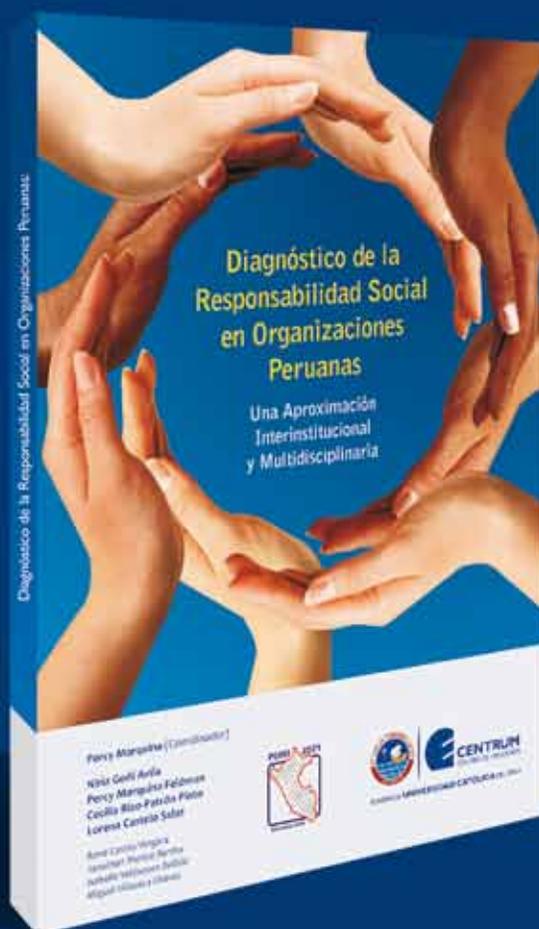


# ¿Cuál Es la Situación Actual de la RS en el Perú?

**PERCY MARQUINA FELDMAN**

Director del Centro de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (CRESS) y profesor de CENTRUM Católica





Para responder esta pregunta, CENTRUM Católica, en alianza con Perú 2021 y DESCO, publicaron recientemente los resultados de su investigación *Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las Organizaciones Peruanas: Una Aproximación Interinstitucional y Multidisciplinaria*. La metodología utilizada para el estudio consistió tanto en la aplicación de un cuestionario estandarizado a 100 organizaciones para evaluar la gestión de la responsabilidad social (RS) según la definición contemplada por la norma técnica peruana ISO 26000, como en la adaptación de los Indicadores Ethos-Perú 2021 de RSE para la identificación de la etapa de desarrollo de dicha gestión. De este modo, se estableció un ranking de la gestión de RS entre los cinco tipos de organizaciones que participaron del estudio y los siete grupos de interés considerados para el análisis de la información.

### Principales Hallazgos

En la Tabla 2, se presenta el ranking general de las organizaciones en su gestión de RS por grupo de interés. De izquierda a derecha se ordenan los distintos tipos de organizaciones según el puntaje total obtenido

Tabla 1  
Etapas Para Evaluar la Gestión de Responsabilidad Social

Etapa 1 525-1,049 puntos	Etapa 2 1,050-1,574 puntos	Etapa 3 1,575-2,099 puntos	Etapa 4 2,100-2,415 puntos
Representa una etapa básica de acciones de la organización, la cual responde solo a las exigencias legales.	Representa una etapa intermedia de acciones, donde además de cumplir con las leyes, las acciones de RS de la organización se empiezan a formalizar como parte de sus propias estrategias.	Representa una etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de ir más allá de la conformidad legal, preparándose para afrontar las presiones reguladoras del mercado y la sociedad, que resultan en cambios de expectativas en la organización. La responsabilidad social y el desarrollo sostenible son considerados estratégicos para el negocio.	Representa una etapa proactiva, en la cual la organización alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas de RS, involucrando al conjunto de sus <i>stakeholders</i> y buscando influir en las políticas públicas de interés para la sociedad.

Nota. Adaptado de *Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las Organizaciones Peruanas: Una Aproximación Interinstitucional y Multidisciplinaria* (pp. 35, 36), por P. Marquina et al. Lima: CENTRUM Publishing. Derechos de autor 2011 por CENTRUM Católica.

y etapa de gestión de RS alcanzada; asimismo, en la última columna se aprecian también estos mismos resultados para cada uno de los grupos de interés.

