



REVISTA DE FILOSOFÍA

Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Estudios Filosóficos
"Adolfo García Díaz"
Maracaibo - Venezuela

Nº103
2023 - 1
Enero - Marzo

Revista de Filosofía

Vol. 40, N°103, 2023-1, (Ene-Mar) pp. 481-493

Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela

ISSN: 0798-1171 / e-ISSN: 2477-9598

Políticas de responsabilidad social empresarial: estrategias para su implementación

Corporate Social Responsibility Policies: Strategies for its Implementation

Verónica Margarita Trillo Espinoza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6064-898X>

Universidad Cesar Vallejo - Trujillo – Perú

vtrilloe@ucvvirtual.edu.pe

Patricio Federico Lewis Zúñiga

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7468-6258>

Universidad Católica de Santa María - Arequipa – Perú

plewis@ucsm.edu.pe

Luis Vargas Espinoza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9445-821X>

Universidad Católica de Santa María – Arequipa – Perú

lvargase@ucsm.edu.pe

Jorge Luis Vargas Espinoza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3026-769X>

Universidad Nacional Intercultural “Fabiola Salazar Leguía” – Bagua – Perú

jvargas@unibagua.edu.pe

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7601683>

Resumen

A partir de la revisión documental de la literatura, este artículo procura indagar sobre las prácticas empresariales para la implementación de políticas de RSE acordes con el contexto ecosocial actual, donde la inequidad social y el deterioro ambiental marcan la pauta para iniciar acciones reparativas direccionadas a los grupos de interés o *stakeholders*. El producto integrador resultante, basado en la reflexión, indica que las estrategias de implementación de políticas organizacionales deben atender los requerimientos establecidos en la Norma ISO 26000-2010. Se sugiere como elemento trascendental que la aplicación de RSE no sea vista como una acción filantrópica, más bien debe ser una actividad permanente y sistémica documentada en la política empresarial con un alto compromiso estratégico, basada en tres lineamientos: la declaración de la política, el máximo compromiso del *staff* estratégico organizacional, y finalmente el establecimiento de los mecanismos logísticos y financieros para su ejecución.

Palabras clave: estrategia; política; RSE; ISO 26000

Recibido 14-10-2022 – Aceptado 07-01-2023

Abstract

Based on the documentary review of the literature, this article seeks to investigate business practices for the implementation of CSR policies in accordance with the current ecosocial context, where social inequity and environmental deterioration set the tone for initiating reparative actions aimed at the interest groups or stakeholders. The resulting integrative product, based on reflection, indicates that the implementation strategies of organizational policies must meet the requirements established in the ISO 26000-2010 Standard. It is suggested as a transcendental element that the application of CSR is not seen as a philanthropic action, rather it should be a permanent and systemic activity documented in the business policy with a high strategic commitment, based on three guidelines: the policy statement, the maximum commitment of the organizational strategic staff, and finally the establishment of the logistical and financial mechanisms for its execution.

Keywords: strategy; policy; CSR; ISO 26000

Introducción

La adopción del esquema de responsabilidad social empresarial, comúnmente conocido como RSE, ha ido evolucionando con el tiempo, iniciándose con un enfoque netamente social muy popular en la década de los años 1980, donde las organizaciones visualizaron los efectos del impacto de sus actividades productivas sobre el entorno, donde cada vez más se acrecentaban los problemas demográficos, habitacionales y sociales en comunidades que hacían vida en el espacio territorial de ejecución de operaciones. Las empresas visualizaron la necesidad de participar en una mayor regulación y soporte para resolver los problemas que constituían una amenaza para la institucionalidad organizacional. Bajo el contexto descrito surge la interrogante sobre el rol y liderazgo de las empresas y grandes corporaciones frente al Estado y la sociedad en general para atenuar esta creciente problemática (Zorrilla, 2020, p. 4). A este escenario histórico, se sumaron los problemas ambientales que sufre el planeta producto de la explotación de recursos y producción de bienes y servicios de manera irracional, que ha estado atentado contra sostenibilidad natural. Por ello, la respuesta vino de manera inercial, si una entidad causa o incrementa un problema debe asumir su reparación, este es el sentido filosófico de la RSE.

