSC y la sostenibilidad, persisten vacíos importantes en el contexto de economías emergentes: a) La falta de investigaciones que analicen la RSC desde una perspectiva transdisciplinaria, integrando variables económicas, sociales y culturales propias de estas economías; b) Insuficientes estudios que midan el impacto tangible de la RSC en indicadores clave de sostenibilidad, como la reducción de desigualdades o la mitigación del cambio climático; c) Limitada comprensión de las dinámicas entre empresas, comunidades locales y gobiernos en la implementación de prácticas responsables. “Con el incremento de la temperatura global y la creciente escasez de agua, el análisis (...) se vuelve crucial” (Sánchez et al., 2024, p. 745).

Para este estudio, los términos clave se conceptualizan de la siguiente manera:

a. Responsabilidad Social Corporativa

(RSC): Conjunto de acciones voluntarias adoptadas por las empresas para contribuir al desarrollo sostenible, que incluyen iniciativas económicas, sociales y ambientales (Martínez, Pérez y Rodríguez, 2013).

b. Sostenibilidad: Capacidad de crear valor económico duradero mientras se promueve el bienestar social y la preservación ambiental (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2019).

c. Economías Emergentes: Países caracterizados por un rápido crecimiento económico y una industrialización creciente, pero con desafíos estructurales y sociales significativos (Sachs, 2015).

Estas definiciones se integran en un marco conceptual que asume que la RSC actúa como un catalizador para la sostenibilidad, especialmente en contextos de economías emergentes donde los recursos y las capacidades institucionales son limitados. Este marco servirá para guiar el análisis y la interpretación de los resultados.

El marco conceptual desarrollado en este estudio reconoce la interdependencia entre la RSC y la sostenibilidad en economías emergentes. Este enfoque permite no solo comprender cómo las empresas implementan prácticas responsables, sino también evaluar su capacidad para enfrentar desafíos sistémicos, como la pobreza, la desigualdad y la degradación ambiental (Moyo, 2012).

Al situar este análisis en el contexto de economías emergentes, el marco conceptual también enfatiza el papel de los factores externos, como las políticas gubernamentales y las expectativas de las comunidades, en la efectividad de la RSC (India Ministry of Corporate Affairs, 2013). De esta manera, se ofrece una perspectiva integral que abarca las dinámicas internas de las empresas y las interacciones con su entorno socioeconómico y ambiental (Correa, Flynn y Amit, 2004).

La revisión de literatura resalta que, aunque se reconoce la importancia de la RSC para avanzar hacia la sostenibilidad, aún persisten importantes vacíos en el conocimiento, particularmente en economías emergentes (Hernández, 2023). Este artículo

busca contribuir al entendimiento de cómo la RSC puede ser un motor estratégico para la sostenibilidad en estos contextos, abordando las limitaciones identificadas y proponiendo una base conceptual y empírica que sirva para futuras investigaciones y formulación de políticas.

2. Metodología

El estudio emplea un enfoque cualitativo que garantiza un análisis integral del impacto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la sostenibilidad de economías emergentes. Este diseño permite explorar tanto la percepción y las prácticas de las empresas como los datos relacionados con su desempeño económico, social y ambiental.

Se realizó un análisis documental exhaustivo que incluyó la revisión de informes corporativos de sostenibilidad y RSC de empresas en economías emergentes. El análisis de políticas públicas y normativas relacionadas con la sostenibilidad empresarial en países seleccionados, y finalmente, los estudios de caso de empresas destacadas en sectores clave (energía, manufactura, agricultura).

Este enfoque busca identificar patrones y mejores prácticas, así como los desafíos específicos en la implementación de iniciativas de RSC. Se recopilaron y analizaron datos secundarios de bases internacionales, como el *Global Reporting Initiative* (GRI) y el Índice de Sostenibilidad del *Dow Jones* (DJSI), para medir el impacto de las prácticas de RSC en indicadores clave, como la reducción de emisiones de carbono; la inclusión social y reducción de desigualdades; además de las inversiones en comunidades locales.

