



Revista Venezolana de Gerencia



Cómo citar: Guadalupe Zevallos, O. G., Rodas Valladares, J. F., Torres De Salinas, F., y Egusquiza Rodríguez, M. J. (2023). Responsabilidad Social Corporativa en la gerencia de empresas peruanas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(104), 1809-1824. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.27>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 28 No. 104, 2023, 1809-1824
octubre-diciembre
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Responsabilidad Social Corporativa en la gerencia de empresas peruanas

Guadalupe Zevallos, Oscar Gustavo *
Rodas Valladares, Jonathan Franco **
Torres De Salinas, Flor De Maria Garivay ***
Egusquiza Rodríguez, Margarita Jesús ****

Resumen

La Responsabilidad Social Corporativa es un enfoque empresarial que implica que las empresas asuman la responsabilidad por el impacto de sus actividades en la sociedad, el medio ambiente y en todos los grupos de interés relacionados con su operación. En el contexto empresarial contemporáneo, la implementación efectiva de la RSC mejora la imagen y la reputación de la empresa, lo que atrae clientes, inversionistas y talento humano, lo cual se traduce en ventajas competitivas. El objetivo del siguiente trabajo es describir el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa en el desempeño y la reputación de las empresas peruanas. Para ello, se desarrolla una investigación de corte cuantitativo con la aplicación de encuesta con escala Likert a diferentes grupos de interés. Se evidenció un impacto medianamente alto, lo cual tradujo que la Responsabilidad Social Corporativa de la banca peruana estimula la innovación en productos y procesos, fomentando soluciones sostenibles y socialmente beneficiosas. Asimismo, fortalece las relaciones con los grupos de interés, creando una red de apoyo y colaboración que impulsa el desarrollo conjunto. Además, se aprecia el compromiso de la banca con el respeto a los derechos humanos, la protección del medio ambiente, la inclusión financiera y la colaboración en proyectos sociales, generando un impacto social positivo en la sociedad.

Palabras clave: Responsabilidad social corporativa; Gerencia Empresarial de organizaciones; grupos de interés.

Recibido: 05.05.23

Aceptado: 12.07.23

* Maestro en Gestión Pública, Licenciado en Sociología. Perú, Docente, especialista en Ciencias Sociales. Perú. Filiación: Universidad César Vallejo. (Trujillo, Perú). Email: ogudalupe@ucvvirtual.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2946-1583>

** Maestro e Administración Estratégica de Empresas, Licenciado en Administración, Docente, Especialista en Estadística Aplicada a la Investigación. Perú. Filiación: Universidad Nacional Del Callao. (Bellavista-Callao, Perú). Email: francorodas29@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6643-6195>

*** Doctor en administración, Maestro en administración Pública, Licenciado en administración, Docente Universitario Especialista en investigación. Filiación: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. (Huacho, Perú). Email: fgarivaytorres@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2051-4901>

**** Doctorando en Administración, Magister en Administración Estratégica de Empresas, Ingeniera Industrial. Perú. Filiación: Universidad César Vallejo. (Trujillo, Perú). Email: megusquiza@ucv.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9734-0244>

Corporate Social Responsibility in the Peruvian company management

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a business approach that implies that companies assume responsibility for the impact of their activities on society, the environment and all stakeholders related to their operation. In the contemporary business context, the effective implementation of CSR improves the image and reputation of the company, which attracts clients, investors and human talent, which translates into competitive advantages. The objective of the following work is to describe the impact of CSR on the performance and reputation of Peruvian companies. For this, a quantitative investigation is developed with the application of a survey with a Likert scale to different interest groups. A moderately high impact was evidenced, which translated that the CSR of Peruvian banks stimulates innovation in products and processes, promoting sustainable and socially beneficial solutions. Likewise, it strengthens relationships with stakeholders, creating a support and collaboration network that promotes joint development. In addition, the bank's commitment to respecting human rights, environmental protection, financial inclusion and collaboration in social projects is appreciated, generating a positive social impact on society.

Keywords: Corporate social responsibility; Business management of organizations; stakeholders.

1. Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un enfoque empresarial que implica que las empresas asuman la responsabilidad por el impacto de sus actividades en la sociedad, el medio ambiente y en todos los grupos de interés relacionados con su operación (Bom-Camargo, 2021). Va más allá de la mera maximización de beneficios y considera aspectos éticos, sociales y medioambientales en sus decisiones y operaciones diarias. La RSC busca que las empresas sean conscientes de su papel como

actores sociales y adopten prácticas responsables que contribuyan al desarrollo sostenible, la equidad social y el respeto al medio ambiente, al tiempo que generan valor económico (Murillo et al, 2022).

En el contexto empresarial contemporáneo, la implementación efectiva de la RSC mejora la imagen y la reputación de la empresa, lo que atrae clientes, inversionistas y talento humano (Mellado, 2009). Además, brinda una mayor legitimidad ante la sociedad y las autoridades. De igual modo, puede ser una fuente de ventaja competitiva, ya que las empresas responsables pueden

diferenciarse y atraer a consumidores que valoran los aspectos sociales y ambientales. La adopción de prácticas responsables ayuda a reducir riesgos legales y operativos asociados con problemas sociales o ambientales (López y Peñalosa, 2019).

