

## "Responsabilidad Social y Capital Humano: Ética y Cultura en la Gestión Empresarial"

### *"Social Responsibility and Human Capital: Ethics and Culture in Business Management"*

#### Autores

Armando Ortiz Guzmán [armando.ortizgzm@uanl.edu.mx](mailto:armando.ortizgzm@uanl.edu.mx)

Paula Villalpando Cadena [paula.villalpandocd@uanl.edu.mx](mailto:paula.villalpandocd@uanl.edu.mx)

Manuel Rosalio Barragán Codina [manuel.barragancd@uanl.edu.mx](mailto:manuel.barragancd@uanl.edu.mx)

Jessica Nicthe Ha Vizcaíno González [jessica.gonzalezvz@uanl.edu.mx](mailto:jessica.gonzalezvz@uanl.edu.mx)

**Resumen.** Este artículo examina la interrelación entre la responsabilidad social empresarial (RSE), la ética empresarial y la gestión del capital humano, y cómo estos elementos contribuyen al desarrollo sostenible y competitivo de las organizaciones. Se argumenta que la RSE, más allá de ser una obligación corporativa, es una herramienta estratégica que fortalece la cultura organizacional, promueve la ética en la toma de decisiones y mejora el bienestar de los empleados. A través de la implementación de prácticas socialmente responsables, las empresas pueden no solo mejorar su reputación y posición en el mercado, sino también atraer y retener talento, aumentar la productividad y fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo. Además, se destaca la importancia de la ética empresarial como base de la RSE, influyendo en la conducta y decisiones de todos los miembros de la organización. El artículo también explora cómo la cultura organizacional, al estar alineada con los principios de la RSE, puede potenciar el impacto positivo de estas prácticas, promoviendo un entorno laboral que favorezca el desarrollo integral del capital humano. En conclusión, se enfatiza que la integración de la RSE en la gestión empresarial no solo es esencial para el éxito organizacional a largo plazo, sino también para cumplir con las expectativas éticas y sociales del entorno actual.

**Palabras Claves.** Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Ética Empresarial, Capital Humano, Cultura Organizacional, Desarrollo Sostenible, Gestión Empresarial, Productividad.

**Abstract.** This article examines the interrelationship between corporate social responsibility (CSR), business ethics, and human capital management, and how these elements contribute to the sustainable and competitive development of organizations. It argues that CSR, beyond being a corporate obligation, is a strategic tool that strengthens organizational culture, promotes ethical decision-making, and enhances employee well-being. By implementing socially responsible practices, companies can not only improve their reputation and market position but also attract and retain talent, increase productivity, and foster a positive and collaborative work environment. Additionally, the importance of business ethics as the foundation of CSR is highlighted, influencing the behavior and decisions of all members of the organization. The article also explores how organizational culture, when aligned with CSR principles, can amplify the positive impact of these practices, promoting a work environment that supports the comprehensive development of human capital. In conclusion, it emphasizes that integrating CSR into business management is not only

essential for long-term organizational success but also for meeting the ethical and social expectations of the current environment.

**Keywords.** Corporate Social Responsibility (CSR), Business Ethics, Human Capital, Organizational Culture, Sustainable Development, Business Management, Productivity.

## Introducción

En un entorno empresarial cada vez más competitivo y globalizado, la responsabilidad social empresarial (RSE) ha emergido como un componente crucial para el éxito sostenible de las organizaciones. Las empresas ya no se evalúan únicamente por sus resultados financieros, sino también por su impacto social y ambiental, y por la manera en que gestionan su capital humano. La RSE se ha convertido en una herramienta estratégica que no solo mejora la reputación de la empresa, sino que también fortalece la lealtad de los empleados, aumenta la productividad y contribuye a un mejor entorno laboral.

El capital humano, entendido como el conjunto de habilidades, conocimientos y competencias de los empleados, es un recurso invaluable para cualquier organización. Las prácticas de RSE enfocadas en el desarrollo del capital humano pueden transformar significativamente la dinámica interna de una empresa, promoviendo una cultura organizacional que fomente la ética, la innovación y el compromiso.

En este contexto, la cultura organizacional y la ética empresarial juegan un papel fundamental en la implementación de la RSE. La manera en que una empresa integra estos elementos en su estrategia global determina no solo su éxito en el mercado, sino también su capacidad para generar un impacto positivo en la sociedad.