Como contra respuesta al modo de producción instaurado, que ha provocado desigualdades sociales y deterioro ambiental, surgen la ética, las leyes y la voluntad para promover mecanismos de cambios de paradigmas empresariales que conduzcan al desarrollo sostenible en los ámbitos económicos, sociales y ambientales, en otras palabras, la definición de RSE (Ormaza, Ochoa, Ramírez & Quevedo, 2020, p. 175). Por ello, esta investigación busca indagar sobre las prácticas empresariales para la implementación de políticas de RSE acordes con el contexto social y ambiental actual, describiendo el enfoque y el ámbito de aplicación de la misma, a la vez, procura mantener un rango de beneficio económico, generado partir de la reputación organizacional obtenida ante la mirada de los grupos de interés internos y externos. Se utilizó la metodología de exploración documental del fenómeno presentado, buscando no solo una conclusión definitiva, sino más bien, una

proposición reflexiva sobre las estrategias de la política empresarial para implementación de la RSE

1. Enfoques y ámbitos de aplicación de RSE

En un estudio bibliométrico realizado por Lizcano & Lombana encontraron importantes hallazgos del enfoque de la RSE, entre los que se destacan, una diversidad conceptual del término, una evolución conceptual de acuerdo al contexto planetario, variedad en los enfoques de aplicación, exuberante y abundante generación de base teórica, y multiplicidad de investigadores con puntos de vistas disímiles, pero coincidentes en la obligación moral de su necesaria aplicación, sobre todo en contextos de desigualdades sociales (2018, p. 128). La evolución conceptual de la RSE ha sido un tema de discusión, en sus inicios fue entendida como una manera de hacer negocios más humana, ética y transparente. En realidad, la RSE tuvo como antecedentes, el surgimiento del cooperativismo en la Inglaterra del siglo XVIII durante la Revolución Industrial, al generarse gran demanda de mano de obra, lo cual provocó éxodos del campo hacia las grandes ciudades, periodo en el que se levantaban grandes empresas de producción en serie, originando una reorganización social de la población que era utilizada como mano de obra trabajadora (Chitarroni, 2013, p. 40).

La mano de obra de las empresas para ese entonces era utilizada durante largas jornadas de trabajo, era mal remunerada y en ocasiones con condiciones indignas de trabajo, por lo que surgieron los principios del cooperativismo como forma de regulación, donde todos eran propietarios y el trabajo, al igual que el valor económico generado procuraba ser repartido equitativamente. Estos principios atrajeron la atención de los enfoques actuales de la RSE (ídem), hasta el punto que a partir de allí ha ido evolucionado el concepto. Es durante los años 1920 hasta la década de 1960 donde se institucionaliza la premisa que las empresas tienen la obligación de hacer bien a la sociedad, estas deben ser responsables por la seguridad económica y social de las comunidades, así que los gerentes, presidentes y propietarios de las corporaciones empresariales se le adicionaba una nueva función, atender el entorno social (Lizcano & Lombana, ob. cit, p. 120), hecho que se convierte en postura pública, que promueve el direccionamiento de recursos económicos y trabajo voluntario empresarial para fines sociales.

La RSE fue evolucionando desde lo social hasta complementarse con agregar valor económico empresarial, esto sugiere, que las organizaciones deben invertir recursos financieros con fines sociales en procura de ganar clientes para obtener un buen desempeño económico, esto recrea condiciones para el principio de valor compartido. Esta rentabilidad económica es otorgada de manera indirecta, pues, se crea imagen positiva de marca, donde los consumidores ven con buenos ojos a las empresas que otorgan beneficios sociales. Por ello, las empresas actualmente deben tener una clara visión de sus objetivos económicos y financieros alineados con la aplicación de la RSE, es decir, tanto el modelo de aplicación de ésta, como los proyectos asociados serán exitosos si los costos de inversión son menores a los beneficios obtenidos (Contreras & Pezo, 2021, p. 22). Ejemplo de ello, una reconocida marca comercial en Perú que ocupa un importante liderazgo en el segmento de

mejoramiento y decoración de hogares, ésta ofrece un excelente servicio, integridad a sus trabajadores y un fuerte compromiso con la comunidad, como resultado entre los años 2018 y 2019 obtuvo un excelente desempeño económico a la par de generar beneficios e impactos positivos en los grupos de interés con aplicación eficiente de la RSE (Ibíd., p. 36).

A raíz de la crisis climática que padece el planeta, el concepto de RSE tomó una nueva dirección en su devenir evolutivo, las empresas como responsables de los impactos negativos a la naturaleza, se han visto obligadas moral y legalmente a promover el uso sostenible y racional de los recursos naturales con el propósito de respetar el entorno ambiental. Durante las últimas décadas, ya entrando al siglo XXI las organizaciones empresariales y corporativas se han adaptado de cierto modo a ejercer un mayor compromiso con el ambiente, promoviendo los resultados económicos en positivo, con beneficios sociales a comunidades y protección de la naturaleza, como contribución para combatir la crisis ambiental y el cambio climático, con herramientas estratégicas enfocadas en un alto grado de compromiso con la sostenibilidad y con los diferentes grupos de interés (Pérez, Espinoza & Peralta, 2016, 169). Por ello, en la actualidad a raíz de la firma en París durante la *COP21* en el año 2015 de la Agenda 2030 contentiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles-ODS de Naciones Unidas, el estamento bioético y jurídico de los países del mundo ha dirigido la aplicación de la RSE hacia el cuidado del planeta como un sistema ecosocial.

