

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

**Responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión competitiva**

Por:

Maria Masciel Catacora Pilco

Raul Quispe Cruz

Asesor:

Mg. Ruth Gladys Choque Pilco

**Juliaca, diciembre de 2019**

DECLARACIÓN JURADA  
DE AUTORIA DEL TRABAJO DE  
INVESTIGACIÓN

Ruth Gladys Choque Pilco, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente trabajo de investigación titulado: Responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión competitiva constituye la memoria que presentan las estudiantes Maria Masciel Catacora Pilco y Raul Quispe Cruz para aspirar al grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales, cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este trabajo de investigación son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca, a los un día del mes de diciembre del dos mil diecinueve.



Mg. Ruth Gladys Choque Pilco

Responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión competitiva

## TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Presentado para Optar el Grado Académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales

### JURADO CALIFICADOR

  
Lic. Julio Samuel Torres Miranda  
Presidente

  
Lic. Dante Ortiz Guillen  
Secretario

  
Mg. German Mamani Cachicatari  
Vocal

  
Mg. Ruth Gladys Choque Pilco  
Asesor

Juliaca, 01 de diciembre de 2019

# Responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión competitiva

*Corporate social responsibility as a competitive management strategy*

Catacora Maria <sup>a\*</sup>, Quispe Raul<sup>b</sup>, Choque Ruth<sup>c</sup>

<sup>a</sup>Universidad Peruana Unión, mariacatacora@upeu.edu.pe

<sup>b</sup>Universidad Peruana Unión, raulquispe@upeu.edu.pe

<sup>c</sup>Universidad Peruana Unión, ruth.choque @upeu.edu.pe

---

## Resumen

El objetivo del presente trabajo es identificar los factores claves de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como estrategia de gestión competitiva, la RSE tiene dos aspectos fundamentales de desarrollo interno y externo, y dentro de ellos se considera su impacto de maximización de los beneficios económicos, la sociedad, y el medio ambiente. La Responsabilidad Social Empresarial es el cumplimiento estricto de obligaciones legales vigentes, de manera voluntaria en su gobierno y gestión, políticas, estrategias y procedimientos, de interés laboral, social y medioambiental y de consideración a los derechos humanos que surgen de una relación y dialogo transparente con grupos de interés, por lo que se mencionan las diferentes normas y estándares, principios, instrumentos que ayudan a las empresas para que puedan ser más competitivas en el mercado actual y de manera breve se cita a las empresas que son socialmente responsables. Respecto a ello, en nuestro país del 100% de las empresas, el 15% reconoce la RSE y el 5 % lo aplica, demuestra que son muy pocas las empresas peruanas que aplican la responsabilidad social empresarial, por otro lado, se da a conocer los beneficios de la RSE tangibles, intangibles, ámbito laboral, en el ámbito medioambiental y en el ámbito legal, finalmente se concluye que la RSE es una estrategia de gestión competitiva para las organizaciones por lo que, en los próximos 5 años, muchas organizaciones no sobrevivirán si no emplean la RSE.

*Palabras clave:* Responsabilidad social, Gestión competitiva, Ética, Stakeholder

## Abstract

The objective of this paper is to identify the key factors of Corporate Social Responsibility (CSR) as a competitive management strategy, CSR has two fundamental aspects of internal and external development, and within them its impact of maximizing economic benefits is considered, society, and the environment. Corporate Social Responsibility is the strict fulfillment of current legal obligations, voluntarily in its government and management, policies, strategies and procedures, of labor, social and environmental interest and consideration of human rights arising from a transparent relationship and dialogue with interest groups, so that the different norms and standards, principles, instruments that help companies are mentioned so that they can be more competitive in the current market and briefly quotes companies that are socially responsible. Regarding this, in our country of 100% of companies, 15% recognize CSR and 5% apply it, it shows that there are very few Peruvian companies that apply corporate social responsibility, on the other hand, it is disclosed The benefits of tangible, intangible CSR, work environment, environmental and legal, it is finally concluded that CSR is a competitive management strategy for organizations, so in the next 5 years, many organizations do not they will survive if they don't use CSR.

*Keywords:* Social responsibility, Competitive management, Ethics, Stakeholder.

---

## 1. Introducción

En la actualidad nos encontramos ante una nueva expectativa empresarial, donde se pasó de hablar de los accionistas (shareholders) a un grupo de interés (stakeholders) en las empresas (Barrio, 2016). Así mismo, en el siglo XXI en el entorno organizacional se caracteriza por obtener un nuevo tipo de

---

\* Autor de correspondencia:

Km. 06 Salida Arequipa, Chullunquiani, Juliaca

Tel.: +0-095-105-9559

E-mail: mariacatacora@upeu.edu.pe

organización, es decir empresas socialmente responsables con nuevas normas y estándares de calidad, que no solo buscan la rentabilidad económica para sus accionistas y sino que incluso consideran el bienestar social de manera responsable con el entorno social (Francisco & Segri, 2018). Sin embargo, Serida, Guerrero, Alzamora, Borda y Morales (2017) mencionan que la responsabilidad social empresarial aún no se incorporan a las pequeñas y medianas empresas.

