

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3068>

## La esencia de la transparencia en la responsabilidad social corporativa

The essence of transparency in corporate social responsibility

**Ingrid Yahaira Hernández Alvarado**

[Ingrdyahaira0803@gmail.com](mailto:Ingrdyahaira0803@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0004-2678-3231>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Villahermosa – México

**Erika Marcela Medellín de Dios**

[lcp.marcelamede@gmail.com](mailto:lcp.marcelamede@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0005-5710-389X>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Villahermosa – México

**José Antonio Casanova Rivera**

[lcp\\_jacr@hotmail.com](mailto:lcp_jacr@hotmail.com)

<https://orcid.org/0009-0005-3269-5104>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Villahermosa – México

Artículo recibido: 14 de noviembre de 2024. Aceptado para publicación: 28 de noviembre de 2024.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

### Resumen

La transparencia es un pilar fundamental en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), destacando cómo esta práctica es crucial para fortalecer la confianza y la credibilidad de las empresas ante sus clientes. La transparencia no solo es una cuestión de ética, sino también de estrategia empresarial, ya que permite a las empresas gestionar mejor las expectativas de sus grupos de interés y mitigar riesgos asociados a la percepción pública. Como señala el artículo, la transparencia en la RSC es el puente que conecta las acciones de la empresa con la percepción pública, asegurando que lo que se dice y lo que se hace estén alineados. Esta alineación es esencial no solo para mantener la confianza de los clientes, sino también para fomentar un entorno interno de integridad y compromiso entre los empleados. El artículo también enfatiza que la falta de transparencia puede tener consecuencias negativas, tanto en términos de reputación como en la sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones. Las empresas que no adoptan prácticas transparentes corren el riesgo de enfrentar sanciones legales, perder la confianza de los consumidores y sufrir impactos adversos en su desempeño financiero. Por el contrario, aquellas que priorizan la transparencia en su RSC son vistas como más confiables y responsables, lo que puede traducirse en una ventaja competitiva. Es por lo que la transparencia no solo es un componente esencial de la RSC, sino que también actúa como un catalizador para la confianza, la sostenibilidad y el éxito empresarial a largo plazo.


*Palabras clave:* transparencia, ética, sostenibilidad, confiabilidad, toma de decisiones

### Abstract

Transparency is a fundamental pillar in Corporate Social Responsibility (CSR), highlighting how this practice is crucial to strengthening the trust and credibility of companies with their customers.

Transparency is not only a question of ethics, but also of business strategy, since it allows companies to better manage the expectations of their stakeholders and mitigate risks associated with public perception. As the article points out, transparency in CSR is the bridge that connects the company's actions with public perception, ensuring that what is said and what is done are aligned. This alignment is essential not only to maintain customer trust, but also to foster an internal environment of integrity and commitment among employees. The article also emphasizes that a lack of transparency can have negative consequences, both in terms of reputation and the long-term sustainability of organizations. Companies that do not adopt transparent practices risk facing legal sanctions, losing consumer trust, and suffering adverse impacts on their financial performance. On the contrary, those that prioritize transparency in their CSR are seen as more trustworthy and responsible, which can translate into a competitive advantage. This is why transparency is not only an essential component of CSR, but also acts as a catalyst for trust, sustainability and long-term business success.

*Keywords:* transparency, ethics, sustainability, reliability, decision making

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Hernández Alvarado, I. Y., Medellín de Dios, E. M., & Casanova Rivera, J. A. (2024). La esencia de la transparencia en la responsabilidad social corporativa. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (6), 1106 – 1119. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3068>

## **INTRODUCCIÓN**

Hoy en día, la responsabilidad social corporativa (RSC) juega un papel crucial en el mundo empresarial. Es crucial que las empresas comprendan su papel en la protección de la sociedad y del medio ambiente, en lugar de limitarse a buscar ganancias económicas.