La RSC puede estimular la innovación en productos y procesos, buscando soluciones más sostenibles y socialmente beneficiosas. Al abordar la RSC, las empresas tienden a estudiar más de cerca las necesidades y problemas sociales y ambientales en su entorno. Esto puede conducir a la identificación de oportunidades para desarrollar productos y servicios que resuelvan problemas existentes o mejoren la calidad de vida de las comunidades.

La RSC fortalece las relaciones con los diferentes grupos de interés, estos pueden ser clientes, empleados, proveedores, comunidades locales, entre otros, creando una red de apoyo y colaboración. La RSC puede generar un mayor grado de confianza y lealtad por parte de estos grupos de interés. Cuando se percibe que una empresa está comprometida con prácticas éticas, sostenibles y socialmente responsables, es más probable que prefieran sus productos o servicios frente a la competencia (Vilca et al, 2022). Asimismo, las iniciativas de RSC pueden involucrar a estos grupos de interés, invitándolos a participar en causas sociales o medioambientales, lo que refuerza el sentido de pertenencia y colaboración con la empresa. En este mismo sentido, cada vez más, inversionistas y clientes buscan empresas socialmente responsables, lo que facilita el acceso a mercados y a fuentes de financiamiento (Luque et al, 2019; Lehner, 2016).

A nivel global, la RSC se ha convertido en una tendencia creciente en el mundo empresarial. Grandes corporaciones y pymes están adoptando enfoques más responsables en sus operaciones, a medida que la sociedad y los consumidores demandan una mayor responsabilidad y transparencia (Martín, 2020; Dorantes et al, 2023). Organizaciones internacionales, como las Naciones Unidas, han promovido la RSC a través de iniciativas como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Pacto Global, que alientan a las empresas a contribuir con la sostenibilidad y el bienestar social.

En América Latina, la RSC ha ganado relevancia en las últimas décadas. Diversas empresas de la región han adoptado políticas y programas de RSC para abordar problemas sociales y ambientales en sus países de origen (Mellado, 2009). La diversidad cultural y las diferencias económicas y sociales en la región presentan desafíos específicos para las empresas al abordar la RSC. Sin embargo, también brindan oportunidades para que las empresas contribuyan positivamente al desarrollo sostenible de la región.

Por su lado, en el Perú, la RSC ha ido adquiriendo una mayor importancia a medida que las empresas reconocen su rol en el desarrollo sostenible del país. Diversas compañías peruanas han implementado programas y proyectos de RSC que abordan temas como educación, salud, medio ambiente y desarrollo comunitario. El gobierno peruano también ha promovido la RSC a través de iniciativas y regulaciones que incentivan a las empresas a adoptar prácticas más responsables (Barbachan, 2017). La sociedad civil y los consumidores también están mostrando una mayor conciencia

sobre la importancia de la RSC en las empresas.

Si bien el panorama de la RSC en Perú y América Latina es alentador, aún existen desafíos en términos de inclusión social, equidad, conservación ambiental y transparencia en las operaciones empresariales. La RSC sigue siendo una oportunidad para que las empresas contribuyan de manera significativa a la mejora de la sociedad y el medio ambiente en el contexto local y global. De esta manera, el objetivo del siguiente trabajo es describir el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el desempeño y la reputación de las empresas peruanas. Para ello, se desarrolla una investigación de corte cuantitativo con la aplicación de encuestas a los diferentes grupos de interés.

2. Responsabilidad Social Corporativa: un recorrido

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un enfoque empresarial que implica que las empresas asuman la responsabilidad por el impacto de sus actividades en la sociedad, el medio ambiente y en todos los grupos de interés relacionados con su operación. La RSC va más allá de la mera búsqueda de beneficios económicos y busca equilibrar los aspectos económicos, sociales y medioambientales en la toma de decisiones y operaciones empresariales (ISO, 2011).

En esencia, la RSC implica que las empresas actúen de manera ética y sostenible, considerando el bienestar de todas las partes interesadas, como clientes, empleados, proveedores, comunidades locales, accionistas e

incluso el medio ambiente. Villegas (2007) sostiene como la RSC busca que las empresas adopten prácticas responsables y transparentes que contribuyan al desarrollo sostenible, la equidad social y el cuidado del entorno natural en el que operan.

Las empresas responsables implementan programas y proyectos que abordan desafíos sociales, como la pobreza, la educación, la igualdad de género, la salud y la protección del medio ambiente (Mendoza et al, 2020; Koontz y Wehrich, 2004). También se esfuerzan por ser transparentes en sus operaciones, comunicar sus acciones de RSC a sus grupos de interés y medir el impacto de sus esfuerzos a través de informes de sostenibilidad.

En sus inicios, siglo XIX y principios del XX, las prácticas de RSC se centraban principalmente en la filantropía y donaciones caritativas de las empresas hacia la comunidad, como la construcción de escuelas, hospitales o donaciones a organizaciones benéficas (Carrol, 1991). Si bien estas acciones tenían un impacto positivo en las comunidades, no estaban necesariamente integradas en la estrategia empresarial y se consideraban más como actos de buena voluntad.

Con el auge del capitalismo y la teoría de la maximización de beneficios, en la década de los 50 y 60 del siglo pasado, la responsabilidad de las empresas se centró principalmente en generar ingresos y retornos para los accionistas. La idea de que las empresas debían centrarse únicamente en sus operaciones y evitar involucrarse en asuntos sociales o medioambientales prevaleció durante este período (Friedman, 1970).