En el portal de RSE en el Perú presentado en noviembre de 2015 se menciona que cuenta con 184 proyectos de RSE de 49 empresas de igual forma existen 60 empresas que si elaboran reportes de comunicación de su desempeño y sostenibilidad (Serida, 2017) Por otro lado, en los últimos años el Perú avanzó de manera representativa en el desarrollo de la RSE en donde se busca alinear sus políticas a principios de la agenda 2030, de modo que pueda lograr el cumplimiento de los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) (Naciones Unidas CEPAL), es por ello que la RSE es un factor clave en las organizaciones peruanas. Por consiguiente, la responsabilidad social es una estrategia de gestión competitiva que distingue de manera exitosa a las organizaciones por la transparencia y valores éticos que practican con los grupos de interés (stackholder) internos y externos.

Así mismo, Macedo, Barreto, Queiroz y Hékis (2015) mencionan que la responsabilidad social empresarial es el cumplimiento estricto de obligaciones legales vigentes, de manera voluntaria en su gobierno y gestión, donde consideran políticas, estrategias y procedimientos, de interés laboral, social y medioambiente y de consideración a los derechos humanos que surgen de una relación y diálogo transparente con grupos de interés, es por ello que la responsabilidad social empresarial es el fenómeno voluntario que ayuda al crecimiento y la competitividad, participando al mismo tiempo con el compromiso a fin de lograr el desarrollo social y mejora del medio ambiente (ISO, 2015).

En donde surge la interrogante ¿Cuáles son los factores claves de la RSE como estrategia de gestión competitiva? Por lo que el mercado actual exige a las organizaciones un nivel elevado de desarrollo en los productos y servicios, así mismo exige compromiso con la sociedad, educación, cultura y medioambiente. En este contexto, la responsabilidad social empresarial se convierte en la razón y componente esencial del mercado, sin esta concepción la organización pondría en riesgo su permanencia y existencia. David (2016) de igual forma menciona que la RSE es un compromiso legal y ético que se inicia a través de los impactos que produce la sociedad en el ámbito social, laboral, medioambiental y derechos humanos. Esta responsabilidad recae en la gestión administrativa de la empresa, así mismo en el estudio que realizó Jacóme, Salazar y Borja (2017) evidencia un cambio de desarrollo, visión y estrategias para lograr beneficios.

Según, Quintana (2016) en su estudio manifiesta que la RSE se extendió como una estrategia de competitividad y que se convirtió en una forma de gestión de realizar negocios en el que deben ser sustentables, social, económicos y ambientales. Es por ello el siguiente trabajo de investigación tiene por objetivo identificar los factores claves de la RSE como una estrategia de gestión competitiva.

## **2. Desarrollo o Revisión.**

### *2.1. Responsabilidad Social Empresarial*

Al padre de la RSE se considera a Howard Bowen quien publicó en 1953 el libro “Social Responsibilities of the Businessman” una especie de “Biblia” de la responsabilidad social empresarial y a principios del siglo XX de la década de 1920 Edward D. Bernays pronosticó la importancia de la RSE, así mismo una de las primeras empresas que fue modelo de responsabilidad social empresarial no solo hacia el exterior, sino también hacia sus propios trabajadores fue de Richard y George Cadbury en su fábrica de chocolates en Birmingham (Laura, 2015).

Según, Calderon (2015) la RSE es el compromiso ético y legal que está ligado a los valores sociales, económicos, ambientales y que todo ello es asumido por la gestión de la empresa de manera exitosa y con ventaja competitiva, así mismo según Perez (2016) la RSE comprende tres niveles (responsabilidad colectiva, responsabilidad individual y responsabilidad legal), donde la primera busca el cumplimiento de los estándares y reglas, el segundo se relaciona con un código de conducta laboral y el tercero está ligado a cumplir las normas.

Según, la norma ISO (2015) define a la RSE como el estricto cumplimiento de las obligaciones legales, integración voluntaria a la gestión de su gobierno en estrategias de preocupaciones laborales, sociales y

ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de un dialogo transparente con los grupos de interés.

## *2.2. Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial*

En la teoría de stakeholder, la RSE no es maximización de beneficios económicos de corto plazo, sino que propaga a largo plazo la búsqueda de valor para los grupos de interés internos y externos (Esic, 2015).

Así mismo, Adolfo y Celis (2016) en la teoría de valor accionista refieren que la característica de la responsabilidad social es la maximización de los beneficios económicos a través de un marco legal y costumbres éticas e innovar actividades en beneficio a la sociedad.

Por otro lado, en la teoría normativa la RSE comprende una actividad que sea rentable, con consideración de la ley y ética socialmente solidaria, es decir una gestión moral.

Por último, en la teoría de la ciudadanía, una empresa debe pertenecer a la sociedad y cooperar al desarrollo y bienestar social (Adolfo & Celis, 2016).

Friedman indica que no se puede hablar de manera estricta sobre la RSE ya que los responsables de la empresa son los que tienen que entender de este tema para poder transmitir a la organización, así la empresa será socialmente responsable (Bour, 2015).