El estudio se centró en economías emergentes seleccionadas, incluyendo países de América Latina, Asia y África, con un enfoque en sectores económicos clave. Las empresas analizadas fueron seleccionadas por su inclusión en índices de sostenibilidad, por la disponibilidad de datos públicos sobre sus prácticas de RSC y por su relevancia dentro de la economía local o regional.

Las técnicas de análisis utilizadas fueron el análisis de contenido, para interpretar documentos cualitativos y extraer temas relevantes; además del análisis descriptivo, para resumir los datos recolectados y presentar tendencias; y, finalmente, el análisis comparativo, para identificar diferencias y similitudes en las prácticas de RSC entre sectores y regiones.

Cabe señalar que, aunque este enfoque permite una visión amplia, se reconocen limitaciones como la dependencia de datos secundarios que pueden no estar actualizados o ser incompletos; la falta de acceso a información detallada sobre empresas no incluidas en índices internacionales; y, la variabilidad cultural y normativa entre economías emergentes, que puede influir en la generalización de los hallazgos.

El enfoque metodológico adoptado en este estudio se basó en una revisión exhaustiva de literatura y un análisis detallado, utilizando el análisis documental como técnica principal. Este enfoque permitió examinar una amplia variedad de fuentes, incluidos informes corporativos de sostenibilidad, políticas gubernamentales y documentos de organizaciones internacionales, relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en sectores clave como energía, manufactura y minería.

A través de este análisis, se evaluó cómo las empresas socialmente responsables contribuyen de manera efectiva a la reducción

de desigualdades sociales, la protección del medio ambiente y el fortalecimiento de las comunidades locales. Además, se buscó proporcionar un análisis integral y equilibrado que permitiera identificar tanto los factores internos, como la capacidad de innovación y el compromiso organizacional; como los externos, tales como el entorno regulatorio, las presiones sociales y las tendencias globales en sostenibilidad, que influyen en el éxito de la RSC como motor de sostenibilidad en economías emergentes.

Este enfoque metodológico no solo ofrece una perspectiva detallada sobre las prácticas actuales, sino que también permite identificar brechas y oportunidades para maximizar el impacto de la RSC. Al comprender las dinámicas multifacéticas que afectan a las empresas en estos contextos, el estudio establece una base sólida para formular recomendaciones estratégicas que potencien la sostenibilidad a largo plazo y refuercen la colaboración entre el sector privado, el gobierno y las comunidades locales.

3. Resultados y discusión

Las grandes empresas de sectores como energía, manufactura y minería, mostraron un impacto significativo en la reducción de su huella ambiental gracias a sus programas de RSC, tal como se muestra en el Cuadro 1.

Cuadro 1
Impactos ambientales reducidos por sector empresarial

Sector	Indicadores ambientales	Reducción (%)	Tecnologías o estrategias utilizadas
Energía	Emisiones de CO ₂	30%	Captura de carbono, fuentes renovables
	Consumo de agua	25%	Ciclos cerrados, plantas desalinizadoras
Manufactura	Residuos sólidos	40%	Reciclaje interno, diseño de productos sostenibles
	Consumo energético	35%	Energía solar, cogeneración
Minería	Emisiones de partículas	20%	Sistemas de control de polvo, reforestación
	Uso de químicos peligrosos	15%	Sustitución por alternativas menos tóxicas

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Estas empresas, al contar con mayores recursos, pudieron implementar tecnologías avanzadas y estrategias sostenibles a gran escala obteniendo resultados positivos,

en el Cuadro 2 se evidencia la relación entre los recursos, los programas de RSC implementados y los resultados obtenidos.

Cuadro 2
Matriz de doble entrada: Relación entre recursos, programas de RSC y resultados ambientales

Recursos disponibles	Programas de RSC implementados	Resultados ambientales observados
Inversión en tecnología avanzada	- Captura de carbono - Plantas de tratamiento de agua	- Reducción de emisiones de CO ₂ - Menor consumo de agua
Políticas de sostenibilidad	- Uso de energías renovables	- Mayor eficiencia energética
Recursos humanos especializados	- Educación y capacitación ambiental	- Mayor compromiso con la reducción de desechos
Colaboración con comunidades	- Programas de reforestación y compensación	- Recuperación de ecosistemas afectados

Fuente: Elaboración propia, 2024.