Durante la década de los 70 y 80, la percepción pública y la conciencia

sobre los impactos negativos de algunas empresas en la sociedad y el medio ambiente llevaron al surgimiento de la Responsabilidad Social como un concepto más amplio. Se iniciaron debates sobre el papel de las empresas en la sociedad y se cuestionó la idea de que solo debían perseguir beneficios económicos (Freeman, 1984).

A finales del siglo XX, la RSC se consolidó como una estrategia empresarial más integral y estratégica (Porter y Kramer, 2002). Las empresas comenzaron a reconocer que la RSC podía generar valor económico y mejorar su reputación, y así empezaron a integrar prácticas responsables en su cultura corporativa y operaciones. La publicación de informes de sostenibilidad se convirtió en una práctica común para mostrar los esfuerzos de RSC y sus impactos.

Con el aumento de los desafíos globales, como el cambio climático, la desigualdad y la degradación ambiental, durante las primeras décadas del siglo XXI la RSC se ha alineado cada vez más con el concepto de desarrollo sostenible. Las empresas ahora se esfuerzan por abordar problemas sociales y ambientales relevantes a través de la innovación, la colaboración y la promoción de soluciones sostenibles (Elkington, 1998).

La actuación responsable de las empresas se sostiene sobre un conjunto de pilares que guían las acciones y decisiones que toman las organizaciones para asegurar un impacto positivo en la sociedad, el medio ambiente y todos los grupos de interés relacionados con su actividad. A continuación, en el cuadro 1 se desarrollan estos principios fundamentales de la RSC.

Cuadro 1 Principios de la RSC

Principio	Definición
1. Sostenibilidad	Se refiere a la capacidad de las empresas para satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. Esto implica adoptar prácticas y estrategias que sean socialmente justas, ambientalmente respetuosas y económicamente viables a largo plazo (Server y Villalonga, 2005).
2. Ética y transparencia	Las empresas deben actuar con honestidad, integridad y respeto en todas sus operaciones. La transparencia es esencial, ya que implica divulgar información relevante sobre las prácticas y el desempeño de la empresa en materia de RSC, permitiendo una rendición de cuentas a los grupos de interés y la sociedad en general (Murillo, 2022).
3. Respeto a los derechos humanos	La RSC demanda el respeto y la promoción de los derechos humanos en todas las operaciones de la empresa, tanto internamente con sus empleados como externamente en sus cadenas de suministro y en las comunidades donde opera. Esto incluye el respeto a la dignidad, la no discriminación, la libertad de asociación y el trabajo digno, entre otros aspectos (Jamali et al, 2015).
4. Responsabilidad con los grupos de interés	La RSC implica reconocer y atender las expectativas y necesidades de todos los grupos de interés con los que la empresa interactúa, como clientes, empleados, proveedores, comunidades locales, accionistas e inversores. La empresa debe escuchar y responder a los intereses legítimos de estos grupos, buscando relaciones de beneficio mutuo (Cornejo, 2014).
5. Protección del medio ambiente	Las empresas deben evaluar y minimizar su impacto ambiental, reduciendo su huella de carbono, promoviendo prácticas sostenibles de uso de recursos naturales y contribuyendo a la conservación de la biodiversidad (Elkington, 1998).
6. Participación y colaboración	La RSC se fortalece mediante la participación activa y la colaboración con otros actores, como organizaciones no gubernamentales, instituciones académicas, entidades gubernamentales y otras empresas. La colaboración puede generar sinergias y potenciar los esfuerzos para abordar desafíos sociales y ambientales complejos (Peralta et al, 2022).

Cont... Cuadro 1

7. Impacto social positivo	A través de programas de apoyo comunitario, proyectos educativos, desarrollo de habilidades, acceso a la salud y otros esfuerzos sociales, las empresas pueden contribuir al bienestar y desarrollo de la sociedad (Salcedo-Muñoz et al, 2021).
8. Cumplimiento de normativas y estándares internacionales	La RSC también implica cumplir con las leyes y regulaciones aplicables, así como adherirse a estándares internacionales reconocidos en materia de sostenibilidad y responsabilidad social (Cuadrado et al, 2023).

Fuente: Elaboración propia.

Estos principios y pilares fundamentales de la RSC guían a las empresas hacia una actuación más responsable y comprometida con la sociedad y el medio ambiente, promoviendo el desarrollo sostenible y generando un impacto positivo en todos sus grupos de interés. La adopción de estos principios

ayuda a construir una reputación sólida y a largo plazo para la empresa y a contribuir a un mundo más equitativo y sostenible.

La aplicación de la RSC en la gerencia empresarial se fundamenta en un conjunto de teorías y enfoques. En el cuadro 2 se presentarán algunos enfoques destacados en la materia.