Este artículo explora la relación intrínseca entre la responsabilidad social, la ética empresarial y la cultura organizacional, destacando cómo la integración de estos conceptos puede contribuir al desarrollo sostenible de las organizaciones y al bienestar de sus empleados. A través del análisis de diversas teorías y modelos, se argumenta que una gestión empresarial que incorpora la RSE como un eje central no solo es más competitiva, sino también más ética y responsable ante los desafíos del entorno actual.

## **La Responsabilidad Social y el Capital Humano**

La responsabilidad social y el capital humano también están detalladamente relacionadas. El capital humano se refiere al conjunto de habilidades, conocimientos y competencias que poseen los empleados de una empresa u organización. La responsabilidad social se refiere al compromiso que tienen las empresas y organizaciones con la sociedad y el medio ambiente en el que operan.

Las empresas que adoptan prácticas responsables socialmente a menudo también invierten en su capital humano. Esto se logra a través de la formación y el desarrollo de habilidades y competencias de sus empleados. Al invertir en su capital humano, las empresas pueden mejorar la calidad de vida de sus empleados, fomentar el desarrollo personal y profesional y aumentar la productividad.

Además, las prácticas responsables socialmente pueden atraer y retener a los empleados talentosos y comprometidos, lo que a su vez puede mejorar la reputación y el desempeño de la empresa. Los empleados que se sienten valorados y respetados por su empleador tienen más probabilidades de ser leales y comprometidos con la empresa. Tomando en consideración que es este último (el capital humano) uno de los factores claves para lograr cumplir con las metas de la organización y adoptando a la responsabilidad social como un ganar-ganar para beneficio tanto de la con los stakeholders y así generar un mayor desarrollo organizacional.

La Responsabilidad Social y el Capital Humano están estrechamente relacionadas: la Responsabilidad Social se refiere al compromiso que tienen las empresas y organizaciones con la sociedad y el medio ambiente en el que operan; factores que incluyen clientes, proveedores, empleados, consumidores y gobierno. Es una forma de conducta de negocios que normalmente se basa en valores éticos y que incluye el diseño de estrategias para la mejora continua y el mejor desarrollo de la organización.

EL objetivo principal de una empresa que es socialmente responsable es contribuir al mejoramiento de la sociedad, a la economía y al medio ambiente en que se desenvuelve, logrando con esto, una ventaja competitiva en el mercado y ante sus competidores (Donia & Tetrault, 2016).

Lo anterior, sin olvidarnos de que toda empresa u organización, dentro de su Responsabilidad Social, y a través de su departamento de Recursos Humanos, se encuentra el de proporcionar un ambiente de trabajo o clima organizacional que proporcione alto grado de satisfacción a sus empleados, ya que son ellos los que, en gran medida, diseñarán e implementarán las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos descritos con anterioridad.

Una parte importante en donde se fundamentan los puntos de las estrategias a seguir es desde el diseño e implementación de la Planeación Estratégica, después pasa al nivel táctico, que este caso son los departamentos de recursos humanos y busca la armonización de la visión y misión en el personal y un punto también importantísimo es la consideración de los aspectos de la Responsabilidad Social, tomando en cuenta las siguientes razones:

- a) Disminuye los efectos de la contaminación del medio ambiente, con el control de los procesos de su producción.
- b) Genera un alto impacto en la aceptación de la marca de sus productos en el mercado y en los consumidores finales y,
- c) Crea un gran impacto en los cambios en las conductas y comportamientos de sus empleados (Cejas & Camejo, 2009).

De acuerdo con Antelo & Robaina (2015), sostienen que *"la responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mediante el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general."* La aceptación de este compromiso por parte de todos los empleados de la organización

trae como consecuencia el diseño e implementación de diferentes estrategias que aporten valor hacia la mejora del medio ambiente de la misma, así como a un mejor desarrollo organizacional, y, sobre todo, a un mejor desarrollo del personal.

Debemos de considerar que el empleado es un ser humano, con necesidades, deberes, responsabilidades y derechos personales, independientemente de sus responsabilidades con la empresa en la que labora, por lo que la empresa tiene la responsabilidad de centrarse en ideas sobre los derechos de los empleados, ya que son ellos quienes van a reflejar el grado de ética de esta hacia el interior y exterior de la misma. Es importante resaltar que el empleado tiene obligaciones y responsabilidades con la empresa, pero esta también tiene obligaciones y responsabilidades con sus empleados.