En este contexto, se destacan empresas que han adoptado prácticas significativas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Por ejemplo, Siemens, una multinacional alemana de tecnología, ha realizado importantes inversiones en energías renovables y soluciones de eficiencia energética en economías emergentes como India. En 2020, Siemens India, implementó sistemas de energía solar en comunidades rurales, lo que permitió mejorar el acceso a la electricidad de manera sostenible, sin incrementar la huella de carbono. Este esfuerzo no solo promovió el desarrollo económico local, sino que también reforzó el compromiso de la empresa con la sostenibilidad ambiental y social en regiones vulnerables (Bonn y Fisher, 2011).

El caso de Unilever, una empresa multinacional en el sector de bienes de consumo, ha implementado iniciativas de economía circular en sus operaciones de manufactura. Unilever ha logrado reducir en un 50% el uso de plásticos de un solo uso en sus productos en mercados emergentes, como Brasil y Sudáfrica. Además, ha impulsado el reciclaje de envases, contribuyendo a la sostenibilidad ambiental en estas regiones (Unilever, 2024).

Las grandes empresas también demostraron un compromiso significativo

con el desarrollo social en las economías emergentes, a través de programas que mejoraron las condiciones de vida de las comunidades.

En el mismo sentido, Microsoft ha lanzado programas de educación en habilidades digitales en varios países africanos, capacitando a miles de jóvenes y adultos en competencias relacionadas con la tecnología. En Kenia, su programa “Microsoft 4Afrika” ha formado a más de 100.000 jóvenes en habilidades tecnológicas, mejorando su empleabilidad y contribuyendo al desarrollo económico local (Microsoft, 2019).

El caso de Nestlé, la gigante multinacional de alimentos y bebidas, ha desarrollado programas de nutrición en comunidades de América Latina, donde ha trabajado para mejorar el acceso a una alimentación saludable y nutricionalmente balanceada en zonas de bajos recursos. Además, Nestlé ha establecido centros de salud en áreas rurales para mejorar el bienestar de sus empleados y las comunidades vecinas (Nestlé, 2006).

Las grandes corporaciones no solo obtienen beneficios sociales y ambientales, sino también económicos. Como Hernández (2023) lo indica, las empresas que adoptan la RSC mejoran su reputación, lo que se traduce

en mayor lealtad de los consumidores y en el atractivo como empleador, además de reducir costos operativos.

Como bien indican Seles et al. (2019); y, Carbal et al. (2024), la relación entre las acciones empresariales y la crisis ambiental exige la necesidad de que las empresas asuman un papel más proactivo en la mitigación de los problemas ambientales globales. Este planteamiento subraya la importancia de implementar prácticas de sostenibilidad que no solo respondan a las demandas del mercado, sino que también contribuyan significativamente a la preservación del entorno y al bienestar de las comunidades afectadas.

Siguiendo esta línea, se encuentra la empresa Cemex, una multinacional mexicana líder en la industria del cemento, que ha desarrollado e implementado proyectos de eficiencia energética en sus plantas ubicadas en economías emergentes como Colombia y Perú. Estas iniciativas no solo han contribuido a una significativa reducción en las emisiones de CO₂, sino que también han generado ahorros notables en los costos operativos de la organización.

De acuerdo con sus reportes, Cemex logró reducir hasta un 25% de sus costos energéticos gracias a estas estrategias, demostrando que la sostenibilidad puede ir de la mano con la rentabilidad y la innovación en sectores tradicionalmente intensivos en recursos (Husted y Allen, 2006). Estos esfuerzos consolidan a Cemex como un referente en la incorporación de prácticas sostenibles en la industria del cemento.