Cuadro 2 Enfoques de la responsabilidad social empresarial

Enfoque	Autores	Definición
Teoría de los Grupos de Interés (Stakeholder Theory)	Freeman (1984)	Esta teoría sostiene que las empresas tienen una responsabilidad no solo hacia los accionistas, sino también hacia todos los grupos de interés que son afectados o afectan a la empresa. Los grupos de interés incluyen a empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, ONG, entre otros. La RSC en la gerencia empresarial, según esta teoría, implica considerar y equilibrar los intereses de todos estos grupos en la toma de decisiones y la operación de la empresa.
Creación de Valor Compartido (Creating Shared Value)	Porter y Kramer (2002)	La creación de valor compartido propone que las empresas pueden obtener ventajas competitivas al identificar y abordar desafíos sociales y ambientales relevantes a través de su actividad económica. La RSC, desde este enfoque, implica que las empresas generen valor económico mientras también abordan problemas sociales y medioambientales, creando un impacto positivo en la sociedad y fortaleciendo la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.
Triple Resultado (Triple Bottom Line)	Elkington (1998)	El triple resultado plantea que las empresas deben medir su desempeño y éxito considerando tres dimensiones: económica, social y ambiental. La RSC en la gerencia empresarial, según este enfoque, busca equilibrar los aspectos financieros con el impacto social y ambiental, asegurando que la empresa sea rentable y al mismo tiempo genere beneficios para la sociedad y el medio ambiente.
Economía del Bien Común (Economy for the Common Good)	Felber (2015)	Este enfoque propone un modelo económico basado en valores éticos y sociales. La RSC, desde esta perspectiva, implica que las empresas adopten principios éticos, promuevan la equidad, colaboren con otras organizaciones y busquen el bien común en lugar de solo el beneficio individual.
Teoría de Legitimidad y Responsabilidad (Legitimacy and Responsibility Theory)	Carroll (1991)	Esta teoría sugiere que las empresas deben actuar de manera responsable para mantener su legitimidad ante la sociedad. La RSC en la gerencia empresarial, desde esta teoría, implica que las empresas adopten prácticas socialmente responsables para evitar la pérdida de confianza y legitimidad por parte de los grupos de interés y la sociedad en general.

Fuente: Elaboración propia.

Es importante destacar que existen muchas otras perspectivas y corrientes de pensamiento en el campo de la RSC, y que este marco conceptual sigue evolucionando y adaptándose a los desafíos y cambios del entorno empresarial y social. La RSC se ha convertido en una parte esencial de la gestión empresarial responsable y ética, y su adopción se ha vuelto cada vez más relevante para el éxito a largo plazo de las empresas.

3. Modelos para la gestión de la RSC

Existen varios modelos y estándares internacionales que han sido desarrollados para guiar y evaluar la implementación y medición de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas. Estos modelos proporcionan un marco de referencia para que las organizaciones adopten prácticas responsables y transparentes, y midan su impacto en la sociedad y el medio ambiente.

La norma ISO 26000 es una guía internacional sobre responsabilidad social. Proporciona orientación a las organizaciones sobre los principios y temas clave de la RSC, así como sobre la manera de implementar y evaluar prácticas socialmente responsables. Esta norma es ampliamente reconocida y utilizada por empresas e instituciones de todo el mundo (International Organization for Standardization, 2010).

Por otro lado, Global Reporting Initiative (GRI) es una organización independiente que desarrolla directrices y estándares para la elaboración de informes de sostenibilidad. Sus lineamientos ayudan a las empresas a comunicar de manera transparente y efectiva sus esfuerzos y resultados

en materia de RSC (Global Reporting Initiative, 2022). El marco de GRI abarca aspectos económicos, ambientales y sociales, y es uno de los estándares más utilizados para la elaboración de informes de sostenibilidad.

En este mismo sentido, el Pacto Global es una iniciativa de las Naciones Unidas que invita a las empresas a comprometerse con diez principios universalmente aceptados en áreas como derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción (Ibarra, 2014). Las empresas que se unen al Pacto Global se comprometen a implementar estos principios y a informar periódicamente sobre sus avances.

De igual modo, Social Accountability 8000 (SA 8000) es una norma internacional que establece requisitos para el desarrollo y la certificación de sistemas de gestión socialmente responsables en las organizaciones. Esta norma se centra en temas como el trabajo infantil, la discriminación, la salud y seguridad laboral, y otras prácticas laborales justas y éticas (Social Accountability International, 2014).

B Corp es un movimiento global que promueve la certificación de empresas que cumplen con altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad (Sánchez y Devenin, 2023). Las empresas B Corp deben demostrar que buscan no solo beneficios económicos, sino también un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Por último, si bien no están específicamente enfocados en RSC, los estándares ISO 14001 e ISO 9001 pueden ser utilizados por las empresas para gestionar sus impactos ambientales y mejorar su gestión de calidad, lo que a menudo está relacionado con la RSC (Frost, 2012).

Estos modelos y estándares internacionales brindan una base sólida para que las empresas implementen prácticas de RSC de manera coherente y transparente. Al adoptar estos marcos de referencia, las organizaciones pueden mejorar su desempeño social y ambiental, cumplir con expectativas de grupos de interés y generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Cabe mencionar que la elección de un modelo o estándar puede variar según el tamaño, sector y cultura de cada empresa, y que muchos enfoques pueden ser complementarios.

La integración efectiva de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la cultura corporativa requiere un compromiso sólido y continuo por parte de la alta dirección y de todos los niveles de la organización. Los líderes deben demostrar su compromiso con la RSC y comunicar claramente su importancia para la estrategia y la misión de la empresa (Villa et al, 2021). Su liderazgo ejemplar y visión inspiradora son fundamentales para que la RSC se convierta en parte de la cultura corporativa. Del mismo modo, la RSC debe estar alineada con la estrategia y los objetivos de la empresa (Steiner, 1971). Al integrar la RSC en la estrategia empresarial, se asegura que las acciones y decisiones de la organización estén orientadas hacia el logro de un impacto social y ambiental positivo, además de los resultados financieros.