En el contexto actual, la transparencia desempeña un rol fundamental en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), pues facilita a las empresas evidenciar su compromiso con la ética y la sostenibilidad. En la actualidad, diversos actores como consumidores, inversores, empleados, la sociedad en general y otros stakeholders, exigen que las prácticas y actitudes empresariales estén fundamentadas en comportamientos éticos, rechazando aquellas conductas consideradas poco éticas. La interrelación entre la responsabilidad social y la ética empresarial con las dinámicas económicas presentes y futuras implica que el comportamiento ético-empresarial debe integrarse de manera positiva en el fomento de la eficiencia y la competitividad de las empresas en su entorno corporativo. La transparencia se erige como piedra angular en la construcción de relaciones de confianza con los distintos públicos interesados, lo cual resulta esencial para la sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones. En este sentido, las empresas que adoptan una postura proactiva hacia la transparencia no solo fortalecen su reputación y legitimidad, sino que también incrementan su capacidad para atraer y retener talento, asegurar la lealtad de clientes y colaboradores, así como fomentar la estabilidad financiera y el crecimiento sostenible. Es por lo que la transparencia en la gestión de la RSC no solo es un requisito ético, sino también una herramienta estratégica clave para fortalecer la reputación de las empresas, promover la confianza de sus grupos de interés y generar valor compartido a largo plazo. La transparencia, por ende, no solo es un requisito deseable, sino un imperativo ético y estratégico para las empresas que aspiran a perdurar en un entorno empresarial cada vez más exigente y cambiante.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha convertido en un pilar fundamental para las empresas que desean mostrar a la sociedad cómo operan de manera equilibrada y equitativa, especialmente en un mundo globalizado y altamente competitivo. En esta situación, la transparencia desempeña un punto fundamental. La calidad de la información utilizada para mejorar la comprensión dentro de las organizaciones es un aspecto clave para identificar y analizar los puntos más relevantes en cada una de ellas. De esta manera, es posible evaluar de manera efectiva el nivel de compromiso con una gestión responsable basada en valores, así como medir la eficacia con la que se comunican las acciones llevadas a cabo en su entorno. La aplicación de prácticas de RSC no solo implica cumplir ciertos estándares éticos y legales, sino también comunicar de manera clara y transparente las decisiones y acciones tomadas por la empresa en este ámbito. La transparencia no solo consiste en compartir información a los demás, sino también el poder asegurarles que sea auténtica, pertinente y, sobre todo, accesible para todos los grupos de interés.

La argumentación sobre el presente trabajo se inicia evidenciando la necesidad de la RSC en la sociedad actual, como generadora de confianza en todas sus partes interesadas. A lo que se pretende demostrar que especialmente, y sin menos ninguna de las demás actividades llevadas a cabo en el seno de la RSC, a "mayor transparencia, mayor confianza". Para ello, en el presente artículo, se expondrán algunos conceptos que han de permitir observar en un primer término la evolución de una RSC. Para pasar, de acuerdo con lo expuesto por algunos autores sobre el concepto de la RSC.

En gran medida, los grupos de interés están exigiendo cada vez más una Responsabilidad Social Corporativa, siendo la transparencia uno de los aspectos más controversiales. Considerando los argumentos previos, la RSC no es un tema novedoso, sino que ha venido ganando importancia desde hace muchos años. Por consiguiente, en la actualidad se está debatiendo en el contexto de la RSC como un complemento ético en las organizaciones. El propósito de este artículo es analizar la importancia que tiene para las empresas la transparencia en sus aportaciones a la sociedad, que en

muchos casos no llega a ser comunicado. Para ello, hemos revisado artículos y libros sobre transparencia en RSE, analizando y comparando los resultados conocidos. Aunque primero pueda parecerles a algunos que el concepto "transparencia en RSC" es una obviedad, hay mucho más detrás del mismo, merecedor de unas reflexiones más profundas, con aportaciones a un mejor conocimiento "teórico" en la RSC y esperemos que también a unas mejores prácticas a nivel empresarial.

## **DESARROLLO**

### **Responsabilidad social corporativa**

Según el (Libro Verde, 2014), la responsabilidad social corporativa (RSC) se refiere a la integración de aspectos sociales y ambientales en las operaciones de la empresa y en sus interacciones con los involucrados. La responsabilidad social no se limita únicamente al cumplimiento total de las obligaciones legales, sino que implica ir más allá de dicha conformidad.

Según el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 2018, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) engloba las acciones emprendidas por las empresas para garantizar que sus operaciones generen impactos positivos en la sociedad, reafirmando los principios y valores que las guían, tanto en sus procesos internos como en sus interacciones con otros agentes".

Por otra parte, el Panel de Expertos del Ministerio de Trabajo, (Ruiz Otero et al., 2020), mencionan que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la integración voluntaria de preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de derechos humanos en la gobernanza, administración pública y procesos empresariales, derivados del diálogo con las partes interesadas, y que asuman la responsabilidad por las consecuencias e impacto de sus acciones. De acuerdo a las definiciones previas, se infiere que la RSC es una iniciativa de carácter voluntario que las empresas deben asumir, abarcando todo el ciclo de producción y gestión empresarial, centrándose especialmente en la integración de valores en su enfoque de gestión, lo que promueve un desarrollo sostenible para la sociedad. Este compromiso implica no solo cumplir con obligaciones legales, sino también establecer relaciones directas con las partes interesadas.

### **Transparencia en RSC**

La transparencia en las empresas va más allá de ser una moda, constituye una absoluta exigencia en el entorno empresarial actual que aporta ventajas tanto a las organizaciones como a la comunidad. La práctica de la transparencia mejora la percepción de la marca, promueve una cultura de confianza entre las partes interesadas y apoya el desarrollo sostenible. Este valor se ha convertido en un elemento esencial para liderar con ética y generar un impacto positivo a largo plazo, a medida que avanzamos hacia un futuro más interconectado y consciente de los retos sociales y ambientales.