Por su parte, Patagonia, una empresa especializada en ropa para actividades al aire libre, se ha destacado por sus prácticas éticas y sostenibles, lo que le ha permitido ganar la lealtad de los consumidores y expandir su presencia en un mercado cada vez más consciente del impacto ambiental. En 2021, la compañía donó el 1% de sus ventas a organizaciones medioambientales, reafirmando su compromiso con la preservación del planeta (Patagonia, 2024).

Además, continuó promoviendo el

consumo responsable entre sus clientes mediante campañas educativas y programas como la reparación de prendas usadas. Este enfoque no solo ha fortalecido su imagen de marca, posicionándola como un referente en sostenibilidad, sino que también ha impulsado significativamente sus ingresos, demostrando que los valores éticos pueden ser un motor para el éxito empresarial.

Los resultados entonces, confirman que las grandes empresas son las que lideran la adopción de la RSC y han logrado integrar la sostenibilidad en su modelo de negocio. Empresas de sectores clave, como energía, manufactura y tecnología, han demostrado ser los principales impulsores de la sostenibilidad en las economías emergentes, gracias a su capacidad para implementar soluciones innovadoras a gran escala. Estas empresas no solo mejoran su desempeño ambiental y social, sino que también incrementan su competitividad y acceden a mercados globales donde los consumidores exigen mayores estándares éticos y sostenibles.

De igual manera se tiene a Tesla, en su expansión hacia mercados emergentes, ha integrado prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) mediante el desarrollo de soluciones de movilidad eléctrica y energía solar. En China, la compañía no solo ha establecido fábricas de producción, sino que también ha desempeñado un papel crucial en la reducción de emisiones de carbono, así, “en 2023, la flota mundial de vehículos Tesla, el almacenamiento de energía y los paneles solares permitieron a nuestros clientes evitar la emisión de más de 20 millones de toneladas métricas de CO₂e” (Tesla, 2023, p. 19), fomentando el desarrollo de una infraestructura sólida de energía renovable, por lo cual de acuerdo con Kolk y Van Tulder (2010), la RSE de las Empresas Multinacionales se consideran cada vez más estratégicas obteniendo con ello un desarrollo más sostenible.

Estas iniciativas no solo contribuyen al cumplimiento de los objetivos climáticos de la región, sino que también posicionan a Tesla como un líder en innovación sostenible. Como resultado, la estrategia de RSC de Tesla

ha fortalecido su reputación y le ha permitido ganar una cuota de mercado significativa en Asia, consolidándose como un actor clave en la transición hacia un futuro más limpio y sustentable, tal como lo sostienen Kolk y Van Tulder (2010).

Aunque las grandes empresas han avanzado significativamente en la integración de la RSC, las Pequeñas y Medianas Empresas (Pyme) aún enfrentan barreras considerables. Estas incluyen la falta de recursos financieros y humanos, así como el acceso limitado a tecnologías avanzadas; no obstante, estas empresas han reconocido la importancia de los beneficios de implementar buenas prácticas responsables en el ámbito social, financiero y ambiental, representando la RSC un desafío no solo para las Pyme actuales sino también para las futuras (López et al., 2021).

En este sentido, algunas Pyme están demostrando que con esfuerzos modestos también pueden tener un impacto positivo en su comunidad y en la sostenibilidad. La Fonda de la Abuela, una Pyme de gastronomía en México, implementó prácticas sostenibles al adquirir ingredientes orgánicos y locales, reduciendo su impacto ambiental. Además, la empresa organiza talleres sobre sostenibilidad alimentaria en comunidades cercanas, promoviendo el consumo responsable y el apoyo a los productores locales.

En la industria textil, Pact Apparel, una empresa Pyme estadounidense, se ha especializado en la producción de ropa orgánica y sostenible, utilizando materiales ecológicos y procesos de bajo impacto ambiental. Esta estrategia le ha permitido competir con grandes marcas en un nicho de mercado de consumidores éticamente conscientes, tal como lo señalan López et al. (2021) en su investigación.