Los empleados juegan un papel clave en la integración de la RSC en la cultura corporativa (Franco et al, 2017). Es importante promover su participación activa y brindarles oportunidades para contribuir con ideas y proyectos relacionados con la RSC. La formación y sensibilización en temas de RSC también son fundamentales para que

los empleados entiendan su importancia y se involucren en la implementación de prácticas responsables. Establecer comités o equipos dedicados a la RSC puede ser una forma efectiva de asegurar que la RSC se integre en la cultura corporativa. Estos equipos pueden ser responsables de definir objetivos, planificar iniciativas, coordinar esfuerzos y monitorear el progreso en materia de RSC.

Las empresas pueden promover la innovación social al buscar soluciones creativas y sostenibles para los desafíos sociales y medioambientales. La implementación de programas que aborden problemas sociales y ambientales a través de la innovación puede fortalecer la identidad de la empresa y mejorar su reputación (López, 2021). Por otro lado, la comunicación es esencial para integrar la RSC en la cultura corporativa (Mellado, 2009). Las empresas deben comunicar de manera transparente y efectiva sus iniciativas y resultados en materia de RSC tanto a nivel interno como externo. La transparencia genera confianza y compromiso tanto entre los empleados como con los grupos de interés externos.

La colaboración con otras empresas, organizaciones no gubernamentales, instituciones académicas y gobiernos puede ser una manera poderosa de integrar la RSC en la cultura corporativa. Estas alianzas pueden enriquecer los conocimientos, recursos y capacidades para abordar desafíos sociales y ambientales de manera más efectiva (Barroso, 2007). Por último, medir y reportar el impacto de las acciones de RSC es esencial para evaluar el progreso y los resultados (Cortés et al, 2018). Las empresas pueden utilizar indicadores y métricas específicas para cuantificar el impacto

económico, social y ambiental de sus esfuerzos de RSC y comunicar sus logros de manera transparente. Estas prácticas y enfoques innovadores pueden ayudar a las empresas a integrar la RSC en su cultura corporativa de manera sólida y significativa. Al hacerlo, las organizaciones pueden crear valor compartido para sí mismas y para la sociedad, construyendo una reputación positiva y sostenible en el largo plazo.

4. Consideraciones metodológicas de la investigación

La presente investigación es de corte cuantitativo, esto permite medir y cuantificar variables clave, generalizar resultados, utilizar análisis estadísticos, obtener datos objetivos y replicables. Esta metodología proporciona una aproximación rigurosa y sistemática para describir la relación entre la RSC y la gestión empresarial y contribuir al conocimiento en este campo.

Se asignó un valor numérico a cada opción de la escala Likert, donde 1 es "totalmente en desacuerdo" y 5 es "totalmente de acuerdo". Posteriormente, se realiza un análisis descriptivo de los datos para cada afirmación o pregunta de la encuesta, calculando la media (promedio) y porcentajes de las puntuaciones obtenidas por todos los participantes en cada ítem.

La investigación es no probabilística, dado que la selección de la muestra no se realiza de manera aleatoria, por tanto, sus resultados no son generalizables. El muestreo de la población fue por conveniencia, seleccionando 100 participantes asociados a los principales bancos de Lima, Perú. Entre los participantes se encuentran clientes, proveedores, líderes comunitarios y empleados. No fue posible acceder a accionistas para que fueran parte de esta investigación. Los datos fueron recogidos mediante la aplicación de encuestas, con una escala de medición tipo Likert. El coeficiente alfa de Cronbach midió una confiabilidad del instrumento de 0.85, lo cual indica una alta consistencia interna.

5. Impacto de la RSC en la gerencia empresarial

En este apartado, se presentarán los hallazgos clave derivados de la interpretación y análisis de los datos recopilados. Se abordarán los principales temas relacionados con la RSC, incluyendo la percepción de los empleados sobre las prácticas sostenibles, la colaboración con grupos de interés, el enfoque en la innovación social, entre otros aspectos relevantes. Los datos de la tabla 1 reflejan un impacto medianamente alto de las Responsabilidad Social Corporativa en la gerencia de la banca en Lima.

Tabla 1
Impacto de la RSC en la gerencia empresarial

Principios	Empleados	Clientes	Directivos	Proveedores	Total
1. Sostenibilidad	4.3	3.2	4.6	3.8	4.0
2. Ética y transparencia	3.7	2.8	4.8	3.6	3.8

Cont... Tabla 1

3. Respeto a los derechos humanos	3.8	3.4	4.7	4.1	4.0
4. Responsabilidad con los grupos de interés	3.1	3.2	4.2	4.3	3,7
5. Protección del medio ambiente	3.5	2.6	4.1	3.7	3,5
6. Participación y colaboración	3.6	3.1	4.2	3.5	3,6
7. Impacto social positivo	3.2	3.4	4.7	3.6	3,7
8. Cumplimiento de normativas y estándares internacionales	3.8	3.2	4.5	3.8	3,8
Total	3.6	3.1	4.5	3.8	

Datos reflejan puntuación media de la escala de Likert

Fuente: Elaboración propia.

El área de sostenibilidad (4.0) se caracteriza por mostrar resultados significativos y positivos en términos de prácticas y proyectos que promueven el desarrollo sostenible y la responsabilidad ambiental y social. Los bancos peruanos que han logrado un impacto positivo, suelen implementar iniciativas para reducir su huella ambiental. Esto incluye medidas para la eficiencia energética, la gestión responsable de residuos, el uso de tecnologías verdes y la promoción del financiamiento de proyectos sostenibles, como energías renovables y proyectos de conservación ambiental.

