

EL IMPACTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS

BACKUS Y GLORIA

 **Sadit Katerin Quispe Ttica**

20200365 | a20200365@pucp.edu.pe

 **Rosa Xiomara Muñoz Izaguirre**

20203595 | a20203595@pucp.edu.pe

Resumen: La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene una influencia en el desarrollo sostenible de las empresas en el Perú causada por su implicancia en el impacto incremento de valor de la empresa, así como en la toma de decisiones para la obtención de beneficios económicos. En ese sentido, es de interés de esta investigación determinar el impacto que genera la Responsabilidad Social Empresarial para el desarrollo sostenible de las empresas peruanas. La investigación se divide en dos partes. En la primera parte, se conceptualizará la RSE, por lo que se describirán los distintos ámbitos correspondientes. En la segunda parte, se explicará la RSE desde el ámbito social y ambiental. Asimismo, se detallarán casos concretos de empresas que ponía en práctica la RSE en el Perú. Por último, se puede concluir que la RSE genera un impacto positivo en el desarrollo económico a largo plazo en la empresa, ya que mejora la competitividad, la reputación y los beneficios económicos.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, desarrollo sostenible, social, ambiental, competitividad, crecimiento económico.

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez, en el panorama empresarial, se toma una mayor consciencia de la importancia de implantar medidas sostenibles y no solo centralizar la obtención de buenos resultados financieros al final del periodo. Por ello, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no solo se focaliza en el desarrollo sostenible de las organizaciones, sino también toma un rol crítico en el éxito de las empresas. En relación con este tema, la presente investigación tiene como objetivo principal analizar el impacto que genera la Responsabilidad Social Empresarial para el desarrollo sostenible de las organizaciones, específicamente, en la situación de las empresas peruanas.

Este proyecto de investigación está compuesto por dos capítulos. En el primer capítulo, se analizará la RSE y su evolución

o expansión de la práctica en las organizaciones peruanas. Para ello, se explicarán a detalle los conceptos y ámbitos contemplados en la RSE, las cuales se describirán bajo cuatro enfoques: social, corporativo o económico, laboral y ambiental. Además, se contextualizará la situación actual de la RSE en el Perú. En el segundo capítulo, en primera instancia, se analizará la RSE tomando en cuenta el enfoque social y ambiental en la sostenibilidad de las empresas en el territorio peruano. Bajo ese contexto, se explicarán casos concretos de diversas empresas que adoptaron y practican la RSE en el Perú. Finalmente, se abordarán las conclusiones respectivas alineadas a toda la información abordada desde el inicio de la investigación con el propósito de sintetizar e integrar este tema de suma relevancia en la actualidad empresarial peruana.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) Y SU EVOLUCIÓN O EXPANSIÓN DE LA PRÁCTICA EN LAS ORGANIZACIONES PERUANAS

“La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés)”.

(Sarmiento, 2011, p. 8)

Un término que toma mayor fuerza en el mundo empresarial moderno, entre los ejecutivos o directivos, es aquel relacionado a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Como tal, cada vez surge mayor interés, debido a que no solo busca que las empresas puedan obtener mayores beneficios

económicos, sino que también tengan en consideración el impacto social y ambiental. Por ello, en el presente capítulo, se describirán los conceptos y ámbitos contemplados en la responsabilidad social empresarial (RSE), para así detallar sobre su concepto, el desarrollo sostenible y la contabilidad ambiental. Además, la RSE se manifiesta en distintos enfoques como el social, corporativo, laboral y ambiental. La RSE es vital para la ejecución de toda empresa socialmente responsable en los enfoques anteriormente mencionados. En relación con ello, finalmente, se analizará la situación actual de la RSE en el Perú para establecer un análisis en la evolución de la práctica en las organizaciones peruanas.

2.1. CONCEPTOS Y ÁMBITOS CONTEMPLADOS EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como aquella responsabilidad que tiene toda empresa con la sociedad para ejecutar un correcto desarrollo sostenible, es decir, generar una contabilidad ambiental que favorezca el crecimiento económico de la empresa, así como el bienestar de la sociedad. Para Lozano (2016), “la responsabilidad social empresarial es una decisión de carácter voluntario. La empresa determina deliberadamente si asume o no ese compromiso” (p. 44). Por lo tanto, es decisión de esta el convertirse en una empresa socialmente responsable.

Teniendo en cuenta ello, es deducible que el concepto de RSE se debe entender desde el contexto de la empresa y la sociedad. Aquello refiere a que la empresa no solo está encapsulada al lado económico que se

encuentra enfocado en obtener mayores ganancias, sino que también se encuentra vinculada al medio que lo rodea, es decir, al entorno social. Si bien toda empresa presenta obligaciones con los respectivos grupos de interés, esto no significa que la empresa no tenga obligaciones frente a otros grupos sociales.

En adición, al estar a favor del lado social, se relaciona el término de sostenibilidad, el cual rige la capacidad de una sociedad para satisfacer las necesidades de su comunidad sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para lograr satisfacer las propias. La sostenibilidad social busca fortalecer la cohesión y estabilidad de las poblaciones y su desarrollo vital. Junto con el medioambiental y el económico, el ámbito social es esencial para mejorar la inclusión y las oportunidades de las comunidades desprotegidas (BBVA, 2022).

Además, la empresa, al buscar un bienestar social frente a los otros grupos sociales, también busca instaurar un desarrollo sostenible adecuado. De acuerdo con ello, el término “desarrollo sostenible” tiene una definición establecida, que es usada a raíz de lo definido por la Comisión Brundtland, en la cual se menciona que “satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las propias” (WCED, 1987, citado por El Serafi, 1994, p. 107). Además de ello, se plantearon tres dimensiones o pilares que trata al desarrollo sostenible desde el lado ambiental, social y económico. Sin embargo, para Gómez (2014), el desarrollo sostenible es “aquel que mejora la calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que los sustentan”, lo cual tiene relación con la adopción de medidas que mejoren la calidad en la vida de las per-

sonas sin usar desmedidamente los recursos naturales del mundo.