En el Perú, un país cuyos inicios de aplicación de la RSE ha sido tímido, sin embargo, vuelca su mirada hacia el desarrollo sostenible, tomando la inversión pública y privada no solo con sentido económico, sino también con responsabilidad ambiental, por estas razones, las empresas han incorporado el enfoque sostenible hacia el fomento y promoción de factores económicos y ambientales (Pino, 2021, p. 25). De hecho, en el país y en el mundo las organizaciones empresariales, tanto las grandes corporaciones como las *PyME* ganan reputación y una alta valoración cuando son proactivas en beneficios hacia el ambiente, creando ventajas diferenciales, estas acciones son de interés creciente y están actualmente en expansión activa (Sánchez, Morán & Pérez, 2020, p. 173). Es así como, las Naciones Unidas en el año 2011 enfatizó los Principios Rectores de los Derechos Humanos, donde estableció la responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos, así como la protección del ambiente, bajo criterios éticos y jurídicos de los Estados (Chacón & Rodríguez, 2020, p. 424).

En este sentido, una década antes la Comisión Europea para el Medio Ambiente, presentó para fiel cumplimiento, el contrato social y ambiental denominado el *Libro Verde*, que define la RSE como la «integración voluntaria por parte de las empresas de la comunidad europea de las preocupaciones sociales y ambientales en sus procesos productivos, operaciones comerciales y relaciones con los *stakeholders*» (2001, p. 7), donde asumen la RSE como una gestión integrada desde el enfoque económico, social y político en conjunción y operación con los grupos de interés. Algunos países de Latinoamérica, como Brasil y Colombia son las naciones con mayores compromisos y resultados en la aplicación integral de la RSE, en función de su producto interno bruto comparativo con otros Estados de la región (Ferré & Hiyo, 2018, p. 244), inclusive a nivel de divulgación en la literatura

empresarial, científica y académica, también ocupan lugares privilegiados dentro de la región.

La RSE ha sido referenciada teóricamente con altos niveles de intensidad y variabilidad desde el punto de vista de su definición, enfoque y el ámbito de aplicación, es así, como ha recibido diferentes denominaciones dependiendo del ámbito de aplicación, donde podemos mencionar: Responsabilidad Social Corporativa, RSC cuando es aplicada por grandes empresas; Responsabilidad Ambiental Empresarial, RAS cuando es dirigida a cánones de sostenibilidad por organizaciones empresariales, la RSI para designar la Responsabilidad Social Personal de Individuos, y por último, está actualmente muy de moda, la Responsabilidad Social Universitaria, RSU entendida como la capacidad de poner en práctica una serie de principios y valores académicos, de investigación y extensión hacia las comunidades por parte de la universidad, en todos los enfoques descritos, lo social, económico y ambiental está presente. La RSU en el Perú, está contemplada en los artículos 124 y 125 de la Ley Universitaria 30220, en los que se establece que la RSU es el fundamento principal de la vida universitaria que debe impactar positiva y eficazmente a toda la sociedad (Congreso del Perú, 2014).

Un enfoque importante de la RSE es la atención a determinado grupo de interés o *stakeholders*, existen empresas que en este sentido, entienden la misma, solo como una relación de beneficios a las comunidades del entorno, sin embargo, los grupos impactados pueden clasificarse como *stakeholders* internos y externos. Los internos son los trabajadores mismos de las organizaciones, gerentes, accionistas y consultores, para el caso de las universidades son los estudiantes, docentes y personal colaborativo (Andia, Yampufe & Antezana, 2021), mientras que los *stakeholders externos* representan aquellos que no pertenecen a la estructura interna de la empresa o instituciones, pero están vinculados directamente a ella, como: clientes finales o consumidores, los proveedores, aliados comerciales, la administración pública, la comunidad e inclusive la competencia. Los *stakeholders* en muchos casos, cumplirán un doble rol, serán grupos voluntarios ejecutores de acciones y también beneficiarios, puesto que la preservación ambiental, salud y filantropía son mecanismos esenciales ejecutados por el hombre para la satisfacción plena, tanto individual, como organizacional.