La transparencia desempeña un papel crucial en diversos ámbitos, y uno de los aspectos que debería ser especialmente relevante en todas las empresas es la cuestión de la evasión fiscal, tal como señala la Dra. Medellín de Dios y colaboradores (2023) en su estudio titulado "La importancia de la evasión y la elusión fiscales". Este tema, de gran trascendencia, afecta principalmente a individuos o entidades que incumplen con sus obligaciones tributarias, ocultando activos o ingresos con el fin de reducir sus impuestos, una práctica ilegal que pone en peligro la reputación e integridad de dichas compañías. Algunas organizaciones incluso optan por no pagar impuestos, siendo plenamente conscientes de su evasión fiscal. Por consiguiente, la transparencia resulta esencial, ya que implica presentar información de manera clara y honesta, incluido el pago de impuestos, un aspecto de suma relevancia que todas las empresas deben tener en cuenta de forma integral. Según lo indicado por la Dra. Erika M. Medellín, una de las estrategias empleadas con frecuencia consiste en recurrir a las EFOS (Empresas que Facturan Operaciones Simuladas), permitiéndoles generar facturas ficticias para disminuir su carga

impositiva de manera encubierta, lo cual les otorga una ventaja injusta. Esta práctica conlleva graves implicaciones, dado que el Estado se ve imposibilitado de brindar a la población ciertos servicios y bienes fundamentales para el bienestar social.

Otro autor define la transparencia empresarial como la acción de comunicar de forma honesta, clara y accesible la información relevante sobre políticas, prácticas y resultados de gestión a los grupos interesados.

Las responsabilidades legales y regulatorias vinculadas a la transparencia en las organizaciones están en expansión, cubriendo un espectro más amplio: no solo los aspectos financieros, sino también la gestión de los impactos sociales y ambientales, así como la ética y la integridad corporativa. La condición de ser una empresa responsable implica inevitablemente practicar la transparencia.

La transparencia en el ámbito empresarial es fundamental para forjar relaciones de confianza con los distintos grupos de interés, lo que puede mejorar la reputación corporativa, atraer inversiones y aumentar la capacidad de adaptación a los cambios del entorno. Sin embargo, a pesar de su importancia, la información que las empresas proporcionan sobre sostenibilidad y buen gobierno a menudo se vincula más a estrategias de mercadotecnia, relaciones públicas o manejo de la imagen, más que un verdadero proceso de rendición de cuentas. (Observatorio de RSC, 2024)

En la era digital de la información y la comunicación instantánea, las empresas deben ser conscientes de la importancia de establecer canales de diálogo efectivos con sus stakeholders, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas en todas sus interacciones. Solo a través de un diálogo honesto se podrá construir una reputación sólida basada en la confianza y el compromiso con la sociedad. Una comunicación transparente y coherente contribuye a consolidar una cultura empresarial sólida, orientada hacia la sostenibilidad y el bienestar de la sociedad en su conjunto. El concepto de transparencia, en el contexto económico, hace alusión a la apertura y claridad con la que deben actuar las empresas en sus operaciones. Desde los tiempos de Adam Smith y su noción de "la mano invisible del mercado", se ha reconocido la importancia de que las transacciones comerciales se lleven a cabo de manera libre y justa. Sin embargo, autores como John Kenneth Galbraith han señalado que, en ocasiones, esa mano invisible puede ser reemplazada por intereses opacos que distorsionan el funcionamiento del mercado y conducen a resultados insatisfactorios.

En el marco de la RSC, la transparencia económica se convierte en un elemento crucial para garantizar la confianza de los grupos de interés en las acciones de las empresas. La transparencia en el mercado, en los actores que participan en él y en las acciones que se llevan a cabo, es esencial para prevenir prácticas deshonestas y promover la equidad y sostenibilidad en la actividad económica. La transparencia se erige como un principio fundamental en la práctica de la Responsabilidad Social Corporativa, contribuyendo a fortalecer la credibilidad de las empresas y a fomentar relaciones más sólidas con sus diversos stakeholders. Solo a través de una gestión transparente y ética, las organizaciones podrán alcanzar resultados satisfactorios y sostenibles a largo plazo.

### **Beneficios de la transparencia en RSC**

Es importante integrar la transparencia como un elemento fundamental en la gestión de las empresas lo que indica un cambio hacia una mayor apertura y responsabilidad al mostrar sus cuentas. En base a eso, las empresas no solo buscan cumplir con las regulaciones actuales, sino que también quieren compartir voluntariamente información que podría ser de interés. Esto conlleva demostrar vulnerabilidad y honestidad, lo cual, en lugar de ser percibido como una debilidad, es apreciado como una señal de fortaleza y autenticidad.

### **Mejoras que se pueden alcanzar con la implementación de la RSC**

**Generación de confianza:** La transparencia impulsa una relación de confianza con los grupos interesados, lo cual es vital para la fidelización de los clientes. Compartir información clara sobre procedimientos, decisiones y políticas disminuye malentendidos y suposiciones, reforzando la credibilidad de la organización.