El desarrollo sostenible, al tener un impacto global, capta el interés de organizaciones como la ONU, ya que tiene una repercusión en las tres dimensiones antes mencionadas. Bajo esta perspectiva, se creó la Agenda 2030 y los 17 objetivos de desarrollo sostenible, en los cuales se presentan 169 metas de desarrollo sostenible. Gracias a su visión a largo plazo, estas metas constituirán un apoyo para cada país en su senda hacia un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el medio ambiente, a través de políticas públicas e instrumentos de presupuesto, monitoreo y evaluación (Naciones Unidas, 2015, p. 5). Por tanto, la sostenibilidad social es una labor a largo plazo en la sociedad, en la cual también se encuentran involucradas las empresas al ser responsables socialmente con su comunidad al practicar un desarrollo sostenible.

Asimismo, un concepto que toma en consideración tanto el desarrollo sostenible como la RSE es la contabilidad ambiental, la cual se define como aquella ciencia que nace de la necesidad de cuantificar, registrar e informar los daños causados al medio ambiente, así como las acciones correctivas para evitarlas (Amay, Nárvaez & Erazo, 2020, p. 77). Por tanto, se entiende que la contabilidad ambiental engloba una serie de toma de decisiones, puesto que las empresas evalúan el impacto ambiental para poder tomar las medidas necesarias para su reducción. Bajo esa lógica, también permite que la empresa mantenga una buena imagen pública al estar comprometida con el medio ambiente. No obstante, la contabilidad ambiental no solo se rige en lo ambiental; es decir, no solo presenta una preocupación constante por los recursos naturales, sino que también se rige

en el ámbito administrativo o de gestión, ya que ello se sistematiza como el proceso de identificar, recopilar y analizar información destinada a usuarios internos con el propósito de apoyar la toma de decisiones a nivel gerencial (López, 2019).

Sin embargo, otro concepto que se debe tomar en consideración es la contabilidad social, ya que permite reflejar diversos aspectos sociales sobre los que puede impactar la actividad de un agente (micro) o sistema agregado (macro) en un entorno caracterizado por las nuevas responsabilidades sociales que generan nuevas demandas informativas (Machado, 2004, p. 187). Como tal, la contabilidad social se enfoca en la medición y el informe de los impactos sociales y ambientales de las actividades económicas. En este caso, no solo considera el lado del impacto monetario de la empresa, sino también el impacto que tenga en el medio ambiente como en el bienestar social. Además, el objetivo de la contabilidad social es proporcionar información a los grupos de interés en las actividades económicas sobre el impacto social y ambiental.

Considerando los conceptos fundamentales para el entendimiento de la RSE, también se detallarán los distintos enfoques en los cuales está implicada la RSE. En primer lugar, se encuentra el enfoque social, como ya se mencionó en los párrafos anteriores. Este abarca diferentes lineamientos enfocados para favorecer a la sociedad, sobre todo, a las zonas cercanas al giro de negocio de las empresas (Barbachan, 2017, p. 56). Por ello, abarca el bienestar de los empleados, que incluye a la comunidad y al mundo laboral.

En segundo lugar, se encuentra el enfoque corporativo o económico, el cual genera beneficios a la empresa al tener una buena reputación en el mercado por su

ética, buena gestión y transparencia en los reportes financieros, así como la generación de valor compartido. Asimismo, tal como lo afirma Cardona (s.f.), un negocio solo puede ser bueno si es bueno para todos: para la misma empresa, sus clientes, sus proveedores, sus colaboradores, la comunidad y el medio ambiente.

Por otra parte, se encuentra el enfoque laboral, el cual es sumamente importante, ya que el éxito de toda empresa depende del rendimiento de sus trabajadores. Para ello, las empresas deben mantener un buen ambiente laboral, así como brindar las mejores condiciones laborales a sus trabajadores. Además, sobre la base de la pirámide de Maslow, para que una persona sea efectiva y pueda rendir constantemente en su trabajo, necesita tener satisfechas sus necesidades fisiológicas. Sin embargo, también se deben tener en cuenta las necesidades de seguridad como percibir un sueldo rentable, además de responder a las necesidades sociales en las que el trabajador cuente con un buen entorno social en el trabajo y de cumplir con sus necesidades de aprecio para que sientan que están siendo valorados en su trabajo. Solo de esa forma se lograría cumplir con la necesidad de autorrealización en la que el trabajador se siente bien consigo mismo y puede alcanzar su éxito personal. En suma, el uso de buenas prácticas al respetar los derechos laborales cumple con el propósito de obtener beneficios económicos y tributarios que, a su vez, permitan un aumento en el flujo de recursos financieros, ahorro de gastos y costos en el desarrollo de la actividad económica o mejoras en el clima laboral (Lozano & Parra, 2019, p. 3).

Por último, se encuentra el enfoque ambiental, cuya prioridad es la importancia de la reducción del impacto ambiental de

las operaciones empresariales, debido a que buscan la preservación del entorno natural y ecosistemas existentes en el desarrollo de las operaciones de la empresa (Barbachan, 2017, p. 57). Por tanto, se estima que, para un buen desarrollo sostenible en las empresas, se deben aplicar medidas efectivas para una correcta preservación de los recursos naturales.