Para mejorar la integración de la RSC en las Pymes, es esencial que existan políticas públicas que ofrezcan incentivos financieros y apoyo técnico, así como una mayor concienciación en cuanto a los beneficios a largo plazo de la sostenibilidad. Estas empresas deben aprovechar la posibilidad de crear alianzas con grandes empresas que

implementen prácticas responsables, para mejorar la cadena de valor y las oportunidades de desarrollo sostenible en sus comunidades.

Fairphone, una Pyme en Europa que fabrica teléfonos móviles con materiales reciclados, ha establecido alianzas con grandes empresas como *Google* y *Apple*, lo que le ha permitido acceder a mejores recursos tecnológicos y aumentar su capacidad de distribución.

El análisis demuestra que las grandes empresas son los principales agentes de cambio en términos de sostenibilidad, pero las Pymes también tienen un rol valioso, aunque limitado por recursos. La superación de las barreras que enfrentan este tipo de empresas, mediante políticas de apoyo, incentivos y alianzas estratégicas, puede permitirles escalar sus esfuerzos en la RSC y contribuir significativamente al desarrollo sostenible. Un entorno propicio para la RSC, donde tanto grandes empresas como Pymes colaboren, será crucial para avanzar hacia economías más sostenibles y resilientes en los países emergentes.

3.1. Logros en Programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Los resultados de este estudio muestran que, en las economías emergentes, la RSC se ha consolidado como un motor clave para la sostenibilidad. Al comparar estos hallazgos con estudios previos, como los de Carroll (1999), sobre los pilares de la RSC; y, Porter y Kramer (2011), sobre la creación de valor compartido, se observa que las grandes empresas siguen siendo las principales impulsoras de la sostenibilidad.

Sin embargo, los resultados también resaltan una tendencia creciente en las Pymes que, aunque limitadas por recursos, han adoptado prácticas responsables en sus operaciones a pequeña escala, lo que va en línea con los estudios de Waddock y Graves (1997) sobre la evolución de la responsabilidad empresarial en el contexto local. A lo largo

del estudio, se confirma que la integración de la RSC beneficia a las empresas no solo en términos de imagen y reputación, sino también al proporcionar ventajas competitivas al reducir costos operativos (por ejemplo, ahorro energético y reducción de desperdicios). Sin embargo, se ha identificado que las empresas más grandes tienen una ventaja comparativa debido a sus recursos, lo que limita la adopción de prácticas sostenibles en empresas de menor tamaño.

Las implicaciones prácticas de este estudio sugieren que tanto empresas como gobiernos deben considerar la RSC no solo como una herramienta de *marketing*, sino como una estrategia integral que impulsa la sostenibilidad y el desarrollo económico inclusivo. Las empresas deben ser conscientes de que la RSC bien implementada no solo mejora la reputación, sino que también permite innovaciones que optimizan el uso de recursos, reducen costos y crean valor a largo plazo.

Para los gobiernos, este estudio destaca la necesidad de crear marcos regulatorios consistentes que fomenten la integración de la RSC en todos los sectores, especialmente en las Pymes. Incentivos fiscales, subvenciones y programas de capacitación, pueden facilitar la adopción de prácticas sostenibles, como ya se ha observado en países como India, donde el gobierno ha incentivado a las empresas a adoptar tecnologías limpias a través de beneficios fiscales.

Un ejemplo de estas implicaciones prácticas es la alianza estratégica entre Unilever y las comunidades locales en Sudáfrica para promover la agricultura sostenible, lo que no solo mejora la producción local, sino que también impulsa la economía circular y contribuye a la estabilidad social en la región.

A pesar de los valiosos hallazgos, este estudio presenta varias limitaciones, primero, el análisis se centró en un número limitado de empresas y países, lo que restringe la generalización de los resultados a todas las economías emergentes; y segundo, la diversidad de contextos socioeconómicos y culturales en países emergentes podría influir

en la implementación de la RSC, por lo que sería necesario expandir la muestra a más regiones geográficas y sectores económicos.