**Optimización en la toma de decisiones:** Un entorno transparente promueve el intercambio de información, permitiendo decisiones basadas en datos precisos y actualizados. Involucrar a los colaboradores en procesos de toma de decisiones abiertos incrementa su compromiso y satisfacción laboral.

**Aumento de la competitividad:** Las compañías que practican la transparencia se adaptan con mayor rapidez a los cambios del mercado y a las nuevas tendencias de consumo. La claridad en sus operaciones y estrategias facilita la detección de oportunidades para la mejora continua e impulsa la innovación.

**Reducción de riesgos:** Una gestión clara y abierta permite identificar y enfrentar de manera proactiva los riesgos operacionales, financieros y reputacionales, protegiendo así el valor a largo plazo de la empresa.

**Atracción y retención de talento:** Los profesionales muestran una mayor inclinación a trabajar en organizaciones que sean transparentes, éticas y socialmente responsables. La honestidad y apertura en las empresas atraen a empleados que valoran estos principios, lo que mejora el ambiente laboral y eleva la productividad. (SAP ESPAÑA, 2024)

### Recomendaciones y normativas

Tanto los gobiernos como las organizaciones nacionales e internacionales, conscientes de los desafíos en el desarrollo empresarial, están empezando a adoptar medidas e iniciativas para asegurar que las empresas operen con una visión más responsable y comprometida con el entorno actual.

En la actualidad, algunas empresas optan por adoptar prácticas de desarrollo sostenible para proyectar una imagen positiva ante la sociedad y los consumidores, a pesar de que la Responsabilidad Social Corporativa no sea obligatoria.

Una investigación realizada por (Ruiz Otero et al., 2020) muestra que las principales acciones dentro del campo de la Responsabilidad Social Corporativa, tanto a nivel local como global, incluyen las siguientes:

#### Internacionales

- Organización de las Naciones Unidas, (ONU).
- Organización Internacional del Trabajo, (OTI).
- Organización para la cooperación y Desarrollo Económico, (OCDE).
- Unión Europea, (UE):
- Foro multilateral Europeo sobre la RSE.
- Alianza Europea para la RSE.

#### Nacionales

- Ministerio de Empleo y Seguridad Social,
- Instituto de Higiene y Seguridad Social en el Trabajo,
- Ministerio de Energía y Medioambiente,

- Foro de Expertos de la RSE, (Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales, 2005),
- Consejo Estatal de la RSE.

## Estudios de caso

### Empresas líderes en transparencia

Bio Pappel y Bimbo sobresalen en la clasificación de las empresas con mejor transparencia en México. En una reciente edición especial de la Revista Expansión titulada "500 Empresas Frente a la Corrupción", realizada en colaboración con Transparencia Mexicana y Mexicanos contra la Corrupción y la Impunidad, se destacan estos dos casos como ejemplos ejemplares en la lucha contra la corrupción. Según Sheila Sánchez Fermín en el artículo, "El mérito, según los directivos de ambas empresas, se debe a su constante énfasis en políticas de integridad, las cuales se revisan y actualizan de manera regular. Martín Rincón, consejero y director de Competitividad y Sustentabilidad de Bio Pappel, menciona que 'el código ético se mantiene actualizado y adaptado a las necesidades del entorno empresarial actual, siendo revisado anualmente por la junta directiva para realizar los ajustes necesarios'".

La edición del 27 de octubre de Expansión menciona que "Bio Pappel implementa rigurosas políticas para erradicar el trabajo forzado y la explotación infantil, al mismo tiempo que fomenta la inclusión, la equidad laboral, el trato justo y la transparencia en toda su cadena de suministro". Además, se destaca que Bio Pappel ha sido reconocida por la organización ambientalista World Wildlife Fund (WWF) como un modelo en la gestión del agua para la producción de papel.

En otro contexto, "Daniel Servitje, presidente y director ejecutivo de Grupo Bimbo, describe las medidas adoptadas para impulsar la integridad en su organización". Servitje afirma en una entrevista: "Contamos con un código ético que se actualiza continuamente, y es responsabilidad de los empleados, especialmente de los directivos, firmar este código de ética e integridad cada año". La Red del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en México ha resaltado a Bio Pappel y Bimbo en el informe "500 Empresas contra la Corrupción". Este documento pone de relieve su compromiso con la implementación de prácticas que combaten la corrupción, su enfoque en la gestión responsable del agua y su alineación con los 10 Principios del Pacto Mundial. (Araujo, 24)