La alta dirección de estos bancos muestra un liderazgo comprometido con la sostenibilidad y la RSC. Implementan políticas y mecanismos para asegurar una gobernanza corporativa responsable, incluyendo la adopción de códigos éticos y prácticas anticorrupción. De igual modo, fomentan la inversión sostenible y la adopción de criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) en sus decisiones de inversión y financiamiento. Apoyan proyectos con un enfoque sostenible y buscan incentivar a sus clientes a seguir prácticas responsables. Empleados (4.3) y directivos (4.6) mostraron

mayor optimismo en cuanto a esta área, mientras que proveedores (3.8) y clientes (3.2) reflejaron datos un poco más moderados.

Los bancos abordados cuentan con códigos de ética sólidos y bien establecidos (3.8). Estos códigos definen los principios y valores fundamentales de la organización, y se aplican a todos los empleados y partes interesadas, estableciendo estándares claros de conducta ética en todas las operaciones del banco. Aseguran que las decisiones se tomen de manera abierta y transparente, evitando conflictos de interés y asegurando que los intereses de los clientes y demás partes interesadas estén protegidos. Publican informes financieros y de sostenibilidad con datos sobre sus prácticas éticas, sociales y ambientales, y comunican de manera clara y accesible las políticas y procedimientos que rigen su operación. De igual modo, garantizan la privacidad y protección de datos de sus clientes y empleados. Implementan medidas para prevenir el acceso no autorizado a la información personal y cumplen con las regulaciones en materia de protección de datos. Sin embargo, los clientes mostraron un puntaje regular en esta

área (2.8), mientras que empleados (3.7) y proveedores (3.6) medianamente alto, mientras que en los directivos fue alto (4.8).

El impacto en el área de respeto a los derechos humanos es medianamente alto (4.0), se caracteriza por mostrar resultados significativos y positivos en términos de prácticas y políticas que promueven el respeto y protección de los derechos humanos en todas las actividades y operaciones de las entidades bancarias. Estas organizaciones cuentan con políticas sólidas y claras en esta área. Estas políticas se fundamentan en instrumentos internacionales de derechos humanos y establecen el compromiso de la entidad con respetar y promover los derechos humanos en todas sus acciones. Aseguran el respeto de los derechos laborales y condiciones de trabajo justas para sus empleados. Promueven un ambiente laboral inclusivo, libre de discriminación y acorde a las normativas laborales nacionales e internacionales. Así mismo, Estas entidades bancarias se preocupan por el bienestar y la protección de los derechos de sus clientes. Sus clientes (3.4) y empleados (3.8) mostraron un impacto medianamente alto, mientras que en directivos (4.7) y proveedores (4.1) fue alto.

El impacto medianamente alto (3.7) en el área de responsabilidad con los grupos de interés se caracteriza por mostrar resultados significativos y positivos en términos de prácticas y acciones que demuestran un compromiso activo y efectivo con los diferentes actores que interactúan con la entidad bancaria. Estas entidades promueven un diálogo abierto y constante con sus stakeholders. Escuchan activamente sus necesidades, inquietudes y expectativas,

y toman en cuenta sus opiniones en la toma de decisiones empresariales.

Del mismo modo, cuentan con políticas y compromisos formales que establecen el enfoque de la entidad hacia la colaboración y el respeto de los intereses y derechos de sus stakeholders. Se esfuerzan por brindar un servicio de calidad, personalizado y accesible, con el objetivo de satisfacer las necesidades financieras de sus clientes y colaboran activamente con las comunidades locales en las que operan. Participan en proyectos de desarrollo comunitario y promueven el bienestar social, contribuyendo al desarrollo sostenible de las comunidades. Sus empleados (3.1) y clientes (3.2) mostraron un impacto medianamente alto, mientras que sus directivos (4.2) y proveedores (4.3) reflejaron un impacto alto.

En el área de Protección del Medio Ambiente el impacto es medianamente alto. Estas organizaciones se caracterizan por mostrar políticas ambientales bien definidas y comprometidas con la sostenibilidad. Estas políticas se enfocan en minimizar el impacto ambiental de sus operaciones y promover prácticas responsables. Estas entidades bancarias implementan medidas para mejorar la eficiencia energética en sus instalaciones y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Fomentan el uso de energías renovables y adoptan tecnologías más limpias. Promueven la reducción, reutilización y reciclaje de materiales, y trabajan para minimizar el impacto de sus desechos. Los empleados (3.5) y proveedores (3.5) mostraron resultados medianamente altos, mientras que los clientes mostraron un impacto regular (2.6). Por su parte, los directivos tuvieron resultados altos (4.2).

El área de Participación y Colaboración se caracteriza por mostrar resultados significativos y positivos en términos de prácticas y acciones que promueven la participación activa y la colaboración con diferentes actores, tanto internos como externos, en la toma de decisiones y la generación de valor compartido, con un impacto medianamente alto (3.6). La banca promueve la participación activa de sus empleados en la toma de decisiones y la generación de ideas. Fomentan una cultura de retroalimentación y escuchan las sugerencias y opiniones de sus colaboradores. Establecen alianzas estratégicas con organizaciones, instituciones y entidades que comparten objetivos comunes en temas de RSC. Estas alianzas potencian el alcance y el impacto de las acciones conjuntas. Los directivos mostraron un impacto alto (4.2), mientras que empleados (3.6), clientes (3.1) y proveedores (3.6) evidenciaron resultados medianamente altos.