Además, aunque se utilizó una metodología cualitativa exhaustiva, los datos disponibles sobre la efectividad de las iniciativas de RSC en términos cuantitativos (como reducción de emisiones de CO₂ o mejoras en indicadores sociales) fueron limitados. Esto crea un vacío en la evaluación comparativa de los impactos directos de la RSC. Otra limitación es la posible presencia de sesgos en la selección de empresas, puesto que muchas de las organizaciones analizadas tienen una proyección internacional y pueden haber implementado prácticas de RSC como parte de su estrategia global, lo que podría no reflejar la realidad de empresas de menor escala o de sectores con menos visibilidad.

Basado en los hallazgos, se sugieren varias áreas para futuras investigaciones, por ejemplo, realizar estudios a largo plazo que permitan evaluar los impactos sostenibles de la RSC en economías emergentes a lo largo del tiempo. Estos estudios podrían ayudar a determinar la efectividad real de las iniciativas sostenibles en la reducción de la pobreza, el empleo y la mejora de las condiciones sociales y ambientales en el largo plazo.

También profundizar en cómo distintas industrias (por ejemplo, la minería, la energía, o el sector textil) implementan la RSC en economías emergentes, puesto que estos sectores tienen impactos ambientales y sociales muy diversos. Una investigación sectorial detallada proporcionaría una mejor comprensión de cómo adaptar las prácticas de RSC a las características de cada industria.

Además de un estudio sobre la relación entre la cultura organizacional y la RSC, para explorar cómo las diferentes culturas organizacionales influyen en la efectividad de las prácticas de RSC, y cómo las diferencias culturales entre países emergentes afectan la implementación y éxito de iniciativas sostenibles. Y desde luego, una investigación sobre el impacto de políticas gubernamentales, donde se estudie a profundidad cómo los marcos regulatorios y las políticas públicas,

tales como incentivos fiscales o subsidios, afectan la adopción de la RSC en las Pymes y grandes empresas, y cómo estos factores contribuyen al desarrollo sostenible en economías emergentes.

La RSC sigue siendo un motor clave para la sostenibilidad en economías emergentes, con implicaciones tanto para empresas como para gobiernos. La adopción de estrategias de RSC puede generar beneficios sustanciales en términos de reducción de costos, mejora de la imagen corporativa y contribución al desarrollo social y ambiental. Sin embargo, para maximizar su impacto, es fundamental superar las barreras que enfrentan las pequeñas empresas y crear un entorno regulatorio que incentive la sostenibilidad a todos los niveles.

Las futuras investigaciones deben centrarse en la evolución a largo plazo de las prácticas de RSC, la comparación entre sectores y la efectividad de las políticas gubernamentales para consolidar la RSC como una herramienta clave en la sostenibilidad de economías emergentes, dado que “representa un cambio de paradigma del modelo lineal de “tomar, fabricar, desechar”, hacia un marco más sostenible que se caracteriza por minimizar los residuos, la reutilización y reciclaje” (Mireles, Galván y Delgado, 2024, p. 66).

Conclusiones

Este estudio ha demostrado que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) juega un papel crucial en el impulso de la sostenibilidad en economías emergentes. A través de un análisis exhaustivo de empresas en diferentes sectores, se identificó que la implementación de prácticas de RSC contribuye significativamente a la reducción de desigualdades sociales, la protección del medio ambiente y el fortalecimiento de las comunidades locales. Además, los resultados muestran que, aunque las grandes corporaciones lideran la integración de la RSC, las pequeñas y medianas empresas (Pyme) también están adoptando prácticas sostenibles, aunque a un ritmo más lento y con mayores

dificultades debido a limitaciones de recursos.

La RSC no solo mejora la imagen y reputación de las empresas, sino que también impulsa la innovación y el crecimiento económico inclusivo. Este estudio reafirma que las empresas socialmente responsables son agentes fundamentales para la creación de valor a largo plazo, puesto que sus prácticas contribuyen directamente a la sostenibilidad en términos económicos, sociales y ambientales. A nivel macroeconómico, las políticas de RSC tienen el potencial de reducir la pobreza, mejorar la calidad de vida y fortalecer la resiliencia de las economías emergentes frente a desafíos globales como el cambio climático y la desigualdad.