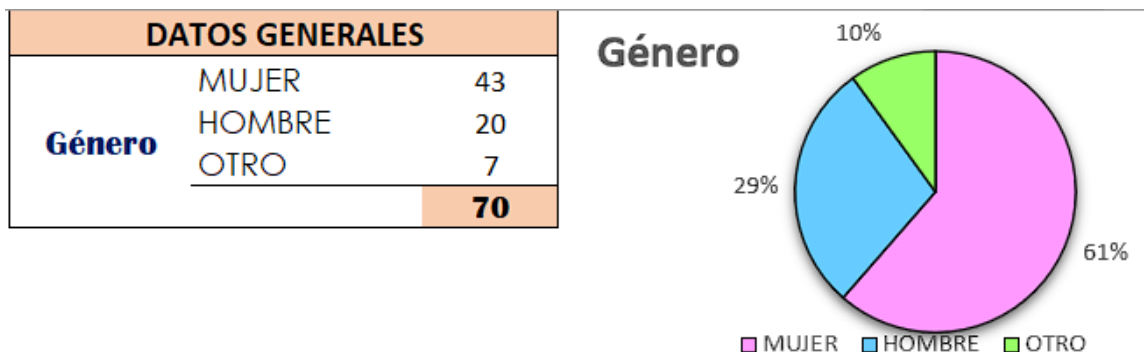
## RESULTADOS

Como parte de mi investigación sobre 'La esencia de la transparencia en la Responsabilidad Social Corporativa', apliqué una encuesta a un total de 70 personas. El cuestionario constaba de 10 preguntas, diseñadas para evaluar la percepción y el impacto de la transparencia en las prácticas de responsabilidad social corporativa de las empresas. Los resultados obtenidos proporcionaron información valiosa para analizar cómo las organizaciones abordan este tema clave en su relación con la sociedad.

Los resultados fueron los siguientes:

