



**Facultad de Ciencias sociales, educación y Comunicación**

**Licenciatura en Relaciones Públicas**

**Trabajo Final de Licenciatura**

Relaciones Públicas, Sustentabilidad y Legitimidad Corporativa:  
Análisis de la coherencia entre el discurso institucional y la evidencia  
empírica en la estrategia Net Zero 2030 de la Fórmula 1 (2019–2025)



**Decana:** Dra. Gabriela Agosto

**Director de Carrera:** Lic. Constanza Lazazzera

**Tutor:** Esteban Candia

**Alumno:** Gonzalo Ulloa

Pilar, 2026.

# Contenido

|                                                                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>                                                                              | <b>4</b>  |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....                                                                     | 4         |
| 1.2. JUSTIFICACIÓN .....                                                                                  | 6         |
| 1.3. OBJETIVO GENERAL .....                                                                               | 8         |
| 1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                                                                          | 8         |
| 1.5. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....                                                                       | 8         |
| <b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>                                                                              | <b>9</b>  |
| 2.1. FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....                                            | 9         |
| 2.2. LA LEGITIMIDAD COMO CAPITAL SIMBÓLICO .....                                                          | 10        |
| 2.3. GREENWASHING Y SUS CONSECUENCIAS .....                                                               | 11        |
| 2.4. LA SUSTENTABILIDAD EN EL AUTOMOVILISMO.....                                                          | 12        |
| 2.5. LA FÓRMULA 1 Y SU ESTRATEGIA <i>NET ZERO 2030</i> .....                                              | 13        |
| 2.6. LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD EN LA COMUNICACIÓN<br>ESTRATÉGICA .....                | 14        |
| 2.7. EL ROL ESTRATÉGICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA GESTIÓN DE<br>LA SUSTENTABILIDAD DEPORTIVA ..... | 16        |
| <b>3. ESTADO DEL ARTE.....</b>                                                                            | <b>24</b> |
| <b>4. METODOLOGÍA .....</b>                                                                               | <b>30</b> |
| 4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....                                                                     | 30        |
| 4.2. UNIDAD DE ANÁLISIS Y DELIMITACIÓN.....                                                               | 30        |
| 4.3. FUENTES DE INFORMACIÓN .....                                                                         | 32        |
| 4.3.1. Criterios de Inclusión y Exclusión de Documentos.....                                              | 34        |
| 4.4. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN .....                                                                     | 34        |
| 4.5. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS .....                                                        | 35        |
| 4.6. CRITERIOS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....                                                            | 37        |
| 4.7. CONSIDERACIONES ÉTICAS .....                                                                         | 38        |
| <b>5. RESULTADOS.....</b>                                                                                 | <b>39</b> |
| 5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA CORRESPONDENCIA POR SUBUNIDAD                                             | 39        |
| 5.1.1. On the Track: Dicotomía entre Eficiencia Consolidada e Innovación<br>Prospectiva.....              | 39        |
| 5.1.2. On the Move: Mejoras Tácticas frente a Inercias Estructurales.....                                 | 41        |
| 5.1.3. Where We Work: Control Directo y Alcance Limitado .....                                            | 42        |
| 5.1.4. Balance to Zero: El Vacío Conceptual y Documental.....                                             | 43        |
| 5.2. SÍNTESIS Y PATRONES DE IMPLEMENTACIÓN EMERGENTES.....                                                | 45        |
| 5.2.1. El Patrón de la Gobernanza de la Cadena de Valor.....                                              | 46        |
| 5.2.2. El Patrón de la Gestión Temporal del Discurso.....                                                 | 47        |
| 5.2.3. El Patrón de la Omisión Estratégica.....                                                           | 49        |
| <b>6. DISCUSIÓN .....</b>                                                                                 | <b>52</b> |
| <b>7. CONCLUSIONES .....</b>                                                                              | <b>56</b> |