Además, no solo es necesario que cada uno cumpla con sus labores éticas y económicas, sino que lo haga de la mejor forma posible. “Un puesto de trabajo no es solo un puesto de trabajo, sino que tiene una dimensión moral: el orgullo en lo producido, la cooperación con los compañeros y el interés por el bienestar de la empresa. El negocio no es un fin en sí mismo, sino que está inserto y apoyado por una sociedad que tiene otros intereses, normas y expectativas dominantes” (Singer, Peter. 1995).

El capital humano se refiere al conjunto de habilidades, conocimientos y competencias que poseen los empleados de una empresa u organización. Una Empresa Socialmente Responsable, debe de participar en el desarrollo del talento, creatividad e innovación de sus empleados, a fin de que estos estén preparados lo suficiente para participar en el logro de los objetivos organizacionales.

Las empresas que optan por prácticas socialmente responsables suelen priorizar la inversión en su capital humano. Esto implica dedicar recursos a la formación y desarrollo de habilidades y competencias de su personal. Al invertir en su capital humano, estas empresas no solo mejoran la calidad de vida de sus empleados y sus familias, sino que también promueven el crecimiento tanto personal como

profesional de estos, fomentando así su potencial y aumentando su nivel de productividad (Calderón, Álvarez & Naranjo, 2011).

Con lo anteriormente descrito, el departamento de Recursos Humanos promueve la integración de los empleados y, además, promueve la implementación de acciones externas a la organización, cumpliendo así con su Responsabilidad hacia la Sociedad y su entorno. Además, las prácticas responsables socialmente pueden atraer y retener a los empleados talentosos y comprometidos, lo que a su vez puede mejorar la reputación y el desempeño de la empresa. Los empleados que se sienten valorados y respetados por su empleador tienen más probabilidades de ser leales y comprometidos con la empresa.

Para que un Programa de Responsabilidad Social Corporativa se implemente con éxito, es necesario la integración del personal de todos los departamentos que forman la estructura organizacional (organigrama), a fin de que todos participen, y desde su propia perspectiva hagan aportes valiosos para el éxito del programa.

Es responsabilidad del departamento de Recursos Humanos implementar un eficiente sistema de comunicación, con la finalidad de integrar a los miembros de los distintos departamentos de la empresa. Asimismo, es necesario publicar, internamente y en forma detallada, todos y cada una de las partes que integran el Programa de Responsabilidad Social Corporativa, con el objetivo de que todos puedan participar en el programa en forma efectiva.

### **Las 3P del crecimiento del Talento Humano por medio de las prácticas de la Responsabilidad Social**

Silva & Coray (2014) han definido el modelo de las 3P (Partnership, Purpose, Presence), por sus siglas en inglés, con relación al efecto que tiene la Responsabilidad Social sobre el talento humano, a saber:

**Partnership** (compañerismo): Una de las competencias que más se desarrollan con la implementación del sistema de responsabilidad social en relación con el talento

humano, es el trabajo en equipo, ya que los empleados con los mismos intereses pueden integrarse mejor para el desarrollo de sus actividades y obtener mejores beneficios. Con esta sinergia de trabajo se obtienen mejores resultados en los diferentes departamentos y mejores relaciones entre los compañeros, así como entre superior-subordinados.

**Purpose** (objetivo): Una adecuada comunicación de los objetivos de la práctica de la Responsabilidad Social de la empresa, es una de las tareas más importantes del departamento de Recursos Humanos, a fin de que todos los empleados los conozcan y participen en forma activa, con el propósito de alcanzarlos. Con esto, normalmente los empleados y los equipos de trabajo llevan a cabo sus actividades de una forma clara y con mayor grado de productividad.

**Presence** (presencia): Se considera como un estilo de práctica permanente, o como un estilo de vida, dentro de la cultura corporativa en relación con la Responsabilidad Social Empresarial, lo que trae como beneficio que los empleados asuman un papel protagónico al desempeñar sus actividades, y no solamente actúen como espectadores, al implementar el plan de Responsabilidad Social de la empresa.

En la medida en que una organización asume su compromiso sobre las prácticas de Responsabilidad Social, sus empleados se comprometen con la empresa, con su misión, su visión, sus valores, su cultura, sus políticas, etc. Ya que ven a la organización como una empresa que se preocupa por los grupos de interés que tienen relación con la misma.