2.2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA RSE EN EL PERÚ

Para comenzar, la situación actual de la RSE en el Perú resulta ser próspera, debido a que cada vez son más las empresas que apuestan por ser responsables socialmente y mantener un desarrollo sostenible. Sin embargo, esta posición recién se vuelve sólida a raíz de la inestabilidad en la economía peruana, de la intervención del terrorismo y de diferentes problemas sociales ocurridos en los años 90. Todos estos factores ocasionaron que el sector privado se vea involucrado en realizar un esfuerzo junto con el Estado en reducir la pobreza y buscar un desarrollo sustentable. Por ello, el sector privado pasó a ser un aliado del Estado en la resolución de los problemas sociales del país a través del aporte de sus recursos económicos (Franco, 2007, p. 6). A raíz de ello, las empresas empiezan a ejecutar diversas obras sociales para generar un bienestar social y ambiental; de esta forma, se protegen tanto a sus trabajadores como a la comunidad y medio que los rodea. De forma similar, Vizcarra (2022) menciona que las empresas deben contar con un plan de responsabilidad social corporativa de convivencia armónica entre ellas y el entorno social, y así ayudar a erradicar la pobreza, disminuir la violencia social y alcanzar un crecimiento sostenido y armónico que permita una convivencia digna.

Por una parte, una de las asociaciones que busca promover la RSE en el país es la anteriormente mencionada Perú 2021 (actualmente llamada Perú Sostenible), cuyo objetivo es encontrar un desarrollo sostenible que integre tanto a las empresas como a los ciudadanos. Asimismo, su visión es buscar ser el articulador entre el sector privado, el sector público, la academia y la sociedad en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Perú Sostenible, s.f.). Además de ello, Perú Sostenible es una asociación sin fines de lucro que busca visibilizar la mejora en las prácticas empresariales para que, de esta manera, se cree una repercusión positiva en el desarrollo sostenible en la región.

Sobre la base de ello, actualmente, la empresa privada cumple un rol importante al tener una preocupación constante por su entorno social. Según Córdor (2023), desde el lado de los ejecutivos, el 17% afirmó que sus empresas ya están ejecutando medidas transformadoras de cara al futuro, lo cual representa la tasa más alta frente a los demás países. En tal sentido, existe un compromiso que paulatinamente se va incrementando dentro de los mismos ejecutivos, puesto que la RSE trae beneficios a la empresa, así como mayor reconocimiento por distintas instancias que promueven su aplicación al tener un impacto social y ambiental.

Asimismo, en la undécima edición del Distintivo de Empresas Socialmente Responsable (DESR), se afirma que ya son 129 empresas en total que han recibido el reconocimiento del Distintivo ESR, provenientes de 22 sectores económicos distintos, los cuales incluyen el sector de energía eléctrica, telecomunicaciones, minería, banca, educación, entre otros (El Comercio, 2022). En los últimos tres años, el puntaje promedio de desempeño ha incrementado cerca de

un 15%, lo cual certifica el crecimiento progresivo en las empresas al integrar gestiones y estrategias sostenibles.

En síntesis, es notoria la evolución de las empresas en el Perú, ya que se encuentran enfocadas en aplicar la RSE para sostener un buen rendimiento social, ambiental y económico con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible y equitativo. Como tal, la RSE en el Perú genera un crecimiento constante que se logrará mediante el trabajo conjunto de la sociedad, el sector empresarial y el Estado.

3. LA RSE DESDE EL ÁMBITO SOCIAL Y AMBIENTAL EN LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS EN PERÚ

La responsabilidad social empresarial, en los últimos años, se ha ido difundiendo en mayor medida en la sociedad. Según el informe de sostenibilidad de KPMG (2020), las empresas de Perú se encuentran dentro de los países que realizan informes de sostenibilidad superior al promedio mundial con un porcentaje de 81% en el 2020; asimismo, llega a superar a las cifras del 2017, que fue de 66% (p. 14). En ese sentido, se puede indicar que, en el Perú, en el transcurso del tiempo, ha ido incrementando la práctica de la responsabilidad social empresarial; además, están siendo incluidas dentro de sus reportes de las empresas.

En esa misma línea, de acuerdo con el presidente de la Comisión de Sostenibilidad Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Thomas Duncan, la pandemia del COVID-19 provocó que las empresas lleguen a acelerar sus proyectos de responsabilidad social empresarial, ya que las diversas organizaciones empresariales están

enfocadas en la reactivación y recuperación económica, pero tienen en consideración los aspectos ambientales y sociales en sus operaciones (Lopez, 2023). A partir de ello, se puede mencionar que la responsabilidad social empresarial actualmente se está convirtiendo en un factor fundamental en la gestión y organización de las diversas empresas; asimismo, las nuevas tendencias y cambios en el contexto social exigen que las empresas implementen estrategias con enfoques en la sostenibilidad.

Este texto está organizado de tal manera que se realiza una explicación detallada de la responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad de las empresas en Perú. De acuerdo con lo mencionado, el presente capítulo propone analizar la responsabilidad social empresarial desde el ámbito social y ambiental en relación con la sostenibilidad empresarial en el contexto peruano. En el primer subcapítulo, se explicará el impacto de la RSE desde el aspecto social y ambiental en la sostenibilidad empresarial en Perú. Para ello, primeramente, se presentará la definición del aspecto social y ambiental; seguidamente, se explicará el impacto de la RSE en el aspecto económico, reputacional y de competitividad. El segundo subcapítulo está enteramente dedicado a la presentación de casos concretos de empresas en Perú que integran la RSE.

3.1. LA RSE DESDE EL ÁMBITO SOCIAL Y AMBIENTAL EN LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

Actualmente, la RSE es un tema que se ha ido difundiendo en mayor cantidad a nivel mundial y nacional por distintos organismos (Banco Interamericano de desarrollo, la Cámara de Comercio de Lima, entre otros)

que apoyan en la capacitación, inversión en proyectos y financiamiento (los bonos verdes y azules) con la finalidad de cuidar el medio ambiente, a las personas y a la sociedad en general. Sin embargo, es necesario analizar y explicar el impacto que crea la RSE desde el ámbito social y ambiental en la sostenibilidad de una empresa; de esta forma, se promueve que las empresas grandes, pymes y pequeñas implementen e integren en sus estrategias corporativas la RSE. En ese sentido, es necesario precisar qué se entiende por aspecto social y ambiental en el marco empresarial.