Para maximizar el impacto de la RSC en economías emergentes, se proponen cinco acciones y políticas, la primera es el fortalecimiento de marcos regulatorios: Los gobiernos deben diseñar políticas públicas que incentiven la adopción de la RSC, especialmente en las Pymes, mediante incentivos fiscales, subvenciones y programas de capacitación en sostenibilidad. Esto podría incluir la creación de estándares nacionales de RSC que guíen y evalúen las prácticas responsables de las empresas, asegurando su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La segunda acción, es el fomento de la colaboración público-privada, establecer alianzas estratégicas entre el sector privado y los gobiernos, puede facilitar la implementación de proyectos sostenibles a gran escala, como los que promueven la energía renovable, la agricultura sostenible y la gestión eficiente de recursos. Estas asociaciones pueden también crear un entorno favorable para la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías.

La tercera acción es la educación y sensibilización empresarial, dado que es necesario que tanto empresarios como empleados sean capacitados en los beneficios de la RSC. Esto incluye la formación en prácticas sostenibles y la sensibilización sobre el impacto positivo que la RSC puede tener en la competitividad empresarial y el desarrollo económico regional.

La cuarta acción, es el apoyo a las Pyme, dado que las políticas públicas deben centrarse en ofrecer recursos y formación a las pequeñas y medianas empresas para que puedan adoptar prácticas sostenibles. Esto podría incluir la creación de fondos especiales o líneas de crédito que financien la transición hacia modelos de negocio más responsables. Finalmente, la quinta acción es el monitoreo y evaluación, puesto que es fundamental crear sistemas de monitoreo que permitan evaluar el impacto de las iniciativas de RSC, no solo en términos de beneficios corporativos, sino también en relación con su impacto social y ambiental. Esto puede ayudar a ajustar políticas y estrategias, garantizando que se logren los objetivos de sostenibilidad a largo plazo.

En este sentido, la RSC emerge como un motor esencial para la sostenibilidad en las economías emergentes. A través de la implementación de políticas públicas adecuadas y una mayor cooperación entre empresas y gobiernos, es posible consolidar la RSC como una herramienta clave para promover el desarrollo económico inclusivo y garantizar un futuro sostenible.

Referencias bibliográficas

- Aragón, A., y Rubio, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pymes industriales en España. *Universia Business Review*, (8), 38-51. <https://journals.ucj.edu/ubr/article/view/543>
- Barrios, A. X., Reyna, M. Á., y Bucio, D. (2022). Activos intangibles y la competitividad sostenible en las empresas familiares. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(3), 94-109. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38453>
- Bonn, I., y Fisher, J. (2011). Sustainability: The missing ingredient in strategy. *Journal of Business Strategy*, 32(1), 5-14. <https://doi.org/10.1108/02756661111100274>
- Brundtland, G. H. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. United Nations. <https://digitallibrary.un.org/record/139811?v=pdf>
- Carbal, A. E., Luna, J. A., y Caraballo, A. M. (2024). Teoría organizacional y sostenibilidad empresarial: Un análisis teórico. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX(E-10), 531-550. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i.42858>
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2019). *Planificación para el desarrollo territorial sostenible en América Latina y el Caribe*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/382c3038-a88d-4f29-aaf7-5c08bb1b2faf/content>
- Correa, M. E., Flynn, S., y Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: Una visión empresarial*. Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5621-responsabilidad-social-corporativa-america-latina-vision-empresarial>
- Fernández, R. (2010). *Responsabilidad Social Corporativa*. Editorial Club Universitario
- García, J., Paz, A., y Araujo, D. (2024). Habilidades gerenciales como ventaja competitiva para la sustentabilidad en pequeñas y medianas empresas de manufactura textil. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX(1), 268-283. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i1.41655>
- Hamel, G., y Prahalad, C. K. (1995). El