De este modo, el resultado principal del estudio indica un escenario de bajo desempeño en promedio para el conjunto de organizaciones, en la medida que todas ellas se encuentran apenas en la primera de las cuatro etapas posibles que contempló el estudio para medir la maduración de su gestión de RS. Esto quiere decir que mayoritariamente las organizaciones en general simplemente se limitarían a cumplir con la ley en lo que a exigencias sociales se refiere.

*La mayoría de las organizaciones centran sus actividades en las siguientes premisas: mejorar la calidad de vida de las comunidades y promover su desarrollo y autodesarrollo, tomar la responsabilidad de eventos que puedan afectar a las comunidades (en el caso de las empresas) y realizar proyectos tangibles para la comunidad objetivo (en el caso del gobierno local).*

Tabla 2  
Ranking General de la Gestión de RS de las Organizaciones por Grupo de Interés

Promedio	Agencias de Cooperación Internacional	Empresas	Universidades	ONG	Gobiernos locales	Promedio total
<b>Accionistas</b>	158.02 Etapa 2	122.52 Etapa 1	122.10 Etapa 1	75.58 Etapa 1	34.20 Etapa 0	112.19 Etapa
<b>Público interno</b>	128.22 Etapa 1	113.28 Etapa 1	76.25 Etapa 1	68.62 Etapa 0	49 Etapa 0	100.98 Etapa 1
<b>Medio ambiente</b>	143.06 Etapa 1	151.75 Etapa 2	89.85 Etapa 1	87.55 Etapa 1	72.83 Etapa 0	133.67 Etapa 1
<b>Proveedores</b>	95.00 Etapa 1	100.36 Etapa 1	73.00 Etapa 0	61.00 Etapa 0	35.00 Etapa 0	96.80 Etapa 1
<b>Consumidores y clientes</b>	68.91 Etapa 0	166.31 Etapa 2	118.50 Etapa 1	59.75 Etapa 0	34.50 Etapa 0	136.65 Etapa 1
<b>Comunidad</b>	196.64 Etapa 2	147.10 Etapa 1	123.61 Etapa 1	125.59 Etapa 1	144.38 Etapa 1	144.27 Etapa 1
<b>Gobierno y sociedad</b>	113.44 Etapa 1	80.98 Etapa 1	102.50 Etapa	100.33 Etapa 1	107.25 Etapa 1	88.10 Etapa 1
<b>Puntaje obtenido (total posible: 2,415)</b>	903.33 Etapa 1	892.30 Etapa 1	705.81 Etapa 1	578.43 Etapa 1	477.15 Etapa 0	812.65 Etapa 1

Nota. Tomado de *Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las Organizaciones Peruanas: Una Aproximación Interinstitucional y Multidisciplinaria* (p. 181), por P. Marquina et al. Lima: CENTRUM Publishing. Derechos de autor 2011 por CENTRUM Católica.