Respecto a la administración pública, es decir, la gobernanza y la relación con las empresas que aplican RSE tiene una importante relevancia, puesto que, en muchos países la influencia del acompañamiento de la gobernanza juega un rol de primera línea, por otro lado, es de interés de la administración pública realizar seguimiento a las políticas y los impactos generados por aplicación de la RSE (García, Echeverri & Vieira, 2021, p. 3). Los gobiernos están interesados en aplicación de RSE en ámbito ambiental, debido a los compromisos adquiridos en cumbres climáticas, propios de la Agenda 2030 liderada por el Panel Intergubernamental de Expertos en la Lucha contra el Cambio Climático, IPCC. Además, los gobiernos con estos compromisos deben fomentar la aplicación de la RSE, a la par de construir la legislación y el marco político necesario para su aplicación –quizás- no como una obligatoriedad, sino más bien, como apoyo del músculo gubernamental, que

permitirá dinamizar la ejecución, y por otro lado, construir sistemas de información que faciliten su ejecución.

2. Generación de reputación y valor económico con la RSE

Antes de entrar de lleno a establecer los vínculos existentes entre la RSE y la reputación empresarial, es conveniente definir el término *confianza*, ya que la generación de valor empresarial, no solo está ligada a la calidad del producto manufacturado o al servicio que presta, también requiere de la confiabilidad organizacional vista desde los *stakeholders*, sobre todo, de los consumidores, en este sentido, la *confianza* es la esperanza firme que se tiene de algo o alguien cuando se ejecuta una acción (DRAE, Oxford English Dictionary, 2022). Mientras que la esperanza implica subjetividad, puesto que es una actitud interna de la persona, que viene por la facilidad en el acceso a la información fidedigna y también a la luz de la comprobación de la verdad en una acción, para el caso de las empresas, es la calidad de su producto terminado. En base a esta *confianza* construida lo menos subjetiva, el individuo la comunica y la organización empresarial se gana la reputación ante los *stakeholders*, pues estos emitirán una opinión favorable o no.

La *confianza* en una marca comercial, también es producto de la responsabilidad con que la organización trata sus procesos productivos y la relación con los *stakeholders*. Por ello, la imagen de marca es una percepción de los consumidores y está creada a partir, entre otros elementos, de las formas de ejecución de la RSE, sobre todo en orden social y ambiental. Si esta percepción es positiva tiene un efecto significativo en la reputación empresarial o institucional (Castaño & Arias, 2021, p. 16). Este hecho al ser aceptado por las organizaciones, constituye un activo intangible organizacional que debe ser gestionado estratégicamente. La reputación empresarial y administración de activos intangibles, genera valor económico, por lo tanto, es concluyente que la gestión de ésta, pudiese significar el fracaso o éxito de la empresa. La RSE utilizada con estrategia de mercadeo, tiene implícita una carga ética en los *stakeholders* internos, además de otras variables que entran en juego para generar posicionamiento y reputación (Londoño, Castañeda, Espinosa & Pinzón, 2021, p. 186).

Según la firma consultora global *Management Solutions*, asesora de negocios con presencia en Europa, América, Asia y África, y *Cabal Consultig*, existe una conexión entre reputación y la RSE, ésta representa el cordón umbilical de los activos intangibles empresariales, estos han determinado a través estudios contratados a *Reputation Institute*, que por cada punto que se incrementa la reputación, aumenta en un 2.6% el valor total organizacional (*Cabal Consultig*, 2022). Existen otros factores implícitos en la RSE que generan reputación y valor económico empresarial, como: prácticas sustentables en los procesos productivos y en los propios programas o acciones, por lo que en la realidad empresarial la RSE cumple una función mediadora en el desempeño organizacional. Las empresas al adoptar prácticas sociales y ambientales para beneficios de los *stakeholders* se hacen competitivas, creando indirectamente valor económico. Otro aspecto positivo observado en un estudio realizado por Nahuat, Rodríguez & Gómez es la relación del

desempeño en la innovación y la RSE, donde evidenciaron el aumento del valor organizacional y también en beneficios financieros (2021, p. 1)

El consumidor moderno, presenta muchas diferencias objetivas con respecto al consumidor de décadas pasadas, en la actualidad la sociedad global en promedio está enterada –de cierto modo- de los problemas ambientales que acarrea el planeta, por ello, la RSE aplicada en un ámbito de sostenibilidad económica y ambiental, es motivo de interés del consumidor. De este modo, entra la bioética en la RSE, donde el ciudadano se muestra más comprensible a evaluar los procesos de funcionamiento empresarial y su impacto en la naturaleza. La ética como función filosófica del ser humano, permite considerar los límites en los procesos de producción y consumo de recursos por las empresas. Por ello, el individuo actual es capaz de validar las prácticas sustentables de las organizaciones productivas y es además, consciente de la necesidad de producción de bienes y servicios para el consumo sustentable, por lo que la producción, la ética y al RSE aplicada en el ámbito socio-ambiental debe garantizarse su permanencia en el tiempo, se diría, ahora es una necesidad urgente (Paz, Acevedo & Romero, 2021, p. 192)¹, puesto que los seres vivos no podemos dejar de consumir.