Por un lado, conforme a Drucker (citado por Turriago, 2008), el aspecto social implica que las organizaciones reconozcan la responsabilidad que tienen hacia la sociedad y que operan con principios éticos, tomando en consideración el impacto a la sociedad en general; es decir, la dimensión social va más allá de que solo generen utilidades como empresa y sean eficientes. Asimismo, de acuerdo con Hellriegel y Slocum (2021), las decisiones y comportamientos éticos de la organización son relevantes para la efectividad de una compañía a largo plazo; es decir, una empresa ética es un elemento fundamental para un desempeño financiero más sólido a largo plazo, mayores ventas y mejor reputación, menor cantidad de rotación de los colaboradores, menor (o ninguna) multas y protestas por los trabajadores.

En esa misma línea, es necesario resaltar el concepto de “Triple Bottom Line” propuesto por John Ellington en 1994, ya que hace referencia a que el éxito o el desempeño de una compañía puede ser medido considerando tres dimensiones: social, ambiental y económico (Gamboa, Salinas & Salcedo, 2022). El aspecto social hace referencia al impacto de la empresa en sus

colaboradores, proveedores, clientes, el Gobierno, la comunidad en su entorno en la que opera y otras partes interesadas. En ese sentido, se evalúa si la empresa contribuye al bienestar de la sociedad en general en aspectos de seguridad laboral, empleos justos, y de acuerdo con las exigencias de ley, igualdad de géneros y respeto a los derechos humanos.

Además de ello, según Hellriegel y Slocum (2021), la labor de un administrador está conformada por una serie de intentos para tratar las preocupaciones de los grupos de interés; en ese sentido, se indica que las empresas tienen responsabilidad social con los grupos de interés que la organización ha identificado que afectan directamente la posibilidad de que la compañía alcance sus metas. En esa misma línea, la teoría de “Stakeholder Theory” de Edward Freeman propone que las empresas no solo deben tener en consideración en sus decisiones y acciones a los accionistas, sino también a todas las partes interesadas y afectadas por la organización. Es decir, las partes interesadas pueden incluir a trabajadores, clientes, proveedores, accionistas, gobiernos, comunidades locales, entre otros, que tienen influencia o cuyos intereses deban tomarse en consideración al tomar las decisiones empresariales, ya que, caso contrario, puedan verse afectadas (Fernández & Bajo, 2012). Por ejemplo, los clientes, proveedores, empleados y accionistas son un grupo de interés primario.

También, es necesario tener en cuenta que, en una empresa, existen grupos de interés que tienen mayor relevancia para el éxito de la empresa; en ese sentido, la empresa debe tratar sobre todo las preocupaciones de los grupos de interés con mayor impacto (grupo de interés primario), ya que

presentan una repercusión directa en los recursos financieros y organizacionales. Sin embargo, esto no significa que el grupo de interés secundario (gobierno, sindicatos, los medios de comunicación) no sea importante, puesto que este grupo también puede realizar o decidir acciones no beneficiosas para la empresa; por lo tanto, es necesaria una buena gestión de las empresas respecto al grupo de interés tanto primario como secundario.

Asimismo, las principales razones por las que las empresas aceptan la responsabilidad social con los grupos de interés son, en primer lugar, porque los administradores se valen de la responsabilidad social para que lleguen a justificar sus acciones y decisiones. En segundo lugar, se considera que es una inversión sólida, debido a que las empresas señalan que se incrementa el valor de la empresa. La última razón fundamental es prevenir las interferencias; es decir, los administradores buscan reducir la influencia de ciertos grupos de interés, por ejemplo, del Gobierno.

Por otro lado, el aspecto ambiental, sobre la base de Ellington (1994), hace referencia al impacto de la organización en el medio ambiente y la forma de gestionar sus operaciones para promover la sostenibilidad ambiental y reducir daños. En esa dimensión, se analiza la administración de residuos, el uso de recursos naturales, la conservación de la biodiversidad, la emisión de gases de efectos invernaderos (dióxido de carbono, nitrógeno y otros) y la adopción de acciones ecológicamente responsables. En ese sentido, se puede indicar que lo propuesto en "Triple Bottom Line" busca que las empresas no solo generen resultados financieros favorables, sino que también contribuyan al bienestar de los individuos y el planeta.

En ese sentido, el desarrollo sostenible se refiere a que las empresas realicen sus operaciones respetando el medio ambiente, pero, a la misma vez, que se logre un crecimiento económico que satisfaga a la sociedad sin poner en peligro que las generaciones futuras también puedan contar con las posibilidades de satisfacer sus necesidades (Raufflet, Lozano, Barrera & García de la Torre, 2017). Asimismo, sobre la base de Michael Porter y Mark Kramer, se puede señalar que las compañías pueden generar valor tanto para ellas mismas como para la sociedad, tomando en consideración o abordando los diversos desafíos ambientales y sociales dentro de sus operaciones empresariales. A partir de todo lo señalado anteriormente, la responsabilidad social y ambiental es una parte fundamental para entender la RSE y su impacto en diversos aspectos.

En primer lugar, la RSE no solo debe ser considerada como parte de algo ético, sino que también tiene una transferencia económica en una empresa. De acuerdo con Porter (2007), las inversiones que realizan las organizaciones en la RSE que están bien ejecutadas e implementadas que se alineen con las fortalezas de la empresa ayuda a mejorar la innovación, la eficiencia operativa y la lealtad de los clientes, lo cual genera e impulsa una mayor rentabilidad. Es decir, la implementación de la RSE crea beneficios económicos sostenibles y a largo plazo. Además de ello, permite un mayor acceso a financiamientos e inversiones, ya que muchos inversionistas, fondos de inversión o entidades apoyan a las empresas que practican la RSE en la ejecución de diversos proyectos, como es el caso del Banco Interamericano de Desarrollo que financia proyectos sociales en diversos países de Latinoamérica y el Caribe,

incluido el Perú. Asimismo, existen inversionistas y fondos de inversión “Calvert Funds”, “Parnassus Investments”, “Ceres Investor Network”, “Triodos Bank” “Principales for Responsible Investment”. Específicamente, en el Perú existen “Prima AFP”, “Alianza para la Inversión Sostenible en América Latina (ALAS20)” y otros.