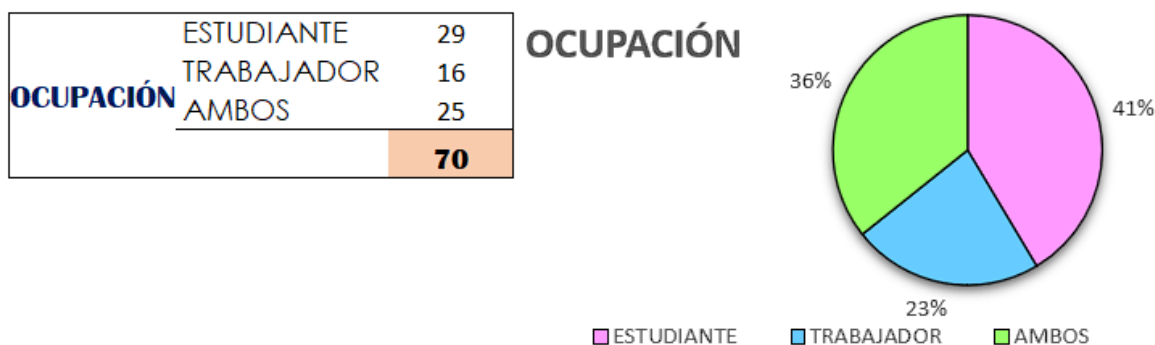
**Gráfico 1**

Genero



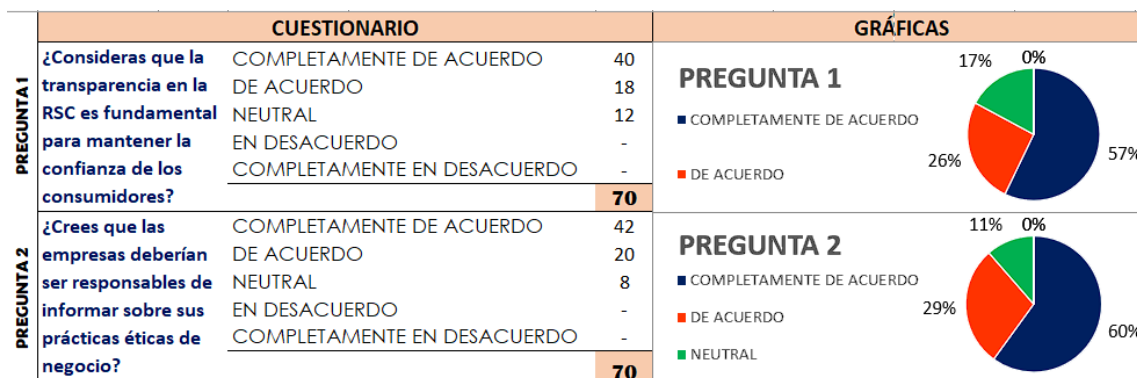
**Gráfico 2**

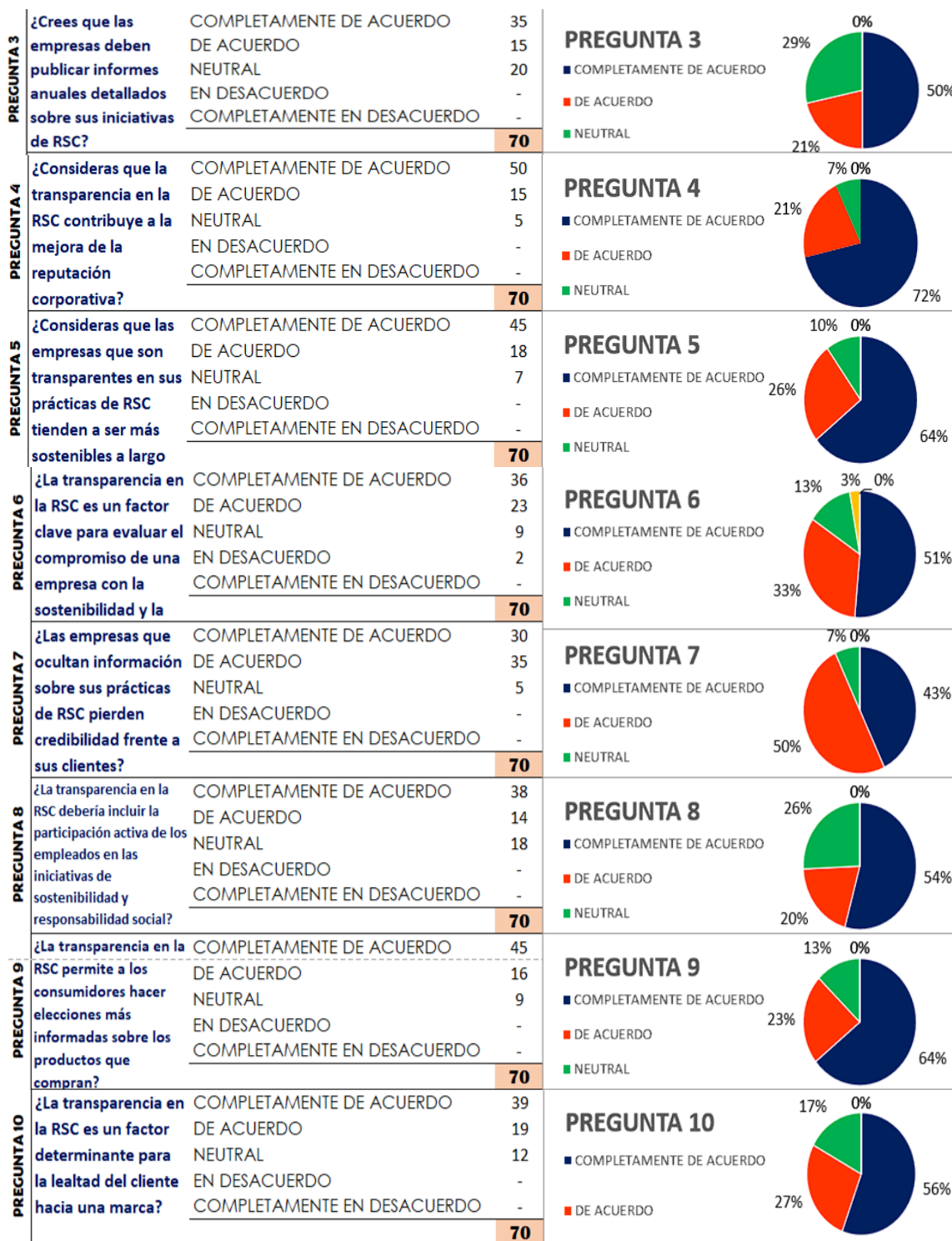
Ocupación



**Gráfico 3**

Resultados del cuestionario





## DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos de la encuesta reflejan una clara tendencia hacia la importancia de la transparencia como un elemento indispensable dentro de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

La primera pregunta, que aborda es sobre si la transparencia es fundamental para mantener la confianza de los consumidores, muestra que el 82% de los encuestados está "completamente de

acuerdo" o "de acuerdo" con esta afirmación. Este dato afirma la importancia de la transparencia en la edificación de relaciones de confianza entre empresas y sus consumidores. La confianza es un pilar clave para la lealtad del cliente, y estos resultados subrayan que las empresas transparentes tienen más probabilidades de mantener una base sólida de consumidores fieles.

En cuanto a la segunda pregunta, sobre la responsabilidad de las empresas para informar sobre sus prácticas éticas, el 88% de los participantes se mostró a favor. Esto sugiere que los consumidores no solo valoran la transparencia en sí misma, sino que esperan que las empresas asuman un rol activo y proactivo en la divulgación de sus políticas éticas. Esta situación corresponde con la creciente demanda a nivel mundial para mejorar la responsabilidad corporativa, siendo motivada por consumidores más informados e inquietos por el impacto social y ambiental de las empresas.

En la tercera pregunta, si las empresas deben publicar informes anuales sobre sus iniciativas de RSC, un 50% de los encuestados estuvo completamente de acuerdo, mientras que un 28% se mostró neutral. Esto indica una división en la percepción del valor de los informes anuales detallados, posiblemente porque algunos encuestados consideran que estos informes pueden no ser siempre accesibles y comprensibles para el público en general. También puede ser que los consumidores confíen más en la transparencia continua a lo largo del año que en un informe publicado anualmente, lo que sugiere que las empresas deben buscar formas más dinámicas de comunicar sus acciones.