El impacto medianamente alto (3.7) de la banca de Lima en el área de Impacto Social Positivo se caracteriza por promover la inclusión financiera, facilitando el acceso a servicios bancarios a segmentos de la población que históricamente han estado excluidos del sistema financiero. Estas entidades bancarias ofrecen microcréditos y líneas de financiamiento a emprendedores y pequeños empresarios, contribuyendo al desarrollo económico y generando empleo en comunidades locales. Brindan programas de educación financiera a sus clientes y comunidades, empoderándolos para tomar decisiones financieras informadas y responsables. Estas entidades bancarias participan en el desarrollo de proyectos sociales y comunitarios, como infraestructura

educativa, sanitaria o de acceso a servicios básicos, que benefician directamente a las comunidades en las que operan. Los directivos mostraron un alto impacto (4.7), mientras que clientes (3.4), empleados (3.2) y proveedores (3.6) valores medianamente altos.

El impacto Cumplimiento de Normativas y Estándares Internacionales es medianamente alto (3.8) y se caracteriza por incorporar en sus políticas y prácticas los principios y lineamientos establecidos por organismos internacionales relevantes, como los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas o los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estas entidades bancarias integran el enfoque de la sostenibilidad en sus estrategias de gestión de riesgos, considerando aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) en la toma de decisiones financieras. Los bancos son transparentes en la comunicación de su desempeño en RSC. Publican informes de sostenibilidad que detallan su progreso hacia el cumplimiento de los estándares y metas establecidas. Estas entidades bancarias realizan evaluaciones periódicas de su desempeño en responsabilidad social y sostenibilidad, identificando áreas de mejora y oportunidades para alinear sus acciones con los estándares internacionales. Los directivos mostraron resultados altos (4.5), mientras que clientes (3.2), empleados (3.8) y proveedores (3.8) mostraron una valoración medianamente alta.

Los resultados evidencian un impacto medianamente alto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la banca peruana en diversas áreas clave, lo que demuestra un compromiso significativo con el desarrollo sostenible, la ética empresarial y la

generación de valor compartido. A través de prácticas innovadoras, la banca ha logrado estimular la innovación en productos y procesos con enfoque en la sostenibilidad, fortalecer las relaciones con sus grupos de interés mediante una red de apoyo y colaboración, y proteger los derechos humanos y el medio ambiente. Además, su participación activa y colaborativa ha generado un impacto social positivo y su compromiso con el cumplimiento de normativas y estándares internacionales refuerza su posición como agentes responsables y confiables en la sociedad. Si bien el camino hacia la sostenibilidad es continuo, los avances alcanzados hasta el momento demuestran una banca peruana comprometida con su papel en el desarrollo sostenible y el bienestar de la sociedad.

6. Reflexiones finales

Se han identificado hallazgos significativos que demuestran el impacto medianamente alto de la RSC en la banca peruana en diversas áreas clave. Se destaca que la RSC estimula la innovación en productos y procesos, fomentando soluciones sostenibles y socialmente beneficiosas. Asimismo, se evidencia cómo fortalece las relaciones con los grupos de interés, creando una red de apoyo y colaboración que impulsa el desarrollo conjunto. Además, se aprecia el compromiso de la banca con el respeto a los derechos humanos, la protección del medio ambiente, la inclusión financiera y la colaboración en proyectos sociales, generando un impacto social positivo en la sociedad.

La relevancia de la RSC en la gerencia empresarial radica en su capacidad para generar un cambio positivo en la sociedad y el entorno en

el que operan las organizaciones. La RSC no solo se limita a cumplir con obligaciones legales, sino que va más allá, adoptando un enfoque proactivo que busca crear valor compartido para todos los stakeholders involucrados. Al integrar la sostenibilidad en sus prácticas, las empresas pueden generar un impacto positivo en el desarrollo económico, social y ambiental, fortaleciendo su reputación y sostenibilidad a largo plazo.

En cuanto a futuras investigaciones en el área de RSC y gerencia empresarial, sería valioso profundizar en el análisis de cómo la RSC puede contribuir al desarrollo sostenible en otros sectores económicos en el contexto peruano. Asimismo, se podría indagar sobre la percepción y expectativas de los clientes y stakeholders respecto a las prácticas de RSC implementadas por las organizaciones. Además, sería relevante investigar cómo la RSC impacta en la toma de decisiones financieras y en la gestión de riesgos en las empresas. Por último, se podrían explorar las estrategias efectivas para promover una cultura organizacional orientada a la RSC y cómo esta cultura se relaciona con el desempeño y la reputación de las empresas.

Referencias bibliográficas

- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *InnovaG*, (2), 56-62. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749>
- Barroso Tanoira, F. (2007) Responsabilidad social empresarial: concepto y sugerencias para su aplicación en empresas constructoras. *Ingeniería*, 11(3), 65-72.