### **La Ética Empresarial como base de la Responsabilidad Social y su relación con los Recursos Humanos**

Es fundamental que todos los empleados, gerentes, administradores y directivos de una organización se conduzcan, al tomar sus decisiones, con alto grado de ética, con la finalidad de mejorar la actuación de estos, dentro y fuera de la empresa, con el objetivo de proyectar una imagen positiva en el mercado y lograr una cultura corporativa coherente con sus objetivos, misión, visión y valores de esta.

Si hablamos de Ética, sería muy conveniente definir en qué consiste esta, ya que en algunas ocasiones utilizamos la palabra “moral” como sinónimo de “ética” y no es así; son dos cosas completamente distintas.

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la “ética es una parte de la Filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre”; mientras que la “moral es la ciencia que trata del bien en general y de las acciones humanas en orden a su bondad o malicia”.

Para comprender mejor estos conceptos, vale la pena trasladarnos un poco a sus antecedentes. La existencia del hombre tiene relación con otros hombres, dentro de uno o varios grupos sociales con la finalidad de lograr su grado de supervivencia.

De esta convivencia con otras personas surgen cierto grado de relaciones de diferente naturaleza, tales como interdependencia y colaboración entre los mismos, las cuales se rigen no por su grado de instinto sino por la razón, considerado este como elemento propio de la naturaleza del ser humano.

Este tipo de relaciones se llevan a cabo en términos de igualdad por lo que adquieren un carácter ético, es decir, que cuando hablamos sobre el concepto de ética estamos haciendo una referencia a los grupos humanos y sociales, que es donde se producen las normas de conducta que sean aceptables por una sociedad y que traigan consigo algunos beneficios para el desarrollo de los grupos sociales en que participen.

Por lo tanto, cuando hablamos de ética no nos podemos referir a una persona en forma aislada, sino que nos referimos a un grupo social al cual pertenezca y específicamente a las relaciones de esta persona con otros miembros del grupo, ya que el grado de conducta de esta persona estará siempre relacionada con su grupo social (Dacasa, L. Eduardo, 2020).

Las personas que forman la estructura organizacional de una empresa son las que aplican en la realidad las cuestiones éticas, al realizar sus funciones, al desempeñar

sus actividades y al tomar decisiones, por lo que podemos afirmar que la empresa vale lo que su personal vale; por lo tanto, es importante que todas las empresas tengan su propio código de ética, que lo den a conocer a todos sus empleados y que le den seguimiento al cumplimiento de todas las normas establecidas en el mismo.

Uno de los principales objetivos de la ética empresarial es lograr la perfección en todas las actividades que realiza la empresa (personal, producción, ventas, compras, finanzas, etc.), tendientes estas a obtener una buena reputación en el mercado, así como establecer los cimientos para implementar un alto grado de cultura empresarial. Todos y cada uno de los miembros de la organización, de todos los niveles, deben de realizar las funciones que les correspondan en forma óptima, con la finalidad de cumplir con el objetivo de la empresa de lograr la perfección y lograr un mejor desarrollo, tanto para el personal como organizacional.

### **Cultura Organización y la Responsabilidad Social**

La cultura organizacional y la responsabilidad social están estrechamente entrelazadas en el funcionamiento de una empresa. La cultura organizacional, definida como la personalidad de la organización, influye en cómo se desarrollan las prácticas de responsabilidad social dentro de la empresa y cómo estas afectan a todas las partes interesadas.

La cultura organizacional se forma a través de una serie de tradiciones, hábitos, costumbres y valores que se transmiten entre los miembros de la organización. Estos valores y prácticas culturales impactan en cómo la empresa se relaciona con sus clientes internos y externos, incluyendo a empleados, directivos, clientes, proveedores y la comunidad en general.

La manera en que una empresa lleva a cabo sus operaciones, trata a sus empleados y clientes, y promueve la autonomía y lealtad dentro de su estructura organizativa refleja su cultura organizacional. Esta cultura puede ser un factor

determinante en la capacidad de una empresa para cumplir con sus responsabilidades sociales y éticas.

Cuando una empresa adopta prácticas socialmente responsables, se genera un impacto en el capital humano, traduciéndose en mejoras en la calidad de vida de los empleados, un aumento en la productividad y una mejora en la reputación de la empresa. Sin embargo, para que estas prácticas sean efectivas, es necesario que la cultura organizacional promueva valores éticos y un compromiso con la responsabilidad social.