## *2.3. Gestión Competitiva*

La gestión y la competitividad son claves para el fortalecimiento de la empresa, el logro de un proyecto empresarial está relacionado con la capacidad de equipo de dirección para gestionar la empresa de manera eficiente, es por ello que es imprescindible asignarse de herramientas adecuadas, que puede adquirirse de distintas vías. Así mismo, la gestión empresarial busca mejorar la competitividad de la organización identificando la manera óptima de realizar cada tarea en la empresa (Reyno, 2016).

Por consiguiente, la gestión competitiva incluye la producción y aplicación de conocimientos con capacidad de desarrollar procesos que faciliten la búsqueda de nuevas oportunidades y superan posibles obstáculos.

## *2.4. La RSE como factor de competitividad*

A través de las normas medioambientales de carácter social y público han empezado a demandar nuevos estándares a las organizaciones, porque hoy en día los consumidores no solo se preocupan por la calidad y el precio de los productos, sino también por aspectos de impacto medioambiental o el respeto ético en su producción. Así mismo, la RSE representa una nueva forma de gestión de las organizaciones puesto que los obliga añadir una dimensión ambiental, social a sus planes y presupuestos, y esto implica diseñar un modelo de empresa sostenible y por consiguiente adoptar estrategias acordes a ellos (Uliando, 2015).

Por otro lado, la RSE y la competitividad tratan las grandes organizaciones y en menor medida las PYMES y en diversas ocasiones parece clara para las grandes empresas y un debate para las PYME. La RSE cuestiona las prácticas sociales y medioambientales de las grandes empresas, por lo tanto, las PYME en principio, no obstante, acostumbran a desarrollar de forma natural actuaciones que enmarcan dentro de la RSE, y superan el cumplimiento de la ley y esto se debe a diversos factores como la distinción entre propiedad y gerencia, la proximidad con los trabajadores, relaciones interpersonales, interrelación con el entorno social y la lucha por la supervivencia en el mercado (Ormaetxea, 2015).

Por otra parte, las grandes empresas se ven impulsadas a incorporar elementos de la RSE por las presiones del mercado y por consiguiente trasladan esta presión a las empresas proveedoras que son partícipes en su

cadena de producción y muchas de ellas son las PYMEs y todo ello ha generado la existencia de certificaciones y herramientas que permitan gestionar la RSE de la PYME.

## 2.5. Factores claves en los ámbitos de la RSE

Según, Serida (2017) Las organizaciones aplican de distintas maneras la RSE:

### 2.5.1. *Ámbito Económico*

Poner en practica la RSE resulta beneficiosa para las organizaciones en el ámbito económico, porque existirán mayores alianzas entre empresas, así mismo los accionistas confiarían en la organización por la transparencia de la gestión y por ende generaría mayores inversiones de accionistas, por ejemplo: Sodimac logró asegurar el liderazgo como “mejor tienda de mejoramiento del hogar” y logró posicionarse en el décimo lugar del Ranking de Great Place to Work”.

Según, Scade (2016) los factores clave en el ámbito económico son:

*Reducir el coste de capital:* Refiere al ‘retorno’ que espera un inversor de su inversión en una empresa. Si se trata de un accionista, el retorno se calcula como el porcentaje que representa el dividendo pagado dividido por el precio al que el inversor paga por sus acciones. En el caso de un préstamo es el tipo de interés que la empresa tiene que pagar a quien le ha prestado el dinero.

*Aumentar ingresos:* Incorporación de clientes (La clientela, de manera tradicional espera de las empresas que proporcionen productos y servicios de calidad, seguros y que satisfagan sus expectativas).

*Reducir costes:* La extensión de los compromisos a través de las relaciones comerciales hace referencia a la inclusión, además de los clásicos parámetros de calidad y precio, de parámetros ambientales y sociales en el proceso de homologación de proveedores y subcontratistas haciendo así extensivo el compromiso de RSE de la organización contratante.

### 2.5.2. *Ámbito Ambiental*

En el ámbito ambiental se exige a las organizaciones incorporarse a un modelo gestión medioambiental y de mayor conciencia en el desarrollo de procesos eco-eficientes en insumo de usos, así misma beneficiaria a su entorno en donde se ubica la empresa. Por ejemplo, aquí encontramos a la empresa Securitas que en el 2015 logro obtener de los 100 puntos 92 en el CDLI (Índice de Liderazgo de Divulgación de Carbono).

Según, Pérez (2016) los factores claves en el ámbito ambiental son:

La prevención y minimización de las repercusiones ambientales en el producto, implementación de medidas correctoras, búsqueda de soluciones para problemas específicos a la mejora del rendimiento medioambiental, capacitación adecuada del personal, integración de la gestión del medio ambiente en la gestión general de la empresa.

### 2.5.3. *Ámbito Social*

En este ámbito se enfoca a favorecer a la comunidad o sociedad de su entorno para generar confianza entre la sociedad y la empresa. De la misma forma se busca la aceptación de parte de la sociedad por las buenas prácticas que realice la organización. Por ejemplo, encontramos a la empresa peruana Damper que es una agroindustria que implemento un CITE (Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica) con el convenio del Ministerio de la Producción para el aumento de la competitividad del sector agroindustrial.