Además de ello, la RSE puede favorecer a la reducción de costos y riesgos, ya que, al adoptar prácticas de RSE, las organizaciones pueden lograr identificar y mitigar riesgos potenciales, por ejemplo, problemas legales por incumplimiento de seguridad laboral, discriminación social y otros. En correspondencia a Freeman, tomar en consideración las partes interesadas en la organización puede favorecer a la rentabilidad a largo plazo, puesto que, de esta forma, las empresas pueden lograr relaciones sólidas con los distintos grupos de interés para evitar conflictos que dañen los resultados financieros.

Además, la práctica de RSE conduce a la reducción de costos a largo plazo, ya que se puede optimizar la eficiencia en la utilización de recursos y la gestión sostenible; asimismo, favorece a la innovación, lo que ayuda a mejorar la competitividad de la empresa en el mercado. Según Thomas Duncan, el adoptar y practicar políticas de sostenibilidad genera un impacto en el incremento del valor del producto de una compañía, lo cual sobre todo se evidencia en el ámbito de la exportación o en la comercialización de mercados internacionales porque muchos países como Europa fomentan el desarrollo sostenible (López, 2023). Además, en la actualidad, se evidencia que los consumidores como la generación de los *millennials* se interesan y están dispuestos a pagar más por productos y servicios ecológicos y sostenibles.

En segundo lugar, la sostenibilidad de las empresas a largo plazo se relaciona con el aspecto de la reputación y competitividad. En ese sentido, la adopción de RSE también genera un impacto en la reputación de las empresas. De acuerdo con Freeman (2011), “la RSE puede reforzar la reputación de una empresa, construyendo confianza y credibilidad entre sus partes interesadas”. Es decir, la responsabilidad social manifiesta el compromiso de una empresa más allá de generar utilidades, lo que atrae a un mayor número de consumidores o clientes y socios más comprometidos y leales porque la percepción positiva de la compañía en el mercado crece; por lo tanto, contribuye a la sostenibilidad en el futuro. Además, la teoría instrumental de los *stakeholders* de Freeman considera que, si se satisfacen los intereses de los *stakeholders*, se mejorará considerablemente la rentabilidad, la competencia y la eficiencia de la organización.

Asimismo, de acuerdo con Hellriegel y Slocum (2021), la protección del medio ambiente es un aspecto fundamental que debe considerar la empresa, ya que este tema es de mayor preocupación tanto para los grupos primarios y secundarios. Además de ello, las prácticas de RSE en el aspecto ambiental permite mejorar las relaciones de las partes interesadas y construir una reputación sólida; asimismo, es un factor diferenciador en un mercado competitivo. Esta misma posición es apoyada por Bhattacharya y Sen (2003), quienes demostraron que las empresas que adoptan iniciativas o proyectos de RSE como el cuidado del medio ambiente pueden llegar a incrementar su reputación y percepción positiva de la marca en la mente de los consumidores.

Además de ello, las empresas que adoptan prácticas de responsabilidad ambiental

están más preparadas para prevenir y manejar alguna crisis ambiental, debido a que, si la organización adopta y practica medidas sostenibles, podrá evitar problemas ambientales futuros para evitar dañar su reputación por algún tipo de incidentes relacionados con ello. En ese sentido, se puede señalar que la RSE genera un impacto en la construcción de la reputación de las organizaciones y no solo refuerza la ética empresarial, sino que es una estrategia favorable para generar y reforzar la lealtad y la confianza de los consumidores, proveedores y otros grupos de interés.

Finalmente, es necesario resaltar el impacto de la RSE en el aspecto de la competitividad en las empresas. Según Elkington (1994), las organizaciones que practican la RSE en el aspecto ambiental y social pueden lograr destacar dentro de un mercado saturado, ya que permite atraer a consumidores conscientes de la importancia del cuidado del medio ambiente y de las cuestiones sociales, además de que ayuda a establecer una relación sólida entre las partes interesadas. Además de ello, Licandro, Alvarado, Sansores y Navarrete (2019) afirman que la RSE puede promover la innovación disruptiva y crear nuevos modelos de negocios, ya que, al tratar desafíos ambientales y sociales por medio de la innovación, se pueden crear nuevos servicios y productos que satisfagan a las necesidades que no son atendidas en el mercado, lo que generaría una ventaja competitiva para la empresa.

Esta postura también es sostenida por Porter (2007), quien señala que la RSE es una fuente de ventaja competitiva, ya que permite a una organización reforzar su posición en la industria en la que opera. Asimismo, afirma que “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria

es la ventaja competitiva sostenible” (Porter, 2007). En ese sentido, es necesario mencionar que existen dos tipos fundamentales de ventajas competitivas que puede lograr una compañía.

Por un lado, se puede llegar a obtener una ventaja competitiva si la empresa logra contar con el liderazgo por costos bajos. Por otro lado, la empresa también puede obtener ventaja competitiva cuando logra la diferenciación, lo cual hace referencia a cuando la organización intenta ser única dentro del sector en el que opera en alguna dimensión que los consumidores pueden lograr apreciar. Esta diferenciación se puede lograr mediante la imagen de la empresa, producto, la distribución o comercialización, etc. A partir de lo señalado, se puede afirmar que la RSE genera un impacto positivo en la competitividad empresarial porque promueve la diferenciación, la innovación, la creación de modelos de negocios nuevos y la construcción de una ventaja competitiva sostenible, además de que permite que las empresas se adapten con mayor facilidad y efectividad ante la demanda cambiante de los clientes y de la sociedad.