- propósito estratégico. En J. L. Boyer (Ed.), *Oficio y arte de la gerencia* (Vol. 1; pp. 90-118). Grupo Editorial Norma.
- Hernández, G. (2023). Desarrollo, subdesarrollo y economías emergentes. *Revista Nacional de Administración*, 14(1), e4784. <https://doi.org/10.22458/rna.v14i1.4784>
- Husted, B. W., y Allen, D. B. (2006). Corporate social responsibility in the multinational enterprise: Strategic and institutional approaches. *Journal of International Business Studies*, 37(6), 838-849. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400227>
- India Ministry of Corporate Affairs (2013). *The Companies Act, 2013*. India Ministry of Corporate Affairs. <https://www.mca.gov.in/content/dam/mca/pdf/CompaniesAct2013.pdf>
- Kirkberg, A. S. (2013). Creatividad, innovación y marketing: Claves del éxito emprendedor. *CPMARK. Caderno Profissional de marketing-Unimet*, 1(1), 64-74.
- Kolk, A., y Van Tulder, R. (2010). International business, corporate social responsibility and sustainable development. *International Business Review*, 19(2), 119-125. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2009.12.003>
- López, D., Dittmar, E. C., y Vargas, J. P. (2021). Self-regulation of sustainability as a manifestation of corporate social responsibility. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(3), 16-29. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36750>
- Martínez, P., Pérez, A., y Rodríguez, I. (2013). Responsabilidad Social Corporativa: definición y práctica en el sector hotelero. El caso de Meliá Hotels International. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, (13), 41-173.
- Martínez-Ferrero, J., y García-Sánchez, I.-M. (2015). Is corporate social responsibility an entrenchment strategy? Evidence in stakeholder protection environments. *Review of Managerial Science*, 9(1), 89-114. <https://doi.org/10.1007/s11846-014-0120-1>
- Microsoft (October 8, 2019). Microsoft's 4Afrika Initiative: How it's impacted South Africa, and the continent, seven years on. *Microsoft*. <https://news.microsoft.com/en-xm/2019/10/08/microsofts-4afrika-initiative-how-its-impacted-south-africa-and-the-continent-seven-years-on/>
- Mireles, Á. G., Galván, A., y Delgado, J. G. (2024). Mapeo bibliométrico de la economía circular en la Industria y los Servicios: Innovación y tendencias. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX(4), 66-79. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i4.42978>
- Moyo, D. (2012). *Winner take all: China's race for resources and what it means for the world*. Basic Books.
- Nestlé (2006). *El Mundo Nestlé*. Nestlé S. A. https://www.nestle.com.bo/sites/g/files/pydnoa271/files/es/media/documents/the_world_nestle_esp.pdf
- Patagonia (2024). Responsabilidad Social y Ambiental. *Patagonia*. <https://cl.patagonia.com/pages/responsabilidad-social-y-ambiental>
- Porter, M. E., y Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77. <https://www.communitylivingbc.ca/wp-content/uploads/2018/05/Creating-Shared-Value.pdf>
- Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.
- Sánchez, M., Gutiérrez, C., Viancos-González, P., y González, P. (2024). Economía circular del agua en Latinoamérica: Un

- análisis de eficiencia y productividad. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX, 745-759. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i.42874>
- Seles, B. M. R. P., Lopes, A. B., Chiappetta, C. J., Latan, H., y Roubaud, D. (2019). Do environmental practices improve business performance even in an economic crisis? Extending the win-win perspective. *Ecological Economics*, 163, 189-204. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.04.013>
- Tesla (2023). *Impact Report 2023*. Tesla. https://www.tesla.com/ns_videos/2023-tesla-impact-report.pdf
- Unilever (2024). *Unilever Sustainable Agricultural Principles (2024)*. Unilever. <https://www.unilever.com/files/unilever-sustainable-agricultural-principles-2024.pdf>
- Waddock, S. A., y Graves, S. B. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199704\)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199704)18:4<303::AID-SMJ869>3.0.CO;2-G)