Según, Gomez (2016) los factores claves en el ámbito social son:

*Relaciones laborales:* Tiene que cumplir con sus obligaciones fundamentales referente a sus trabajadores (seguridad, salud, formación, conciliación de la vida personal, familiar y laboral, diversidad e igualdad, libertad sindical, negociación colectiva y erradicación del trabajo infantil).

*Relaciones con la sociedad:* Implicación de la empresa en la comunidad, de manera continua y a largo plazo, alinear la estrategia y los objetivos con las necesidades sociales, ambientales y económicas de la

comunidad en la que opera con el doble objetivo de contribuir al desarrollo socioeconómico local, por otro lado, mejorar su propia competitividad y sostenibilidad.

*Acción social:* Generar beneficio a la comunidad con el propósito principal de que la empresa decida participar en iniciativas de carácter social y su objetivo debería centrarse en enfocar su esfuerzo en los programas y proyectos en la comunidad donde puede maximizar su beneficio.

#### 2.5.4. *Ámbito Laboral*

En el ámbito laboral se considera como un pilar fundamental al talento humano de la empresa, ya que de ellos depende el crecimiento y éxito de la organización, es por ello que deben ofrecer las mejores condiciones a sus colaboradores. Por ejemplo: la empresa peruana biofarmacéutica Pfizer estuvo en el segundo lugar en la categoría “Promoción del balance trabajo – familia” que fue otorgado por el ministerio de trabajo.

Según, Prieto (2016) el factor clave en el ámbito laboral es:

Relaciones laborales: Las condiciones laborales son un factor clave para crear un entorno de trabajo que permita la atracción y la retención de talento, asimismo, incrementar el compromiso de las personas con la empresa.

#### 2.6. *Factores claves de la RSE con los Grupos de interés (Stackholders) interno*

En el grupo de interés interno se tiene como un factor principal al capital humano que labora dentro de la organización, así mismo, Prieto (2015) menciona que el ambiente laboral interno es quien sostiene a la estructura de la organización, por ello se debe promover la satisfacción de los colaboradores, por lo tanto si la empresa es socialmente responsable tendrá un mayor acercamiento a cada uno de sus trabajadores. Así mismo, la empresa debe ser responsable en los aspectos laborales, en la coalición, diversidad, integridad y formación que son factores relacionados con el capital humano.

#### 2.7. *Factores claves de la RSE con los Grupos de interés (stackholders) externo*

Los grupos de interés externo de una empresa son la ciudadanía, proveedores, socios comerciales, los inversionistas, accionistas, medios de comunicación y otros. Revilla (2015) menciona que implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de la aportación a la causa pública con la contribución impositiva, de esa manera la empresa cumple la responsabilidad social empresarial externa. También refiere que la empresa realiza acciones y aportaciones propias,

gremiales seleccionadas para contribuir con el tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial.

## 2.8. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

Los principios de una empresa socialmente responsable, asume a la población como parte de sus propósitos, fortaleciendo su visión y su compromiso social, reduciendo los impactos negativos (Francisco & Segri, 2018)

### *Factores claves en base a los principios de la RSE*

Principios de la RSE: Solidaridad, empleo digno, respeto a la dignidad de la persona, desarrollo social, justicia y equidad, honestidad y legalidad, transparencia, vincula con la comunidad, prevención de negocios ilícitos, ética en los negocios, contribución al bien común (Grossman, 2016).

## 2.9. Instrumentos de la Responsabilidad Social Empresarial

Fernando, Sánchez, Rodríguez, García y Cervantes (2016) mencionan los instrumentos más habituales:

*Códigos de conducta (CDC):* Evalúa comportamientos estratégicos que generan confianza con los stakeholders a través de difusión publicitaria de las prácticas socialmente responsables.

Factores claves: Descripción de los derechos básicos y los estándares mínimos que la empresa declara comprometerse a respetar en sus relaciones con sus trabajadores, la comunidad y el medio ambiente.

*Memorias, planes o informes de sostenibilidad o de RSE:* Es la aplicación de la propuesta Global Reporting Initiative (GRI) es una guía de elaboración de memorias de sostenibilidad con la finalidad de conseguir un reconocimiento externo, también permite autoevaluar a la empresa en cuanto a sus acciones de RSE. Puesto que es una herramienta de gestión que permite la comunicación e información de la empresa, así mismo contiene la elaboración de memorias de sostenibilidad teniendo en cuenta lo económico, social y medioambiental, obteniendo así la transparencia de la empresa, así mismo aporta beneficio visible de la organización en el ámbito de gestión externa e interna, es decir con mejor relación con los grupos de interés (stackholder).

Factores claves: Tienen que ser claras, definición de un periodo de validez temporal, por ejemplo, realizar cada año o cada dos años, tienen que ser trazables, auditables y tienen que ser verificadas, respecto a la calidad de la información. Así mismo, los principios que exige GRI son precisión, neutralidad y comparabilidad (García, 2015).