3.2. ANÁLISIS DE LA EMPRESA BACKUS Y GLORIA RESPECTO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En los últimos años, en el Perú, se ha evidenciado un mayor enfoque e interés por las empresas en aspectos relacionados con la RSE. Este cambio se generó principalmente por las variaciones y tendencias que se han producido en el mercado y la sociedad; asimismo, se debe a la difusión y promoción del tema. En ese sentido, en el Perú, se ha implementado y practicado la RSE en

las empresas por medio de diversas iniciativas y estrategias que cuentan con un enfoque sobre todo en la responsabilidad social y ambiental. De acuerdo con Barbachan (2017), al comienzo, las empresas transnacionales fueron las que comenzaron a adoptar e implementar estrategias de RSE, con lo cual obtuvieron resultados positivos. No obstante, en la actualidad, diversas compañías implementaron políticas y estrategias de RSE, pero las empresas pequeñas y algunas medianas hasta el momento no llegaron a adoptar o emplear la RSE dentro de sus estrategias y políticas corporativas. En ese sentido, se presentarán casos de empresas que ejecutan proyectos e iniciativas con enfoque de RSE en el Perú.

En primer lugar, la empresa Leche Gloria S.A. integra el grupo económico Grupo Gloria, conformado por más de 50 empresas. Esta empresa está conformada por diversas unidades de negocios como lácteos y alimentos, cementos, agroindustria y otros. Asimismo, es indispensable resaltar que Leche Gloria S.A. es la empresa líder en el mercado de leches evaporadas y listas para consumir. A partir de esta información, se presentarán algunos proyectos de Leche Gloria S.A. con alto impacto de RSE en el Perú. Por un lado, conforme al informe de sostenibilidad de Leche Gloria S.A. (2022), en el año 2021, invirtió S/ 5 298 456 en donaciones a favor de su población en condiciones de vulnerabilidad; además, realizó alianzas estratégicas con diversas organizaciones como el Banco de Alimentos, Hombro a Hombro, Cáritas del Perú y otros. Además de ello, esta empresa apoya al desarrollo ganadero, para lo cual destinó S/ 1 102 890 206. En el 2021, se llegó a capacitar a 10 800 ganaderos por medio de su programa de asistencia técnica y fortalecimiento de capacidades. Gracias a

ello, se le otorgó a Gloria el reconocimiento como una de las empresas que transforman el Perú.

Asimismo, desde el 2018, la empresa pertenece al Marco de Sostenibilidad Láctea, el cual es una iniciativa mundial con el objetivo de mitigar el impacto de la ganadería lechera a nivel global, en donde una de sus principales referencias son los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas (Leche Gloria, 2023). En ese sentido, la empresa está comprometida no solo con producir alimentos de calidad, sino también que operen de forma responsable con el medioambiente; por ello, las operaciones de Leche Gloria están enfocadas en la ecoeficiencia con el objetivo de reducir la huella de carbono. Gracias a ello, la empresa ha podido ahorrar 10,41 millones de soles en el 2021 con el apoyo de proyectos de eficiencia operativa.

Además, es indispensable resaltar que Leche Gloria integró la RSE dentro de su cadena de valor, en donde, en cada etapa de producción hasta el final de las etapas, toma en consideración la responsabilidad ambiental; por ejemplo, la empresa promueve campañas de reciclaje y reutilización de latas (Leche Gloria, 2022). A partir de esto, se puede afirmar que Leche Gloria S.A. es una de las empresas en el Perú que está comprometida y ha adoptado e implementado la RSE dentro de sus estrategias y operaciones empresariales. Asimismo, la empresa menciona que se enfocan en reconocer y fortalecer sus oportunidades de eficiencia a través de la innovación de sus procesos y de inversión que generen un impacto positivo en el medio ambiente, sin dejar de lado su competitividad y su impacto positivo en sus grupos de interés.

Sin embargo, pese a que esta empresa ha ido implementando proyectos de RSE dentro de sus operaciones y atendiendo a los *stakeholders*, en la actualidad, no podría considerarse como un ejemplo de una empresa que promueve la RSE por completo, debido a que se comprobó, de acuerdo con la investigación en el caso Lava Jato, que el fundador de la empresa Gloria, Vito Rodríguez, ofreció la suma de \$ 200 000 en efectivo para la campaña de la excandidata presidencial Keiko Fujimori, sin bancarizar. Además de ello, en el 2016, entregó \$ 200 000 para la campaña del expresidente Pedro Pablo Kuczynski (Álvarez, 2019). No obstante, Rodríguez señaló que entregó su “propio dinero” y no el de la empresa. Este hecho dañó la reputación de la empresa, además de que muestra un acto de irresponsabilidad social, debido a que se está promoviendo la corrupción, ya que las empresas, al aportar dinero, esperan obtener beneficios derivados de las decisiones del poder ejecutivo o legislativo. En ese sentido, no se puede hablar de RSE en una empresa que dañó el desarrollo de un país promoviendo la corrupción.

Además de ello, este año, la empresa Gloria recibió una multa por parte del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) de 124,95 UIT, debido a que la etiqueta de la bebida de soya “Soy Vida” señalaba que era “leche de soya evaporada” (en la presentación de 150gr y 400gr), mientras que, en la de un litro, señalaba que era “leche de soya UHT”, lo que tendría como consecuencia que los consumidores piensen que se trataría de leche evaporada cuando en realidad en su composición no contiene ello (Espinoza, 2023). A partir de todo lo señalado anteriormente, es necesari-

rio resaltar que, si bien una empresa puede tener iniciativas de querer implementar la RSE, no siempre llegar a lograrlo, ya que la labor de interiorizar como empresa la RSE en muchos casos va a depender de la cultura organizacional de la empresa, su misión, visión y otros aspectos. Además de ello, este cambio no se logra rápidamente, sino que involucra un proceso en el que cada componente de la empresa se va ajustando a esta nueva perspectiva de la RSE.