## 8. RECOMENDACIONES Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURA

..... 62

8.1. RECOMENDACIONES PARA LA PRÁCTICA PROFESIONAL ..... 62

8.2. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURA..... 63

**9. REFERENCIAS..... 65**

**10. ANEXOS..... 70**

10.1. ESTRATEGIA COUNTDOWN TO ZERO PRESENTADA POR LA F1 EN 2019.

10.2. MARCA GRÁFICA NET ZERO 2030 DE LA F1.

10.3. APLICACIÓN DE LA MARCA NET ZERO 2030 EN CARTELERÍA (ESCAPATORIA DE PISTA)

10.4. APLICACIÓN DE LA MARCA NET ZERO 2030 EN CARTELERÍA (PUENTE)



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Planteamiento del Problema

En las últimas dos décadas, la sustentabilidad ambiental y la responsabilidad social empresarial (RSE) han dejado de constituir prácticas periféricas para convertirse en dimensiones estratégicas de la gestión organizacional. Carroll (1999) señala que la evolución de la RSE ha transitado desde un enfoque filantrópico hacia una concepción integral, en la que la responsabilidad económica, legal, ética y social se entrelaza con las expectativas de los grupos de interés (p. 292). En paralelo, la literatura académica ha documentado cómo el deporte profesional, debido a su visibilidad mediática y capacidad de influencia cultural, se ha transformado en un laboratorio privilegiado para analizar la coherencia entre los discursos de sustentabilidad y las prácticas efectivas de mitigación ambiental (Babiak & Wolfe, 2009, p. 722).

En este contexto, el automovilismo representa un caso paradigmático por su magnitud logística y tecnológica. A diferencia de otros deportes, su impacto ambiental se deriva no solo del espectáculo en sí, sino también del transporte internacional de equipos y materiales, de la infraestructura de los Grandes Premios y del uso intensivo de combustibles fósiles. Estudios recientes advierten que el transporte de espectadores y de materiales asociados a competiciones deportivas constituye la principal fuente de emisiones del sector, alcanzando en algunos casos hasta un 80 % de la huella total (Wilby et al., 2023, p. 24). Öztopcu (2023) demuestra que, en el caso de la Fórmula 1, los compromisos de sustentabilidad se han articulado en torno a la Agenda 2030 y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, aunque persiste una brecha entre las declaraciones estratégicas y la evidencia verificable de implementación (pp. 5-6).

Frente a estas críticas y presiones sociales, políticas y mediáticas, la Fórmula 1 (F1) lanzó en 2019 la estrategia de sustentabilidad *Net Zero 2030*, con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono antes del final de la década (Formula 1, 2019). Este plan institucional plantea líneas de acción en cuatro áreas: la introducción de combustibles sostenibles, la reducción de emisiones logísticas, la certificación ambiental de circuitos y la neutralidad operativa de oficinas y fábricas. A casi seis años de su lanzamiento, y considerando la evidencia acumulada hasta septiembre de 2025, surgen interrogantes sobre la

correspondencia entre los compromisos comunicados y los avances efectivamente documentados.

El problema central que orienta este Trabajo Final de Licenciatura radica en la posible brecha entre discurso y práctica. Tal como advierten Delmas y Burbano (2011), en ausencia de indicadores verificables y de mecanismos de auditoría externa, las organizaciones corren el riesgo de caer en prácticas de *greenwashing*, es decir, en el uso estratégico de mensajes ambientales que no se corresponden con transformaciones materiales. Lyon y Montgomery (2015) refuerzan este argumento al señalar que la credibilidad de los compromisos ambientales corporativos depende de la transparencia en la información reportada y de la posibilidad de su verificación independiente (p. 230). En el caso de la F1, esta tensión se hace particularmente visible, ya que el deporte depende en gran medida de la aceptación pública y de la legitimidad frente a patrocinadores, gobiernos anfitriones y organismos internacionales (Suchman, 1995, p. 574).