*Acreditación o certificación externas y distintivas de RSE:* Consiste en que la empresa recibe una certificación y estas tienen que ver con el contenido ecológico, eco etiquetas emitidas por la Unión europea con el que se llama comercio justo que son emitidas por el ISO 26000.

Factores claves: Alineación con estándares internacionales en materia de sostenibilidad, proceso de autodiagnóstico (identificar oportunidades año a año la gestión integral de la empresa y gestionar impactos operacionales), tener evidencias operativas, tener reporte de resultados, identificar donde se encuentra la empresa y a donde desean llegar, fortalecer la cultura organizacional, alinear las diversas áreas de la empresa a los objetivos de la RSE (Harrison, 2019).

*Auditoria externa de RSE:* La organización solicita a entidades extrañas realizar el estudio independiente y objetivo de la gestión empresarial para detectar posibles deficiencias en la Responsabilidad Social Empresarial.

*Auditoria interna de RSE:* Es una incorporación interna, supervisores internos, control de riesgos y cumplimiento interno.

## 2.10. Normas y estándares de la RSE

A continuación, se presenta una serie de estándares que son guías de implementación de la gestión de la responsabilidad social de la empresa (Pacheco, 2016).

### 2.10.1. Norma SA 8000

Su misión de esta norma es “mejorar condiciones del trabajo mundial” sus características son: Prácticas sociales con los fabricantes y proveedores, aplicable en cualquier tamaño geográfico, son auditables por terceros, sujeta a revisiones periódicas, elaborada por las partes interesadas, formación específica para los certificadores y auditores, así mismo esta norma está cubierta en las áreas del trabajo infantil, salud y seguridad, libertad y negociación colectiva, practicas disciplinarias, horas de trabajo sistema de gestión y compensación, así mismo es una norma certificable. Según, Valdeiglesias (2015) nos menciona que en el

Perú son menos de 10 empresas que cuentan con esta certificación SA 8000, entre ellas tenemos a las empresas Textil Franky&Ricky, energías eléctricas EDEGEL S.A.A., Epsa Perú S.A.C. y agrícola Athos.

*Factores claves para la obtención de la Norma SA8000:*

Alcanzar un ambiente de trabajo seguro y saludable; libertad de asociación y negociación colectiva; realizar estrategias empresariales para tratar los aspectos sociales relacionados con el trabajo.

*Obtención la certificación.*

Las empresas pueden solicitar a través de una de las agencias de certificación aprobadas por la SAI. La agencia de certificación hace la inspección inicial y una vez el sitio de trabajo es certificado, la empresa es supervisada periódicamente para asegurar que continúa cumpliendo con los requisitos del programa.

### 2.10.2. ISO 26000

El objetivo de esta norma es implementar la responsabilidad social empresarial, que indica las directrices de la RSE, por lo que deben ser consideradas en la implementación de la RSE orientadas en las operaciones de la empresa de la integración de la responsabilidad social empresarial. Así mismo, encontramos como ejemplo a la empresa Sodimac.

Según, el ISO (2015) para la obtención del ISO 26000 los factores claves son:

Asegurar el cumplimiento de los siete principios de responsabilidad social, por otro lado, reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas, analizar las materias fundamentales y seleccionar los asuntos de responsabilidad social.

### 2.10.3. ISO 9000

Esta norma es la aplicación para la gestión de calidad y mejora continua en empresas con actividades en producción de bienes y servicios.

Ferrari (2016) menciona los factores claves para la obtención del ISO 9000:

Estructura de calidad de la organización, responsabilidades de cada miembro o empleado, definición de cliente interno y externo, documentación de las actividades de cada área y proceso, valoración respecto a los estándar ISO9001 (auditoría interna), identificación de áreas de mejora, responsables de la aplicación de correctivos y seguimiento.

### 2.10.4. ISO 14000

Es una norma tiene como objetivo la gestión ambiental basándose en el equilibrio del mantenimiento de la rentabilidad y reducción de los impactos sobre el medioambiente de la sociedad.

14000 (2019) menciona los factores claves para la obtención de ISO 14000:

Definición de una política medioambiental, cumplir con leyes y regulaciones medioambientales, aplicación y comunicación de una cultura medioambiental, integración de un plan de comunicación e información para el personal y directivos sobre los avances medioambientales, realizar controles y búsquedas de deficiencias en los procesos.

### 2.10.5. Norma SGE 21

El objetivo de esta norma es fomentar la buena gestión de las empresas que permitan contar con herramientas para asegurar un alineamiento de gestión y valores. La característica primordial de esta norma es establecer, implantar y ser evaluadas en las empresas en el sistema de la ética y responsabilidad social.

Forética (2017) menciona los factores claves para la obtención de la norma SGE 21:

Solicitud de la certificación SGE 21, planificación de la auditoría, realización de la auditoría, expediente de certificación, comité de certificación, emisión y registro de certificados.