En segundo lugar, otra de las empresas que ha adoptado y practica la RSE es Backus, que forma parte de la empresa multinacional AB In Bev. Esta empresa es líder dentro del sector cervecero en el mercado peruano; asimismo, es necesario resaltar que, desde hace aproximadamente 10 años, es una de las tres compañías más responsables a nivel social, medioambiental y gobierno corporativo. Durante varios años, la empresa Backus ha ejecutado proyectos de RSE que han beneficiado tanto a la sociedad como al medio ambiente. Por un lado, uno de sus pilares de sostenibilidad con gran impacto social y ambiental es Cuidado del Recurso Hídrico, cuyo objetivo es la utilización eficiente del agua. Para ello, la empresa ha desarrollado diversos proyectos de infraestructura verde en las partes altas de diversas cuencas de ríos como del río Chillón, Lurín y Rímac, además de proyectos de infraestructura gris que permiten el acceso a saneamiento y agua a diversas personas (Backus, 2022). Por ejemplo, en el 2021, el Proyecto Amunas permitió beneficiar a 960 personas con agua para actividades agropecuarias en épocas de estiaje. Este proyecto pone en práctica un sistema ancestral que posibilita la siembra y cosecha de agua de lluvias; de esta forma, se reduce el estrés hídrico.

Otro de los pilares de sostenibilidad de Backus es el emprendimiento, el cual genera un gran impacto en la sociedad. Este pilar está enfocado en fortalecer y empoderar las habilidades de mujeres en la gestión del sector bodeguero con el objetivo de generar un impacto positivo en la calidad de vida, en sus comunidades y familias. Para ello, se han desarrollado diversos programas como “Creciendo por un sueño” y “Escuela Tienda Cerca”, que han permitido capacitar a 17 000 mujeres empresarias hasta el 2021 de más de 22 ciudades del Perú (Backus, 2022). Por otro lado, otro de sus principales pilares de sostenibilidad es el empaque circular que busca promover la sostenibilidad en todo el proceso productivo; para ello, Backus fomenta a los consumidores y colaboradores durante sus procesos de producción hábitos de reciclaje.

Uno de sus proyectos es “Rebounce”, el cual promueve la retornabilidad de las botellas de vidrio; para ello, se han habilitado y creado más canales de recuperación de envases, además de que se han establecido alianzas estratégicas con asociaciones de recicladores. Como resultado de ello, en el 2021, se recolectaron 3.6 millones de botellas. Otro de sus proyectos denominado “Latas que transforman” promueve el reciclaje de latas de aluminio con la finalidad de darles una segunda vida para convertirlas en ollas industriales que sean donadas a diversas ollas comunes en el Perú (Backus, 2022). En el 2021, gracias a este programa, se entregaron 40 ollas industriales en Lima que beneficiaron a 1020 familias.

A partir de todo lo mencionado, se puede señalar que Backus es una empresa que integra la RSE dentro de sus estrategias y operaciones empresariales, lo cual le permite destacarse y mejorar su competitividad

dentro del mercado peruano. Asimismo, es una empresa reconocida por los consumidores, ya que, de acuerdo al Ranking de reputación Merco Perú 2023, Backus se encuentra en el top 4 a nivel de todas las empresas peruanas. Además, dentro del sector de bebidas, Backus se ubica en el puesto número 1, respecto a su reputación corporativa (Merco, 2023). Además, esta empresa expresamente ha asumido la responsabilidad de crear valor no solo para los accionistas, proveedores, clientes y trabajadores, sino también para el medio ambiente. Para ello, se ha enfocado en tres ejes principales (emprendimiento, consumo responsable y ambiente) relacionados con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

4. CONCLUSIONES

Por un lado, la RSE, en la actualidad, es un aspecto de gran trascendencia en el desarrollo de las organizaciones, debido a que las empresas no solo deben estar enfocadas en generar beneficios económicos, sino también en contribuir con el bienestar y atender a sus grupos de interés, como son los clientes, proveedores, etc., que son fundamentales para el éxito de una compañía. En ese sentido, la cantidad de empresas peruanas que están implementando la RSE en sus procesos se han incrementado en los últimos años, lo cual se puede evidenciar tanto en la responsabilidad ambiental como en la social.

Por otro lado, es indispensable señalar que la RSE permite que las empresas lleguen a tener una mejor imagen empresarial en el mercado, además de lograr obtener una ventaja competitiva, puesto que, con

una buena implementación de la RSE, se pueden reducir los costos e innovar procesos más beneficiosos económicamente para las organizaciones, lo cual permite reducir sus costos. Por lo tanto, tendría una implicación en el costo de su producción o comercialización de sus productos o servicios. Asimismo, permite que las empresas lleguen a incrementar sus ganancias o utilidades,

ya que los consumidores valoran más a las empresas que generan beneficios sociales y ambientales. Finalmente, en este sentido, es necesario resaltar que la RSE no es una habilidad filantrópica de las empresas, sino que es el compromiso que asume cada organización para que contribuya al cuidado de la sociedad, el medio ambiente y el crecimiento económico.

Bibliografía

Amay R., Narváez C., y Erazo J. (2020). La contabilidad ambiental y su contribución en la responsabilidad social empresarial. *Revista Científica Dominio de Las Ciencias*, 6(1), 68-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7344292>

Álvarez, M. (2019, 20 de noviembre). Vito Rodríguez, del Grupo Gloria, entregó aporte de US\$200 mil en efectivo a Keiko Fujimori en 2011. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/politica/justicia/vito-rodriguez-del-grupo-gloria-entrego-aporte-de-us200-mil-en-efectivo-a-keiko-fujimori-en-2011-noticia/?ref=ecr>

Backus S.A. (2022). *Reporte de sostenibilidad 2021*.