Por todo lo expuesto, la reputación y el valor económico que agrega la aplicación eficiente de la RSE, debe estar vinculada a la Agenda 2030 de Naciones Unidas. En este sentido, la RSE está resurgiendo a raíz de las demandas sociales y ambientales, ante el incremento del deterioro de la naturaleza, producido por la herencia de la industrialización incontrolable y la falta de ética empresarial y ciudadana, por lo que se requiere frenar los efectos adversos que ha generado la crisis ambiental planetaria (Rengifo, Sánchez & Obando, 2022, p. 409)². Una práctica de RSE que en las últimas décadas está tomando auge en agregar valor a empresas del ramo, es la producción de productos orgánicos, certificados en sus procesos de la cadena de valor, incluso esta tendencia en Latinoamérica ha permitido el ingreso de empresas a competir en mercados globales exigentes, creando aún más reputación nacional e internacional, que resulta en una diferenciación empresarial (Rodríguez, Gallo, González & Carmenate, 2021, p. 172).

En el Perú la RSE ha generado expectativas en su aplicación, en los últimos años ha tenido un repunte significativo, debido a que las empresas están ejecutando acciones desde el marco ético, desde un enfoque de desarrollo sostenible, alineando al país a la Agenda 2030, por lo que la fundamentación teórica del concepto de sostenibilidad en el país, será

¹ ... «La sustentabilidad valida procesos de funcionamiento del sistema natural, que desestima todo sacrificio de una variable en valor de otra. Que limita la explotación ambiental a favor de la máxima producción. Se permiten niveles de producción que no involucren la desaparición de los recursos que posibilitan la producción» (Paz, Acevedo & Romero, ob. cit. p. 192)

² ... «La Responsabilidad Social Empresarial actúa como un principio ético-filosófico que orienta las acciones empresariales a nivel global. Incide positivamente en las relaciones empresa-comunidad, dando lugar a un mundo más sostenido y sostenible. Es un ideal que, si bien aún es difícil de alcanzar, señala la importancia de adecuar las acciones de cada empresa a los objetivos del desarrollo sostenible, los que tienen marcos de acción a nivel económico, social y ambiental» (Rengifo, et. al., p. 419)

determinante para ejecutar con eficiencia la RSE (Barbachan, 2017, p. 56). En este sentido, el concepto de RSE en el campo empresarial peruano ha estado avanzando y profundizándose en algunos segmentos, actualmente se cree que está en etapa de capacitación de los recursos humanos para llevar a cabo las acciones, al mismo tiempo que ya muchas empresas están en completo desarrollo de aplicación de la RSE con enfoque ambiental, por lo que están obteniendo reputación. Estas iniciativas han provocado una larga labor de sensibilización sobre la conveniencia y beneficios de la práctica de la RSE desde un enfoque socioambiental que agregue valor económico y financiero organizacional. Dentro del marco de referencia regional y local los resultados han sido positivos para el país, no solo porque su aplicación ha sido efectiva, sino porque ha habido una campaña comunicativa que ha multiplicado los saberes para la aplicación de la RSE (Ibíd. p. 58).

3. Estrategias de implementación de políticas de RSE

Las estrategias para la aplicación de políticas de RSE son implementadas de acuerdo a la dependencia de la visión organizacional, el contexto y trascendencia de la empresa. En algunas organizaciones los grupos de interés son amplios y abarcan una infinidad de opciones, en otras, los *stakeholders*, son reducidos y limitados, debido al espectro de acción operacional y productivo de la organización, sin embargo, la política de implementación de la RSE, como enunciado dialógico entre los grupos de interés interno, debe estar dirigida en la actualidad a fomentar el desarrollo social, la sostenibilidad de los procesos actuantes y la agregación de valor económico, sin diferenciar el tamaño de la organización, estos deben estar en permanente equilibrio para garantizar la supervivencia organizacional. Por ello, concordamos con los postulados de Bom al asumir que la implementación de políticas de RSE en las organizaciones y su posterior ejecución, deben ir acompañadas de seguimiento para evaluar los impactos económicos, sociales y ambientales, gestión que deberá ser realizada a través de indicadores de cumplimiento (2021, p. 143).

La Norma ISO 26000 es una extraordinaria guía para alcanzar los enunciados y procedimientos de una política de RSE, estas fueron preparadas por el comité ISO/TMB, vinculado a expertos del Grupo de Trabajo de Responsabilidad Social, en el cual se utilizó un enfoque múltiple desde la visión diferenciada de los *stakeholders*, donde la experiencia de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales de primer orden estuvieron involucradas (ISO 26000, 2010). Bajo este esquema de calidad, las estrategias para generar las políticas de implementación de RSE en las organizaciones, permitirá identificar formas de gestión novedosas centradas en la calidad de los procesos, promoviendo buenas prácticas empresariales de orden social y ambiental. Esta pretende dar soporte a organizaciones en la búsqueda de desarrollo sostenible bajo el cumplimiento de criterios ya normados (Cedeño, Tubay, Tubay, Tubay & Cedeño, 2018, p. 63), en consecuencia hacer seguimiento para la eficiencia de la gestión de la RSE sería de menor complejidad.