### *2.11. Empresas socialmente responsables en el Perú*

Según, el diario Gestión (2019) indica que 100% de las empresas peruanas, solo el 15% reconoce que se debe implementar la RSE y el 5% de las empresas están convencidos que es importante dentro de su organización, asimismo menciona que, para los próximos 5 años, como avanza la tendencia, muchas organizaciones no sobrevivirán sin tener la RSE. Se estima que un 20% de las empresas que no incorporen el RSE desaparecerían. Por otro lado, las organizaciones que se preocupen por la RSE, son las que llegaran a tener éxito en los próximos años.

Así mismo, DBM 2021, Harrison (2019) menciona que 65 empresas peruanas de diecinueve sectores económicos diferentes destacan en aplicar la RSE, entre ellas figuran pymes y grandes empresas que fueron reconocidas en la séptima edición del Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR), los cuales fueron elegidos mediante un proceso de autodiagnóstico riguroso que evalúa la gestión de empresas en cuatro ámbitos como: calidad de vida en la organización, ética empresarial, vinculación con la comunidad y medio ambiente. Por otro lado, Quintana (2016) explica que la RSE son nuevas estrategias de corto, mediano y largo plazo que se debe aplicar para que las empresas aumenten la sostenibilidad, para ser la empresa más atractiva.

Las empresas que recibieron el reconocimiento son: APC Corporación, Arca Continental Lindley, Atento Perú, Austral Group, Backus, Banco de la Nación, Bigmond Top Executive Search, Buenaventura, Cálida, Celepsa, Cementos Pacasmayo, CFG – Copeinca, Claro, Coansa Perú, Coca-Cola Perú, Communications and Systems Development, Corporación Aceros Arequipa, CrediScotia Financiera, DP World Callao, EGASA, Entel, EY Perú, Fargoline, Fénix Power, Ferreyros, Fundación Ferrosa, Gold Fields, Haug, Isa Red de Energía del Perú, KPMG, LAMSAC – Vinci Highways, LATAM Airlines Perú, LHH DBM Perú, Lima Airport Partners, Motored, Natura Cosméticos, Nexa Resources Perú, Orvisa, Pacífico Seguros, Pluspetrol Perú Corporation, Poderosa, Prima AFP, PwC Perú, Repsol Perú, Roche Farma, Rotoplas, Scotiabank Perú, SGS del Perú, Sodexo Perú, Sodimac Perú, Soltrack, Sura Perú, Talma Servicios Aeroportuarios, TASA, Telefónica del Perú, Transportadora de Gas del Perú –TGP, TYTL Abogados, UNACEM, UNIMAQ, Unión de Concreteras, Universidad Científica del Sur, Universidad Continental, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), Volvo Perú.

### *2.12. Países de América Latina que practican la RSE*

El diario comercio (2018) menciona que Dow Jones Sustainability Index en los últimos años en América Latina, Brasil y Colombia encabezan la lista de empresas más sostenibles a nivel mundial así mismo con empresas socialmente responsables le sigue Chile y México sucesivamente. Brasil que tiene alrededor de 500 empresas que mantienen un compromiso sostenible. Un caso representativo es la empresa Natura, que según Cepal “no solo publica reportes de sostenibilidad siguiendo las guías de la Global Reporting Initiative (GRI) sino que efectivamente ha integrado la RSE en su empresa como parte de su estrategia empresarial”.

### *2.13. Beneficios de la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial*

El beneficio de la RSE va más allá de los gastos para la organización, ya que estos son observados como recursos de inversión para la satisfacción de los grupos de interés, por lo que pone atractivo la empresa en

el mercado siendo como factor clave y como una estrategia de competitividad. por consiguiente, influyendo a la sustentabilidad de las empresas (Europeo, 2015).

Según, Fernando (2016) se puede identificar los siguientes beneficios de la RSE:

#### *2.13.1. Beneficios tangibles*

Mejora de productividad, disminución de costos operativos, aumento de ingreso, entrada a mercados y capitales, gestión de recursos humanos, mejoramiento en el proceso ambiental, financiación económica y crecimiento económico.

#### *2.13.2. Beneficios intangibles*

Fidelización del consumidor, valoración de marca e imagen institucional, aumento de capacidad de retener y atraer talentos, capacidad de adaptación, mejores relaciones con el estado o autoridad, diferenciación y posicionamiento de marca.

#### *2.13.3. Beneficios en el ámbito laboral*

Disminución de ausentismo y atraso laboral, incremento de la motivación en la realización de las tareas y alcance de compromisos más allá de recompensas.

#### *2.13.4. Beneficios en el ámbito financiero*

Atracción de inversionistas, mayor disposición a capitales y disminución de costos operativos.

#### *2.13.5. Beneficios en el ámbito comercial*

Reputación positiva de la empresa, lealtad de consumidores, diferenciación y posicionamiento de marca y entrada a nuevos mercados.

#### *2.13.6. Beneficios en el ámbito medioambiental*

Reducción de costos a través del control y eficiencia en el uso de recursos, incremento de reputación e imagen de la marca de la empresa por la conciencia con los efectos del medio ambiente.