<https://www.backus.pe/sites/g/files/seuoyk181/files/2022-04/Reporte%20de%20Sostenibilidad%202021.pdf>

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>

BBVA (2022, 16 de noviembre). ¿Qué es la sostenibilidad social? La importancia de que existan oportunidades para todos. BBVA. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-sostenibilidad-social-la-importancia-de-que-existan-oportunidades-para-todos/>

Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2003). Consumer-company identification: A framework for understanding consumers' relationships with companies. *Journal of Marketing*, 67(2), 76-88. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1509/jmkg.67.2.76.18609>

Cardona D. (s.f.). La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias. <https://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf>

Cóndor, J. (2023, 03 de abril). Perú llevaría la delantera en la adopción de acciones de ESG en Latam: ¿A qué se debe? *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/empresas/peru-llevaria-la-delantera-en-la-adopcion-de-acciones-de-esg-a-que-se-debe-sostenibilidad-noticia/?ref=gesr>

Hellriegel, D. & Slocum, J. (2021). *Administración*. Cengage. <http://www.ebooks7-24.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/?il=16598>

- El Comercio (2022, 18 de junio). 57 empresas obtuvieron el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (DESR) - Edición 2021. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/economia/negocios/57-empresas-obtuvieron-el-distintivo-empresa-socialmente-responsable-desr-edicion-2021-noticia/?ref=ecr>
- Elkington, J. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, 36, 90-100. <http://dx.doi.org/10.2307/41165746>
- El Serafi, S. (1994). "Sostenibilidad, medida de ingreso y crecimiento". Desarrollo Económico Sostenible. Avances sobre el Informe Brundtland. Bogotá. Uniandes, Tercer Mundo: 107-129.
- Espinoza, C. (2023, 23 de febrero). Indecopi multa a Gloria con 600 mil soles por confusión en el etiquetado de su producto 'Soy Vida'. *Infobae*. <https://www.infobae.com/peru/2023/02/23/indecopi-multa-a-gloria-con-600-mil-soles-por-confusion-en-el-etiquetado-de-su-producto-soy-vida/>
- Fernández, J.L. y Bajo, A. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 6(6), 130-143. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3980299.pdf>
- Franco, P. (2007). Diagnóstico de la responsabilidad social en el Perú. *Repositorio Institucional de la Universidad del Pacífico*. <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/323>
- Freeman, R. E., (2011). La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación en Valores y Ética para el siglo XXI. Madrid, BBVA. <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-gestion-empresarial-basada-en-los-stakeholders-y-la-reputacion/>
- Gamboa Aragundi, J. A., Salinas Herrera, L. J., Salcedo-Muñoz, V. E., & Nuñez Guale, L. A. (2022). El Triple Bottom Line en las acciones de responsabilidad social Universitaria: Caso Universidad Técnica de Machala. *Telos*, 24(2), 430-444. <https://doi.org/10.36390/telos242.14>
- Gómez, J. (2014). Del Desarrollo Sostenible a la Sustentabilidad Ambiental. *Revista Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada*, 22(1). http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-68052014000100009&script=sci_arttext
- KPMG (2020). The time has come: the KPMG survey of sustainability reporting 2020. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/11/the-time-has-come.pdf>
- Leche Gloria S.A. (2022). Reporte de sostenibilidad 2021. <https://www.gloria.com.pe/images/Reporte%20de%20Sostenibilidad%202021.pdf>
- Leche Gloria S.A. (2023). *Sostenibilidad*. <https://www.gloria.com.pe/Site/nuestrocompromiso/sostenibilidad#:~:text=POR%20ESO%2C%20DESDE%20INICIOS%20DEL,GANADER%3%8DA%20LECHERA%20EN%20EL%20MUNDO.>
- Licandro, O., Alvarado, L., Sansores, E., & Navarrete, J. (2019). Responsabilidad Social Empresaria: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85). <https://www.redalyc.org/journal/290/29058864016/html/>
- López A. (2019). La contabilidad de gestión ambiental como herramienta para generar sostenibilidad empresarial. *Revista Investigación y Negocios*, 12(19). http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372019000100003&script=sci_arttext
- Lopez, E. (2023, 6 de marzo). Nuevas tendencias de la responsabilidad social. La Cámara de Comercio de Lima. <https://lacamara.pe/nuevas-tendencias-de-la-responsabilidad-social/>

- Lozano, G. (2016). Contabilidad ambiental: Una herramienta empresarial para obtener desarrollo sostenible. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting power for business*, 1(1), 35-47. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/895
- Lozano M., y Parra Y. (2019). Enfoques de la responsabilidad social empresarial. Programa de Contaduría Pública. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17603/2019marialozano.pdf>
- Machado M. (2004). Dimensiones de la contabilidad social. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*, (17), 174-218. https://xperta.legis.co/visor/rcontador/rcontador_7680752a7d8c404ce0430a010151404c
- Monitor Empresarial de Reputación Corporativa [MERCO] (2023). Ranking empresas. *MERCO*. <https://www.merco.info/pe/ranking-merco-empresas>
- Naciones Unidas (2015). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Naciones Unidas. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Pérez, J. (2016). Valoración de la responsabilidad social empresarial (RSE) por la demanda hotelera [Tesis doctoral, Universidad de Jaume I]. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/395950/2016_Tesis_Perez-Aranda_Antonio.pdf?sequence=1
- Perú Sostenible. (s.f.). *Nuestra historia*. Perú sostenible. <https://perusostenible.org/nosotros/#historia>
- Porter, M. (2007). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competition*. The free press. <http://www.mim.ac.mw/books/Michael%20E.%20Porter%20-%20Competitive%20Strategy.pdf>
- Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., García de la Torre, C. (2017). *Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial*. México. Pearson Educación.
- Turriago, Á. (2008). Responsabilidad social empresarial (RSE) de empresarios, gerentes y trabajadores en la sociedad del conocimiento. *Visión de Peter Drucker. Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, IV(7), 7-18. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=409634350002>
- Vizcarra, Ó. (2022, 14 de agosto). Hacia un crecimiento con responsabilidad social. *El Peruano*. <https://elperuano.pe/noticia/179619-hacia-un-crecimiento-con-responsabilidad-social>