Las políticas organizacionales de aplicación de la RSE, deben estar basada en tres lineamientos fundamentales: primero, la declaración de la política, para que los grupos de interés estén bien informados y capacitados para cumplir la ejecución; segundo, el máximo compromiso del *staff* estratégico organizacional, que produzca modelaje positivo y

disponibilidad de gestión para impactar a los *stakeholders* internos; finalmente, el establecimiento de los mecanismos de ejecución logística y financiera, para facilitar las acciones por parte de las dependencias encargadas de concretar la política. Estos elementos permitirán contar con un sistema estructurado de recursos humanos, informáticos e infraestructura logística, que incorpore estándares y parámetros de calidad en la gestión de la RSE. Estas premisas son necesarias en un mercado global competitivo, donde las organizaciones deben contar con políticas innovadoras, ya que los consumidores actuales cada vez son más exigentes y solicitan estándares máximos en los servicios (Rueda, Garavito & Rueda, 2022. p. 71).

Con mucha frecuencia, las empresas realizan la RSE como compromiso legal o bioético, y sus resultados generalmente solo cumplen un objetivo no alineado a la visión organizacional, esta aseveración es frecuente en países como el Perú donde la RSE se ha dado desde diferentes visiones, en ocasiones como un modo filantrópico de ayuda social, y no como una política organizacional, ya que no ha existido el compromiso de algunos actores estratégicos para conservar, respetar el ambiente y contribuir con la desaparición de las inequidades sociales (Huaches, Tolentino, Vásquez, Díaz & Ortiz, 2022). Esta poderosa razón, obliga a las organizaciones y corporaciones empresariales de estándares mundiales, a invertir en la aplicación sistemática en la RSE como política empresarial, mirando a los *stakeholders* como grupo de interés estratégico priorizado para la organización, que responda a las necesidades, expectativas y requerimientos de estos, ya que cada día las generaciones nuevas aprenden a mayor velocidad, son más exigentes y se presentan ante la organización como individuos críticos de la gestión ambiental y social de las empresas (Severino, Acuña, González & Araya, 2022, p. 24).

Muchas empresas en Latinoamérica, utilizan estrategias de aplicación de la RSE basada en la atención única a trabajadores y reparaciones sociales de salud a las comunidades, por lo que la multiplicidad de enfoques está reducida (Rincón, Montoya y Vélez, 2018, p. 79). Esta condición solo permite ganar reputación ante los *stakeholders* locales, por lo que se sugiere implementar acciones enmarcadas en una política de gestión de la RSE de impacto de mayor alcance. Una buena oportunidad empresarial se abrió durante la crisis sanitaria y pandémica del Covid-19 en aquellas empresas que soportaron los cierres parciales de la economía, pues, atender a este grupo de afectados generó de alguna forma impacto a mayor escala en la reputación empresarial (Valencia & Esquivel, 2022, p. 415). Este momento inesperado provocó un estadio situacional impactante en algunos sectores como el turismo, transporte y energéticos, entre otros, sin embargo, otros sectores, como ventas por *delivery*, alimentos y farmacia experimentaron crecimiento y por consiguiente visualizaron la oportunidad de aplicación de RSE dentro de la crisis sanitaria.

Las organizaciones que requieran implantar políticas para la aplicación de la RSE, independiente de su estructura, deben prestar atención especial al capital humano empresarial, puesto que estos tienen doble propósito además de ser grupo de *stakeholders* de beneficio, también constituyen personal de ejecución de las acciones, por lo tanto, su capacitación, entrenamiento y desarrollo profesional para tal fin, constituye la base del

crecimiento de las organizaciones, y por otro lado, son la voz fehaciente y más confiable para publicitar la reputación empresarial obtenida con la RSE (López, Ojeda & Ríos, 2017, p. 37). Las acciones organizacionales incluirán la atención familiar del grupo laboral, puesto que la mayoría de jurisprudencia en el ámbito laboral en muchos países del mundo, provee beneficios a los parientes directos del trabajador. Esto permite establecer que las políticas de formulación de la RSE estarán priorizadas en la atención al trabajador y su grupo familiar, además permite generar a través de la motivación personal, conductas proclives al desempeño eficiente.