Para garantizar que una empresa cumpla con su responsabilidad social, es esencial que establezca un código de ética y un manual de normas de conducta que sean respetados por todos los miembros de la organización. Esto ayudará a fortalecer la cultura organizacional y a asegurar que la empresa esté comprometida con el bienestar de sus empleados y la comunidad en general. En última instancia, la integración de la responsabilidad social en la cultura organizacional puede contribuir a una empresa más sostenible y ética en el largo plazo.

## **Conclusiones**

Este artículo subraya la importancia de la responsabilidad social empresarial (RSE) como un pilar fundamental en la gestión de capital humano y la cultura organizacional. Las empresas que implementan prácticas responsables socialmente no solo contribuyen al bienestar de la sociedad y el medio ambiente, sino que también fortalecen su capital humano al invertir en la formación, desarrollo y bienestar de sus empleados.

La relación entre la ética empresarial y la responsabilidad social es crucial, ya que una conducta ética adecuada es esencial para proyectar una imagen positiva de la empresa y fomentar un entorno de trabajo armonioso y productivo. La ética empresarial debe ser parte integral de la cultura organizacional, guiando las decisiones y comportamientos de todos los miembros de la organización.

Además, la cultura organizacional juega un papel decisivo en la implementación efectiva de la RSE. Una cultura que promueve valores éticos y un compromiso genuino con la responsabilidad social facilita el desarrollo de prácticas que benefician tanto a la empresa como a la sociedad en general. La creación de un código de ética y un manual de normas de conducta son pasos esenciales para fortalecer esta cultura y asegurar que la empresa actúe de manera coherente con sus valores y compromisos sociales.

En conclusión, la integración de la RSE en la gestión empresarial no solo es beneficiosa para el entorno y la comunidad, sino que también mejora la competitividad y la sostenibilidad de la empresa a largo plazo, al mismo tiempo que contribuye al desarrollo integral de su capital humano.

---

## REFERENCIAS

Antelo, Y., & Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), pp. 58-69. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5013943.pdf>

Calderón, G., Álvarez, C., & Naranjo, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 27(118), pp. 163-188. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/212/21218556008.pdf>

Carroll, A. B.: Autor de la "Pirámide de Responsabilidad Social Corporativa", que establece cuatro niveles de responsabilidad: económica, legal, ética y filantrópica.

Cejas, M., & Camejo, A. (2009). La dimensión estratégica de la gestión de los recursos humanos en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Observatorio Laboral Revista Venezuela*, 2(4), pp. 67-87. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219016846004.pdf>

Chiavenato, I. (2009: 177). *Gestión del Talento Humano*. México: Mac Graw Hill.

Dacasa, L. Eduardo. (2020) *Ética Empresarial, Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo*, Editorial Trillas, México, (pp. 62-70).

Donia, M., & Tetrault, C.-A. (2016). Determinants and consequences of employee attributions of corporate social responsibility as substantive or symbolic. *European Management Journal*, 34, pp. 232-242.

Elkington, John: Acreditado por acuñar el término "Triple Bottom Line" (Triple resultado), que considera la responsabilidad social, ambiental y financiera de las empresas.

Freeman, R. Edward: Conocido por desarrollar el concepto de "Stakeholder Theory" (Teoría de los Grupos de Interés), que sostiene que las empresas deben considerar las necesidades y preocupaciones de todas las partes interesadas.

Llanos, E. Mónica (2016). La cultura organizacional: Eje de acción en la gestión Humana. Universidad ECOTEC. Samborondón, Ecuador, (pp. 6-22).

Michael E. Porter y Mark R. Kramer: En su artículo "Creating Shared Value" (Creación de Valor Compartido), estos autores argumentan que las empresas pueden obtener beneficios económicos al abordar problemas sociales y ambientales.

Milton Friedman. (s/f). la responsabilidad social de las empresas.

Robins, P. S. (2009). Cultura Organizacional. En Comportamiento Organizacional (pág. 780). México: Prentice Hall.

Silva, P., & Cooray, R. (2014). Building human capital in organizations through corporate social responsibility- A holistic coaching approach. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 159, pp. 753-758. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814065732>

Singer, Peter. (1995). La Ética en los Negocios: Compendio de Ética. Alianza Editorial Madrid, España. Capítulo. 31 pp. 483-498).

Solomon, M. R. (2013). Comportamiento del Consumidor. México: Pearson.

Valor, Mamen. (2001). "Responsabilidad Social de la Empresa, marketing de relaciones y política de Recursos Humanos: el gasto social de la empresa". Ponencia presentada en la Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección, organizada por la Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones, en Bilbao, España, del 7 al 8 de junio de 2001, 20 pp.