Por otro lado, en la cuarta pregunta, el 93% de los encuestados estuvo de acuerdo o completamente de acuerdo en que la transparencia en la RSC contribuye a mejorar la reputación corporativa. Esto respalda la literatura existente que asocia una mayor transparencia con una mejora en la percepción pública de la empresa. Las empresas que actúan con transparencia no solo generan confianza, sino que también mejoran su reputación en el mercado, lo cual conlleva a un mayor éxito a largo plazo. La transparencia es percibida como una estrategia de diferenciación competitiva, que además de atraer clientes, favorece la retención de estos.

En cuanto a la sostenibilidad a largo plazo (pregunta cinco), el 90% de los encuestados estuvo de acuerdo en que las empresas que son transparentes tienden a ser más sostenibles. Este hallazgo está en línea con estudios que sugieren que las prácticas de RSC transparentes no solo generan confianza en los consumidores, sino que también son indicativas de una planificación empresarial sólida y de un compromiso genuino con el bienestar social y ambiental, lo cual se traduce en una mayor sostenibilidad operativa a largo plazo.

La pregunta seis, que aborda si la transparencia en la RSC es un factor clave para evaluar el compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la ética, mostró un nivel ligeramente inferior de acuerdo, con un 84% de respuestas positivas, pero un 3% en desacuerdo. Esto podría reflejar que, aunque la transparencia es vista como importante, algunos encuestados perciben que las empresas pueden mostrar un compromiso con la sostenibilidad y la ética sin necesariamente ser completamente transparentes en todos los aspectos de su RSC. Esta observación sugiere una posible disociación entre las prácticas reales y percibidas de las empresas.

Otro hallazgo notable es que el 93% de los encuestados, en la pregunta siete, percibe que las empresas que ocultan información sobre sus prácticas de RSC pierden credibilidad frente a sus clientes. Este dato es trascendental para las empresas que quieren elaborar una marca firme en un entorno competitivo, donde la falta de transparencia puede estropear rápidamente la credulidad de los consumidores.

Finalmente, las preguntas ocho, nueve y diez refuerzan la importancia de la transparencia en la relación de las empresas con sus clientes y empleados. El 74% de los encuestados está de acuerdo o completamente de acuerdo en que la transparencia debería incluir la participación activa de los

empleados en las iniciativas de RSC, lo que refleja una demanda por una mayor inclusión en los procesos internos de las empresas. Además, el 87% considera que la transparencia permite a los consumidores tomar decisiones más informadas, y un 83% está de acuerdo en que es un factor determinante para la lealtad del cliente. Estos resultados indican que la transparencia no solo afecta la percepción externa, sino que también influye en la toma de decisiones y la lealtad de los consumidores, lo cual es clave para el éxito a largo plazo de las empresas.

El 82% de los participantes (58 personas) considera que la transparencia es fundamental para mantener la confianza de los consumidores, lo cual es consistente con estudios previos que señalan que los consumidores valoran cada vez más la honestidad y la claridad en las prácticas corporativas. Esto también se refleja en la pregunta sobre la relación entre transparencia y reputación, donde un abrumador 93% de los encuestados estuvo de acuerdo en que la transparencia mejora la reputación corporativa, lo que coincide con investigaciones que vinculan la transparencia con una mayor lealtad y reputación positiva en el mercado. Sin embargo, cuando se pregunta sobre la publicación de informes anuales detallados, la respuesta fue menos uniforme, con un 28% en una posición neutral, lo que sugiere que algunos encuestados podrían no percibir el impacto directo de tales informes en la transparencia percibida.

Esta interpretación sugiere que los consumidores no solo buscan que las empresas sean transparentes en sus acciones de RSC, sino que también valoran la claridad y accesibilidad de la información, esperando que la transparencia sea un proceso continuo y participativo.

Los resultados obtenidos tienen implicaciones teóricas y prácticas significativas. Desde un punto de vista teórico, refuerzan la noción de que la transparencia en la RSC no sólo es vista como un pilar ético, sino también como una estrategia para fortalecer la confianza y la sostenibilidad a largo plazo. En la práctica, estos hallazgos sugieren que las empresas deben priorizar la comunicación clara y transparente de sus prácticas de RSC para mejorar la relación con sus consumidores y empleados. El hecho de que un 93% de los encuestados relaciona la transparencia con la mejora de la reputación sugiere que las empresas que deseen construir una imagen positiva deben adoptar políticas de divulgación activa y proactiva de sus acciones de responsabilidad social.

Una de las principales limitaciones de este estudio radica en la composición de la muestra, donde una gran parte de los encuestados eran estudiantes (41%) o personas con doble rol de estudiante y trabajador (36%). Esto puede haber influido en la percepción de la importancia de la transparencia, ya que los estudiantes suelen ser más críticos respecto a la ética corporativa. Además, la encuesta no incluye una amplia representación de distintos sectores laborales, lo que podría limitar la generalización de los resultados. Otra limitación importante es que el estudio se basó en percepciones, por lo que los resultados no pueden ofrecer una medición directa del impacto real de la transparencia en la RSC.