#### *2.13.7. Beneficios en el ámbito legal*

Disminución de fiscalización por la transparencia de la empresa y cumplimiento de normas legales y normatividad con sus grupos de interés

### **3. Análisis Crítico**

La responsabilidad social empresarial es un tema importante y estratégico para las organizaciones en el mercado actual globalizado, por lo que hoy en día se requiere mayor compromiso con los grupos de interés (stackholder) a fin de generar mayor competitividad en el mercado, es por ello que algunas organizaciones que implementaron la RSE dentro de sus estructuras como principios de mejora, han logrado posicionarse en los primeros lugares del mundo empresarial. Asimismo, el cumplimiento con la transparencia, ética moral, normas y estándares de la RSE e implementar un modelo de gestión basado en responsabilidad social trae consigo beneficios: económicos, laborales, comerciales, medioambientales y legales.

Así mismo, los instrumentos de responsabilidad social analizados en esta investigación surgen como respuesta al creciente impacto de las actividades de las empresas sobre las sociedades en las que operan, así como a la creciente preocupación por abordar sus consecuencias, contienen recomendaciones de carácter voluntario que implican conductas que van más allá de las obligaciones jurídicas.

Las organizaciones tienen un público exigente con un claro compromiso de responsabilidad social y este público premia las acciones usando o comprando productos o servicios, para saber si una empresa es socialmente responsable es necesario que traduzca sus acciones en indicadores que sean medibles ya sea a través de una auditoría social para si realmente la empresa cumple la RSE. Así mismo, existen varios procesos para que las empresas puedan elegir la auditoría, que consta en dos fases normalización y certificación.

La RSE es la aplicación voluntaria de la parte administrativa en la empresa, por otro lado, la RSE no es una alternativa altruista, es una necesidad estratégica de valor indispensable para las organizaciones si se

quiere ser competitivo ya sea en certificaciones, licitaciones, contratos y negociaciones internacionales, así mismo la empresa que aplica RSE es reconocida por la sociedad y su entorno gracias al cumplimiento de principios, normas, estándares y su transparencia con el entorno.

Finalmente, en el Perú se requiere que las empresas puedan aplicar la responsabilidad social empresarial en su gestión para ser reconocidas y competitivas a nivel nacional e internacional, así mismo el cumplimiento de la RSE por las empresas beneficiaría al país y ayudaría al cumplimiento de los 17 objetivos del desarrollo sostenible.

#### 4. Conclusión

En conclusión, la responsabilidad social empresarial es un acto voluntario de parte de las organizaciones tomando en cuenta a los grupos de interés (stakeholders) internos y externos, así mismo es un factor de primer orden para el desarrollo social, económico, laboral y ambiental. Así mismo los distintos factores claves mencionados en el ámbito económico, ambiental, social y laboral, como los principios de la RSE ayudan al crecimiento empresarial permitiendo ser más competitivas en el mercado, es por ello que cada una de las normas y estándares de la RSE pueden ser empleado de diferentes maneras y de acuerdo a la necesidad de la organización.

Por otro lado, la RSE pareciera ser una tendencia en el país, pero cada vez cobra mayor relevancia, puesto que es una forma de gestionar la organización teniendo en cuenta los objetivos económicos, sociales, y medioambientales y así crear interés propio para el beneficio de la misma empresa y su entorno, la buena gestión de la responsabilidad social empresarial genera una mayor competitividad e incrementa la productividad y la posibilidad de ingresos a nuevos mercados.

Finalmente, se debe practicar y cumplir con los principios de la Responsabilidad Social Empresarial porque implementar la RSE no es regalar dinero (filantropía), tampoco es hacer donaciones (asistencialismo), ni preocuparse solo por el medio ambiente (ecología) es más bien una decisión voluntaria de buenas acciones responsable de parte de las organizaciones para que genere mayor confianza con el entorno económico, ambiental, social y laboral.

#### Referencias

- Adolfo, F., & Celis, F. (2016). *La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas*. 46 (2), 160–174. <https://dialnet-LaRSE-6403474.pdf>
- Barrio, E. (2016). *La gestión de la responsabilidad social corporativa: el caso Unilever España*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=83642>
- Bour, E. (2012). *Responsabilidad social de la empresa análisis del concepto*. *estudios económicos*, 1–30. <http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/pdf/ee/v29n59/v29n59a02.pdf>
- Calderon, J. (2015). *Responsabilidad social empresarial*. [https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- Comercio, (2018) <https://elcomercio.pe/suplementos/comercial/rse-responsabilidad-social/conoce-cuales-son-paises-que-destacan-rse-1003366>
- David, Rivera, Fernanda, Bula, Cecilia y Osorio, (2016). *Responsabilidad Social Empresarial: Beneficios económicos, sociales y ambientales para los stakeholders*. <https://pdfs.semanticscholar.org/8fa0/b7e19a8d5feaf9bcfad9d7b1d5d512aa776c.pdf>
- Esic, D. (2015). *La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad*. 6, 130–143. <https://doi.org/10.7263/ADR.RSC.006.07>
- Europeo, (2015). *Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones*. 1–98. <http://responsabilidadsocialquito.com.ec/wp-content/uploads/2015/09/DESUR-guia-final.pdf>
- Fernando, Sánchez, Rodríguez, J., García, D., & Cervantes, (2016). *La Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*. 1–21. [http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/03\\_16\\_Responsabilidad\\_Social\\_Empresarial.pdf](http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/03_16_Responsabilidad_Social_Empresarial.pdf)
- Forética, (2017). *El sistema de Gestión tica y Socialmente Responsable*. 1-23. [https://www.foretica.org/norma\\_SGE\\_21.pdf](https://www.foretica.org/norma_SGE_21.pdf)
- Francisco, P., & Segri, N. (2018). *Gestión del talento humano en consonancia con la responsabilidad social empresarial*. Universidad militar nueva granada facultad de ciencias económicas especialización en alta gerencia bogota, colombia. (4). <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- Ferrari, A. *Certificado ISO 9000*. <https://www.cuidatudinero.com/13145122/como-obtener-el-certificado-iso-9000>.