Conclusiones

En síntesis, las estrategias de generación de políticas para implementación de la RSE deben documentarse en un contexto de eficiencia de gestión organizacional, también debe estar basado en un interés y alto compromiso del tren estratégico por los temas socioambientales, puesto que, estas acciones despiertan el interés de los consumidores cuando se realiza el *marketing* basado en principios éticos empresariales. En general, es recomendable luego de establecidas las políticas de implementación de la RSE fundamentar su ejecución en base a lo establecido en la Norma ISO 26000-2010, el cual atiende aspectos fundamentales como: gobernabilidad y leyes inherentes; atención a los derechos humanos; prácticas laborales eficientes donde se priorice la atención al trabajador; acciones dirigidas al cuidado medio ambiente, puesto que la solución al calentamiento global es una prioridad planetaria; un marco ético en la ejecución de las acciones socioambientales; atención a los *stakeholders* externos con prioridad en los consumidores; participación activa y conjunta entre grupos de interés; y atención social a las comunidades (Ídem.).

Otro tema importante desde el punto de vista de política permanente organizacional, es la proactividad en las actuaciones de la RSE que contribuyan al desarrollo sostenible, sobre todo en los futuros periodos posCovid-19, como respuesta a remediar la inactividad observada durante la emergencia sanitaria que puso al descubierto las pocas capacidades de la gobernanza y sectores privados de la economía para actuar con efectividad durante la pandemia. En este sentido, específicamente en el Perú, donde a excepción del sector minero transnacional, el cual promovió algunas iniciativas en RSE durante el periodo sanitario crítico, estas empresas participaron de actuaciones socialmente responsables y de sostenibilidad corporativa, tales como ayudas sociales a miembros más vulnerables de las comunidades, atención médica, entre otras (Hernández & Yagui, 2021, p. 2). Se sugiere que la ejecución de la RSE no sea vista como una acción filantrópica, más bien debe ser un acto sujeto a una política organizacional, capaz de responder a situaciones de catástrofes sanitarias y a otras de naturaleza ambiental o social, adaptadas a regulaciones nacionales e internacionales para responder a impactos inesperados, debe ser una acción ajustada a la política organizacional, con recursos y logística presupuestada para superar situaciones catastróficas.

Referencias

Andia-Valencia, W., Yampufe-Cornetero, M., & Antezana-Alzamora, S. (2021). Responsabilidad social universitaria: del enfoque social al enfoque sostenible. *Rev. Cubana de Educación Superior*, 40(3). <http://scielo.sld.cu/pdf/rces/v40n3/0257-4314-rces-40-03-e19.pdf>

- Barbachan, M. (2017) La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *InnovaG*, (2): 56-62 <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>
- 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. DOI: <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i2.35903>
- Cabal Consultig (2022) La conexión entre Reputación corporativa y RSC. En *Negocios y buen Gobierno corporativo*. <https://www.cabalconsulting.com/reputacion-y-rsc/>
- Castaño-Ramírez, A. D. & Arias-Sánchez, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: una revisión sistemática. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40): 1-25. DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8859>.
- Cedeño, R., Tubay, B., Tubay, R., Tubay, K. & Cedeño, R (2018). Guía de responsabilidad social corporativa: Norma ISO 26000: 2010, desafío organizacional para un desarrollo sostenible. *Revista Científica Multidisciplinaria Mikarimin*, 4(1), 61-72. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1040/342>
- Chacón-Triana, N., & Rodríguez-Bejarano, C. (2020). Responsabilidad social empresarial, protección del medio ambiente y los ODS. *Revista Opción*, LUZ, 35, 414-448. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/32315>
- Chitarroni, A. I. (2013) Responsabilidad Social Empresarial. ¿Una traslación de los principios cooperativos al ámbito de las empresas comerciales? *Enfoques* 25(1): 39-64. <http://www.scielo.org.ar/pdf/enfoques/v25n1/v25n1a04.p>
- Comisión de la Unión Europea para el Medio Ambiente (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. *Bruselas*. [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)
- Congreso del Perú (2014) Ley 30220. Ley Universitaria. <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30220.pdf>
- Contreras-Sánchez, E. & Pezo-Pérez, E. (2021) La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su influencia como modelo de rentabilidad y competencia en la empresa del Perú. Tesis de Maestría, Universidad de Murcia. <http://193.147.26.104/bitstream/handle/10952/5182/CONTRERFAS%20SANCHEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ferré-Pavia, C. & Hiyo-Tambra, C. (2018) La información accesible sobre RSE en Sudamérica en los campos de la universidad, la administración y las empresas. *Universidad & Empresa*, 20(35): 221-249. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6028>
- García-Salazar, A., Echeverri-Rubio, A. & Vieira-Salazar, J. A. (2021). Responsabilidad social corporativa y gobernanza: una revisión. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40):1-26 DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9389>
- Hernández, J., y Yagui, V. (2021) Desempeño de responsabilidad social empresarial divulgado en medios virtuales por el impacto del COVID-19. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 17(33): 1-17. DOI: <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i33.3389>
- Huaches-LLocya, S., Tolentino-Luna, D. N., Vásquez-Mondragón, W. M., Díaz-Saavedra, L. A., & Ortiz-Zavaleta, N. (2022). Responsabilidad social en la gestión ambiental Atavillos Bajo,