La pertinencia del problema radica en tres dimensiones. En primer lugar, desde la perspectiva ambiental, dado que el deporte en su conjunto presenta un impacto sustantivo en emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), pero la falta de métricas estandarizadas y comparables limita la posibilidad de evaluar avances y responsabilidades específicas (Wilby et al., 2023, p. 28). Y en particular, el automovilismo es un sector con alto impacto en emisiones y, por ende, con responsabilidades significativas en el cumplimiento de metas globales de reducción de GEI. En segundo lugar, desde el punto de vista de la comunicación y de las Relaciones Públicas, porque la construcción de legitimidad depende de la correspondencia entre discurso institucional y evidencia empírica de implementación (Porter & Kramer, 2006, p. 88). En tercer lugar, desde un enfoque académico, porque el estudio permite aportar al campo de investigación sobre RSE deportiva un análisis de caso actualizado, con un recorte temporal que abarca los seis primeros años de ejecución de la estrategia (2019–2025), período en el cual la organización ha debido mostrar resultados concretos para sostener su narrativa de transición hacia la neutralidad de carbono.

En consecuencia, este TFL se propone examinar críticamente la correspondencia entre las declaraciones institucionales de sustentabilidad de la Fórmula 1 y la evidencia documental verificable de su implementación en el período 2019–2025. La pregunta que guía la investigación es: ¿en qué medida las iniciativas de

sustentabilidad comunicadas en la estrategia *Net Zero 2030* de la Fórmula 1 encuentran respaldo en evidencias documentales de implementación efectiva, y qué implicancias tiene esa correspondencia (o ausencia de ella) para la legitimidad comunicacional de la organización?

## **1.2. Justificación**

La presente investigación se justifica tanto en el plano académico como en el profesional y social, en virtud de la relevancia del objeto de estudio y del vacío existente en la literatura sobre sustentabilidad y responsabilidad social en el automovilismo internacional.

En primer lugar, desde la perspectiva académica, el análisis de la Fórmula 1 como estudio de caso contribuye a enriquecer un campo de investigación todavía emergente: la responsabilidad social y la sustentabilidad en el deporte profesional. Mientras que disciplinas como el fútbol y los Juegos Olímpicos han recibido creciente atención desde la óptica de la gestión ambiental (Trendafilova & Babiak, 2013), el automovilismo ha sido objeto de un número mucho menor de estudios empíricos, a pesar de su alta visibilidad mediática y de su complejidad tecnológica. Öztopcu (2023) identifica que, si bien la F1 ha incorporado un discurso de alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la evidencia sobre su implementación concreta aún es insuficiente y fragmentaria (pp. 5–6). Asimismo, Wilby et al. (2023) subrayan que el deporte, en su conjunto, carece de métricas estandarizadas para evaluar emisiones y logros ambientales, lo que apunala la necesidad de estudios que analicen casos específicos mediante metodologías rigurosas de codificación y comparación entre discurso y práctica (p. 28). En este sentido, este Trabajo Final de Licenciatura se inscribe en un esfuerzo por llenar un vacío empírico: documentar y evaluar la correspondencia entre las declaraciones oficiales de la F1 en su estrategia *Net Zero 2030* y la evidencia verificable producida entre 2019 y lo que va de 2025.

En segundo lugar, en términos profesionales y disciplinares, el trabajo reviste pertinencia para el campo de las Relaciones Públicas, puesto que aborda un problema clásico de la disciplina: la gestión de la credibilidad organizacional.