- García, (2015). *Responsabilidad social corporativa: de concepto abstracto a elemento clave en la estrategia empresarial*. 1-16,
- Grossman, F. (2016). *Los principios de la responsabilidad social empresarial*. 100–106.  
<http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/363/06florbrown.pdf>
- Gestion, (2019) <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214>
- Harrison, (2019) <https://lhh.pe/prensa/estas-son-las-65-empresas-que-lograron-el-distintivo-empresa-socialmente-responsable/>
- ISO. (2015). *ISO 26000 visión general del proyecto ISO - Organización Internacional de Normalización*.  
[https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- ISO 14000 (2019). Preocupacion por el medio ambiente. <https://biddown.com/certificacion-iso-14000-es-realmente-necesaria/>
- Jacóme, I. Salazar, A., & Borja, Y. (2017). *La responsabilidad social empresarial en la gestión administrativa*. 3(3), 1–12. <https://doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.3.jun.1147-1158>
- Laura, D. (2015). *Responsabilidad social corporativa origen y evolución del concepto de RSC en el entorno empresarial Europeo*.  
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4516/TFG001306.pdf?sequence=1>
- Macedo, L. Barreto, M., Queiroz, J. & Hékis, H. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial en la Conducta de Colaboradores de la Red Supermercados Minorista en Lauro de Freitas - Bahia - Brasil*, 88–98. <https://doi.org/10.3232/GCG.2013.V7.N1.06>
- Pérez, E.(2016). *La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000300023](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023), 1-10
- Ormaetxea, E. (2015). *La responsabilidad social empresarial y la competitividad de las empresas*. 1-23
- Pacheco, F. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial.*, 38. <https://doi.org/10.29019/eidos.v0i1.39>
- Perez, M. (2016). *La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro*. 169–178. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&nrm=iso)
- Prieto, P. (2016). *Modelo de gestión del talento humano como estrategia para retención del persona*.  
<https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20del%20personal.pdf?sequence=1>
- Prieto, R. (2015). *Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa*.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&nrm=iso)
- Quintana, J. (2016). *Posicionamiento de marca y comportamiento del consumidor de kentucky fried chicken (kfc), independencia, 2018*. 35.  
[http://www.um.edu.uy/docs/Deporte\\_y\\_resiliencia\\_en\\_poblacion\\_juvenil\\_de\\_alta\\_vulnerabilidad.pdf](http://www.um.edu.uy/docs/Deporte_y_resiliencia_en_poblacion_juvenil_de_alta_vulnerabilidad.pdf)
- Reyno, M. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva*. 1-85.  
<file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/913-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3119-6-10-20181219.pdf>
- Revilla, G. (2015). *La gestión de los grupos de interés en la estrategia de las organizaciones*.71-76.  
<https://pdfs.semanticscholar.org/a136/bca5e1423c7f81112002d9840b86e38705db.pdf>
- Scade., D. (2016). *Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial*. 1-76.  
<https://www.uandina.edu.pe/descargas/investigacion/ayuda/eoi-responsabilidad-social-2012.pdf>
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*. 69. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2017/global-entrepreneurship-monitor-peru-2016-2017/>
- Uliando, I. (2015). *La responsabilidad social empresarial y la competitividad de las empresa a nivel internacional*. Oñati Socio-Legal Series, 1-23.  
[https://scholar.google.com/citations?user=3esb7hwaaaaj&hl=es#d=gs\\_md\\_citad&u=%2fcitations%3fvview\\_op%3dview\\_citation%26hl%3des%26user%3d3esb7hwaaaaj%26citation\\_for\\_view%3d3esb7hwaaaaj%3a9yksn-gcb0ic%26tzom%3d300](https://scholar.google.com/citations?user=3esb7hwaaaaj&hl=es#d=gs_md_citad&u=%2fcitations%3fvview_op%3dview_citation%26hl%3des%26user%3d3esb7hwaaaaj%26citation_for_view%3d3esb7hwaaaaj%3a9yksn-gcb0ic%26tzom%3d300)
- Valdeiglesias, C. (2015). *Dificultades para la implementación de la norma SA8000 en las empresas peruanas*. 1–58.  
[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4509/valdeiglesias\\_pacheco\\_claudia\\_dificultades\\_implementacion.pdf](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4509/valdeiglesias_pacheco_claudia_dificultades_implementacion.pdf)