Lima, 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1): 3011-3048. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1702

ISO 26000 (2010) Guía de responsabilidad social. Guía para Implementación de la Norma ISO 26000. Ginebra, Suiza. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Lizcano-Prada, J. & Lombana, J. (2018) Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 18(34): 119-134. DOI: <https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/018.1/a08>

Londoño-Jaramillo, Á., Castañeda-Ruiz, H., Espinosa-Galán, V. & Pinzón-Perilla, G. (2021). Fundamentos desde la filosofía moral de la responsabilidad social de las organizaciones. *Económicas CUC*, 43(1): 175–194. DOI: <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org.3>

López-Salazar, A., Ojeda-Hidalgo, J. & Ríos-Manríquez, M. (2017) La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad–Spanish Accounting Review* 20 (1): 36–46. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>

Nahuat-Román, B., Rodríguez-Vargas, M. & Gómez de la Fuente, M. (2021). Innovación, Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas. *Investigación administrativa*, 50(128): 12801. DOI: <https://doi.org/10.35426/iav50n128.01>

Ormaza-Andrade, J., Ochoa-Crespo, J., Ramírez-Valarezo, F. & Quevedo-Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3): 175-193. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/index>

Oxford Léxico-DRAE (2022) UK Dictionary. Oxford English and Spanish Dictionary, Synonyms and Spanish to English translator. <https://www.lexico.com/definition/trust>

Paz-Marcano, A., Acevedo-Duque, A. & Romero-Boris, B. (2021) la sustentabilidad como principio de responsabilidad empresarial frente los ecosistemas naturales. *Revista de Filosofía, LUZ*, 38(99): 190-210. DOI: 10.5281/zenodo.5644368

Pérez-Espinoza, J., Espinoza-Carrión, C. & Peralta-Mocha, B. (2016) La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad* 8(3):169-178. <http://rus.ucf.edu.cu/>

Pino-Vargas, J. (2021) Influencia de la responsabilidad social en la reputación corporativa de las empresas mineras del Sur del Perú, 2019 – 2020. Tesis Doctoral, Universidad de Tacna, Perú. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1691/Pino-Vargas-Jorge.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rengifo Medina, C. N., Sánchez-Segura, S. M., & Obando-Peralta, E. C. (2022). Responsabilidad Social Empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada. *Revista de Filosofía, LUZ*, 39(100): 409-420. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5990284>

Rincón-Quintero, Y., Montoya-Álvarez, D. & Vélez-Patiño, P. (2018) Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones del sector construcción en Medellín. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16): 79-94. DOI: <https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.06>

Rodríguez-Eugenio, K., Gallo-Apolo, J., González-Illescas, M. & Carmenate-Fuentes, L. (2021). La responsabilidad social empresarial como estrategia de diferenciación de las empresas

exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 6(3), 171-189. DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2021.1832>

Rueda-Galvis, J., Garavito-Hernández, Y. & Rueda-Galvis, M. A. (2022). Importancia de implementar en las empresas la norma de responsabilidad social ISO-26000. *Revista Facultad De Ciencias Contables Económicas Y Administrativas-FACCEA*, 12(1): 60–83. DOI: <https://doi.org/10.47847/facce.v12n1a4>

Sánchez-Torné, I., Morán-Álvarez, J. & Pérez-López, J. (2020) Revisión de las principales investigaciones sobre responsabilidad social corporativa y reputación *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1): 155–181. DOI: <https://doi.org/10.17561/ree.v2020n1.10>

Severino-González, P., Acuña-Moraga, O., González-Gutiérrez, P., & Araya-González, I., (2022). Responsabilidad social corporativa y supermercados. Explorando la percepción de los consumidores en Chile. *Interciencia*, 47(1/2): 24-30. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33970072004>

Valencia, W. S., & Esquivel, M. J. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en Latinoamérica en tiempos de pandemia. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1): 415-435. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rem.v6i1.1507

Zorrilla-Garay, G. (2020) Nuevas Estrategias para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas y micro empresas, a través de la implementación de factores de evaluación en las Contrataciones Públicas en el Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17680>



REVISTA DE FILOSOFÍA

Nº 103 – 2023 - 1 ENERO - MARZO

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada en febrero de 2023,
por el Fondo Editorial Serbiluz, Universidad del Zulia. Maracaibo-
Venezuela*

www.luz.edu.ve www.serbi.luz.edu.ve
www.produccioncientificaluz.org