Tal como afirman Porter y Kramer (2006), la legitimidad de los compromisos de sustentabilidad depende de la capacidad de las organizaciones para comunicar de manera transparente y, sobre todo, para respaldar sus declaraciones con resultados verificables (p. 88). En este punto, la Fórmula 1 constituye un caso ejemplar porque

su éxito como espectáculo depende de múltiples públicos de interés — patrocinadores globales, gobiernos anfitriones, audiencias internacionales y organismos reguladores—, todos ellos atentos a la coherencia entre narrativa y práctica. Un análisis de la brecha entre discurso y evidencia no solo permite problematizar el riesgo de *greenwashing* (Delmas & Burbano, 2011), sino también extraer lecciones aplicables a la gestión de la comunicación en otros sectores de alta exposición mediática. Para los profesionales de Relaciones Públicas, este TFL ofrece una base para reflexionar sobre cómo diseñar mensajes ambientales creíbles, cómo construir cadenas de evidencia comunicables y cómo evitar los costos reputacionales asociados a promesas incumplidas.

En tercer lugar, desde una perspectiva social y ética, la relevancia de la investigación radica en la magnitud del impacto ambiental del automovilismo y en la responsabilidad que conlleva frente a la crisis climática global. El Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC, 2022) ha advertido que las emisiones globales deben reducirse en torno a un 45 % hacia 2030 para evitar escenarios de incremento superior a 1,5 °C (p. 16). En este marco, el compromiso de una industria con la huella ambiental de la Fórmula 1 no puede evaluarse únicamente como estrategia corporativa, sino como una responsabilidad social hacia el cumplimiento de metas internacionales. La comunicación de sustentabilidad, en consecuencia, no es meramente instrumental: es un componente de la rendición de cuentas que los actores globales deben ofrecer a la sociedad civil y a sus audiencias masivas (Suchman, 1995, p. 574).

Finalmente, la investigación se justifica metodológicamente porque propone un diseño de estudio de caso único (Yin, 2018), con un recorte temporal que permite analizar los seis primeros años de ejecución de la estrategia de sustentabilidad, desde su lanzamiento en 2019 hasta la actualidad, periodo en el cual la organización ha debido mostrar resultados concretos para sostener su narrativa. Este enfoque contribuye a la generalización analítica —es decir, a extraer aprendizajes conceptuales que, si bien no son generalizables estadísticamente, resultan transferibles a otros contextos de gestión de la sustentabilidad y de comunicación organizacional (Stake, 1995). De esta manera, el trabajo aporta tanto al avance teórico como a la práctica profesional, y al mismo tiempo cumple una función social al problematizar la coherencia entre lo que se promete y lo que efectivamente se implementa.

En suma, este TFL se justifica por su contribución en tres planos complementarios: (a) académico, al aportar evidencia empírica sobre un caso poco explorado en la literatura; (b) profesional, al ofrecer insumos prácticos para la gestión de la comunicación en sustentabilidad en contextos de alta exposición; y (c) social, al interpelar críticamente la responsabilidad ambiental de una de las industrias deportivas con mayor impacto global.

### **1.3. Objetivo General**

Analizar la correspondencia entre el discurso institucional de sustentabilidad de la Fórmula 1 expresado en la estrategia de sustentabilidad *Net Zero 2030* y la evidencia documental de acceso público disponible sobre la implementación efectiva de las iniciativas allí propuestas en el período 2019–2025, con el fin de evaluar su coherencia comunicacional.

### **1.4. Objetivos Específicos**

- 1) Identificar las iniciativas de sustentabilidad declaradas por la Fórmula 1 en el marco de la estrategia de sustentabilidad *Net Zero 2030*.
- 2) Recopilar y sistematizar la evidencia documental de acceso público disponible sobre la implementación de dichas iniciativas en el período 2019–2025.
- 3) Codificar y clasificar la evidencia hallada según su nivel de verificabilidad, distinguiendo entre ausencia, evidencia parcial o evidencia completa.
- 4) Contrastar las declaraciones institucionales con la evidencia recabada para detectar correspondencias, divergencias y vacíos de información.

### **1.5. Pregunta de Investigación**

¿En qué medida las iniciativas de sustentabilidad comunicadas en la estrategia *Net Zero 2030* de la Fórmula 1 cuentan con respaldo en evidencias documentales de acceso público verificables de implementación efectiva durante el período 2019–2025?