Futuras investigaciones podrían ampliar este estudio mediante la inclusión de una muestra más diversa en términos de ocupación y antecedentes demográficos, lo que permitiría obtener una visión más completa del impacto de la transparencia en la RSC en diferentes sectores de la sociedad. Además, sería beneficioso profundizar en estudios que examinen el impacto real de la transparencia en la confianza y sostenibilidad a largo plazo de las empresas, midiendo factores tangibles como la fidelidad de los clientes o el desempeño financiero de las empresas transparentes frente a las que no lo son. También se podrían explorar las percepciones de los empleados dentro de las empresas para evaluar cómo la transparencia en la RSC afecta la motivación interna y el compromiso organizacional.

## CONCLUSIÓN

Se abordan aspectos cruciales para comprender la importancia de la transparencia en este ámbito, se resalta el impacto positivo que la implementación efectiva de la RSC puede tener en las empresas y en la sociedad en su conjunto.

Los resultados de la encuesta dieron como resultado un fuerte apoyo hacia la transparencia en la RSC. La mayoría de los encuestados están completamente de acuerdo o de acuerdo en que la transparencia es fundamental para mantener la confianza de los consumidores (58 de 70 respuestas) y que las empresas deberían ser responsables de informar sobre sus prácticas éticas de negocio (62 de 70 respuestas). Además, existe una percepción positiva hacia la publicación de informes anuales detallados sobre iniciativas de RSC (50 de 70 respuestas). La transparencia en la RSC se percibe como crucial para mejorar la reputación corporativa (65 de 70 respuestas) y para la sostenibilidad a largo plazo de las empresas (63 de 70 respuestas). Los encuestados también ven la transparencia como un factor clave para evaluar el compromiso de una empresa con la sostenibilidad y la ética (59 de 70 respuestas).

Por ello la mayoría está de acuerdo en que la transparencia en la RSC ayuda a los consumidores a tomar decisiones más informadas (61 de 70 respuestas) y es un factor determinante para la lealtad del cliente hacia una marca (58 de 70 respuestas).

Estos resultados subrayan la importancia crítica de la transparencia en la RSC no solo para la confianza del consumidor y la reputación empresarial, sino también para la sostenibilidad a largo plazo y la ética empresarial. La implicación directa es que las empresas pueden fortalecer su posición en el mercado y su relación con los consumidores al adoptar prácticas más transparentes en sus operaciones de RSC.

Por último, se mencionan algunas empresas líderes en transparencia que han demostrado un compromiso ejemplar con la RSC. Su enfoque proactivo y sus prácticas transparentes sirven como referencia para otras organizaciones que buscan mejorar su desempeño social y ambiental. En conclusión, la transparencia es un pilar fundamental en la Responsabilidad Social Corporativa que impulsa la sostenibilidad, genera confianza y tiene un impacto favorable en la sociedad. Su implementación no solo favorece a las empresas, sino que también apoya el bienestar general de la comunidad.

## REFERENCIAS

(OIT), O. (06 de Abril de 2018). Arrabe integra, asesores de empresa. Responsabilidad Social Corporativa (RSC): <https://www.arrabeintegra.es/noticia/responsabilidad-social-rsc/>

Araujo, N. (2024 de Junio de 24). EXPANSIÓN. Las 500 empresas frente a la corrupción: <https://expansion.mx/empresas/2024/06/24/las-500-empresas-contr-la-corrupcion-2024-expansion>


Libro Verde. (22 de Abril de 2014). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Observatorio de RSC: <https://observatoriorsc.org/libro-verde-fomentar-un-marco-europeo-para-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/>

Medellín de Dios, E., Casanova Rivera, J., y Pérez Pérez, K. (OCTUBRE-DICIEMBRE de 2023). LA IMPORTANCIA DE LA EVASIÓN. BOLETIN FISCAL IEE: [www.iee.edu.mx](http://www.iee.edu.mx)

Observatorio de RSC. (21 de Marzo de 2024). Áreas de trabajo. Transparencia empresarial: <https://observatoriorsc.org/areas-de-trabajo/transparencia-empresarial/>

Ruiz Otero, E., Gago García, M., García Leal, C., & López Barra, S. (Junio de 2020). Foro de Expertos del Ministerio de Empleo. Recursos Humanos y responsabilidad social corporativa: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448609719.pdf>

SAP ESPAÑA. (21 de Marzo de 2024). Spain Centro de Noticias. ¿Qué es la transparencia empresarial y por qué es importante?: <https://news.sap.com/spain/2024/03/la-transparencia-empresarial/#:~:text=La%20transparencia%20en%20RSC%20no,competencia%20sana%20y%20desarrollo%20sostenible.>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) .