- Bom-Camargo, Y. I. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(2), 130-146. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i2.35903>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Cornejo, A. (2014). Evolución de la RSE en el Perú. *Perú 2021*, 1(1), 52-54.
- Cortés V., M. A., Muñoz Z., M. L., Quintero G., M. L., & Sánchez E., F. J. (2018). Indicadores de responsabilidad social empresarial basados en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el Global Reporting Initiative para evaluar la gestión de los agentes comercializadores y distribuidores de energía en Colombia. *Informador Técnico*, 82(2), 209–240. <https://doi.org/10.23850/22565035.1360>
- Cuadrado Sánchez, G. P., Rodríguez García, M. del P., y Cortez Alejandro, K. A. (2023). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero: revisión sistemática, Scopus 2015-2023. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(103), 983-1000. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.103.5>
- Dorantes Benavidez, H., Gutiérrez Lugo, L. M., Dorantes Benavidez, F., y Acosta Mendizábal, M. A. (2023). Factores de Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de las Pymes Mexicanas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(102), 734-750. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.18>
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. New Society Publishers.
- Felber, C. (2015). *La economía del bien común*. Editorial Deusto.
- Franco, M., Espinoza Carrión, M., y Pérez Espinoza, M. (2017) La responsabilidad social empresarial y su vínculo con la gestión del talento humano en las organizaciones. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 114-119. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/523>
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman series in Business and Public Policy.
- Friedman, M. (1970). *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. New York Times Magazine, 13 September 1970, 122-126.
- Frost, R. (2012) Panorama de la ISO 9001 y de la ISO 14001. <https://www.fcad.uner.edu.ar/wp-content/uploads/file/proyectos%20extension/calidad%20nivel%20II/Conceptos-basicos-ISO-9001-y-14001.pdf>
- Global Reporting Initiative-GRI (2022) GRI 1: Fundamentos 2021. <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-spanish-translations/>
- Ibarra Padilla, A. M. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), 51-82. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&lng=es.
- International Organization for Standardization (2010). ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility.
- International Organization for Standardization (2011). Guía

- de Responsabilidad Social (ISO 26.0000:2012, IDT).
- Jamali, D. R., El Dirani, A. M., y Harwood, I. A. (2015). Exploring human resource management roles in corporate social responsibility: The CSR-HRM co-creation model. *Business Ethics: A European Review*, 24(2), 125-143. <https://doi.org/10.1111/beer.12085>
- Koontz, H., y Wehrich, H. (2004). *Administración: Una perspectiva global*. (12ª ed). McGraw-Hill.
- Lehner, O. (2016) Routledge handbook of social and sustainable finance. Nueva York: Routledge.
- López Armes, E. (2021). Responsabilidad social y el compromiso organizacional de empleados públicos del Perú. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 26(95), 656-668. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.14>
- López Celis, D. M., & Peñalosa Otero, M. E. (2019). Responsabilidad social empresarial y su impacto en la disposición a pagar más entre los consumidores colombianos. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(87), 654-667. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i87.24630>
- Luque González, A., Merino Chiliquinga, V. E., & Solís Benavides, P. R. (2020). Gestión pública socialmente responsable: Caso hilando el desarrollo en Ecuador. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(2), 285-307. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31494>
- Martín, I. E. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial Interna: Gestión estratégica responsable de los Recursos Humanos. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, (13), 74–83. <https://doi.org/10.36791/tcg.v13i0.80>
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas Latinoamericanas. *Revista De Ciencias Sociales*, 15(1). <https://doi.org/10.31876/rcs.v15i1.25426>
- Mendoza Fernández, D. L., Jaramillo Acosta, M. C., & López Juvinao, D. D. (2020). Responsabilidad social de la Universidad de La Guajira respecto a las comunidades indígenas. *Revista De Ciencias Sociales*, 26(2), 95-106. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32426>
- Murillo Vargas, G., García Solarte, M., & Azuero Rodríguez, A. R. (2022). Responsabilidad social empresarial, cambio institucional y organizacional del sector petrolero colombiano. *Revista De Ciencias Sociales*, 28(1), 175-186. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37683>
- Peralta Mocha, M. B., Guzmán Arias, R. D. L., & Verdezoto Reinoso, M. D. R. (2022). Responsabilidad Social en empresas bananeras en Ecuador: perspectivas económicas, sociales y jurídicas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 27(99), 1095-1114. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.15>
- Porter, M., y Kramer, M. (2002) The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*. December 2002.
- Salcedo-Muñoz, V., Campuzano Vásquez, J., Uriguen Aguirre, P. A., & Plaza Guzmán, J. J. (2021). Responsabilidad social empresarial en el sector bananero de la provincia de El Oro – Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(3), 394-403. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36778>
- Sánchez, P., y Devenin, V. (2023). El movimiento B Corp. Documentación social. Número 13.
- Server, R., y Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa

- (RSC) y su gestión integrada. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 137-161. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405311>
- Social Accountability International. (2014). Guidance Document For Social Accountability 8000. <https://sa-intl.org/wp-content/uploads/2020/02/SA8000-2014-Guidance-Document.pdf>
- Steiner, G. (1971). *Business and society*. New York: Random House.
- Vilca Tantapoma, M. E., Vilca Horna, N. M., Vilca Horna, A. L., y Armas Chang, M. Z. (2022). Responsabilidad Social Empresarial y percepción de los clientes de los Bancos Comerciales en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1771-1787. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.29>
- Villa Castaño, L. E., Perdomo-Ortiz, J., y Pedraza, C. E. (2021). Responsabilidad social empresarial en empresas de la industria colombiana: una aproximación comprensiva. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95),918-942. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.29>
- Villegas, L. (2007). Colombia: Hacia un modelo de competitividad. Bogotá, Colombia: Asamblea Asociación Nacional de Industriales (ANDI).