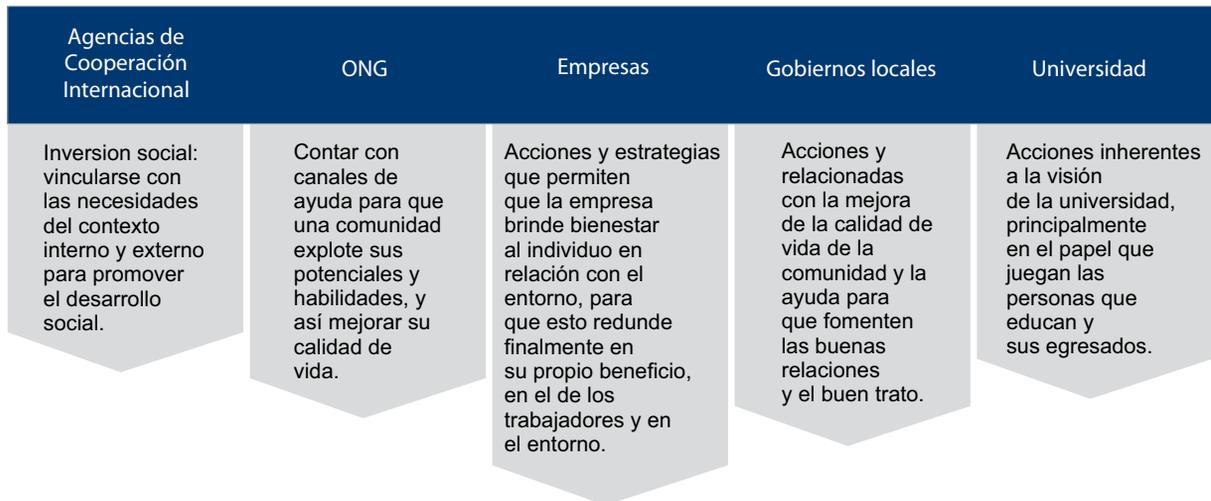


Figura 1. Concepto de RS por tipo de organización.

Tomado de *Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las Organizaciones Peruanas: Una Aproximación Interinstitucional y Multidisciplinaria* (p. 43), por P. Marquina et al. Lima: CENTRUM Publishing. Derechos de autor 2011 por CENTRUM Católica.



En efecto, las Agencias de Cooperación Internacional (ACI), seguidas muy de cerca por las empresas, se encuentran en una mejor posición respecto de las universidades, ONG y en especial de los gobiernos locales. En cuanto a los grupos de interés, comunidad, consumidores y clientes, y medio ambiente, son los mejor atendidos en promedio; mientras que los grupos colaboradores, proveedores, y gobierno y sociedad son los menos atendidos

en la gestión de RS de las organizaciones.

Respecto a las definiciones de RS dadas por las organizaciones, se encontró que las ONG y las ACI tienen un enfoque más social, en la medida que dejan ver una inclinación por actividades y proyectos relacionados con el desarrollo y promoción de la calidad de vida de sus grupos objetivos. Para las ONG, este proceso está acompañado muchas veces de un establecimiento de estrategias y alianzas para una mejor intervención y aprovechamiento de las potencialidades y habilidades de su población objetivo, mientras que en el caso de las ACI hay cierto énfasis en que dicho proceso esté mediado por la vinculación con las expectativas, necesidades y motivaciones del contexto interno y externo de sus *stakeholders*, incorporando inclusive códigos de ética en sus relaciones con ellos. Para las empresas, en cambio, la RS es entendida básicamente de dos formas. Una primera, que puede considerarse orientada a lo "externo", en la medida que busca implementar acciones y estrategias para hacerse cargo de los impactos generados en la comunidad y el entorno que

las rodea, pero también dirigida a lo "externo-interno", ya que puede verse a la RS como un eje transversal también aplicable a sí misma. Una segunda manera, en cambio, estaría netamente relacionada con los beneficios de ser percibidas como socialmente responsables, es decir, de gozar de una buena percepción de su reputación corporativa. Por eso el estudio señala que, en conjunto, las empresas tendrían un enfoque más práctico con la RS, en la medida que no ocultan la búsqueda de beneficios compartidos a la hora de considerarla como modelo de gestión.

Otros hallazgos interesantes del estudio, a nivel general, son que las ONG y ACI se relacionan con más frecuencia mediante actividades de RS con grupos de interés distintos de su público interno, mientras que las organizaciones que alcanzan un mayor nivel de desarrollo en sus actividades de RS son las empresas.

Por otro lado, las prioridades en las acciones de responsabilidad social varían de acuerdo al grupo organizacional entrevistado. La mayoría de las organizaciones centran sus actividades en las siguientes premisas: mejorar la calidad de vida

Tabla 3  
 Ranking de la Gestión de RS de los Sectores Empresariales por Grupos de interés

Ranking	Sector empresarial	Accionistas	Público interno	Medio ambiente	Proveedores	Consumidores y clientes	Comunidad	Gobierno y sociedad	Puntaje obtenido (total posible: 2,415)	Etapas alcanzadas
1.	Energía eléctrica y telecomunicaciones	168.75	146.43	195.30	160.00	179.63	190.69	113.25	1.154.04	Etapas 2
2.	Minería, petróleo y gas	148.35	132.28	181.39	133.75	195.19	223.88	110.25	1.125.08	Etapas 2
3.	Otras industrias	136.80	154.47	204.32	138.75	221.28	186.00	81.82	1.123.44	Etapas 2
4.	Industrias de la construcción	174.64	141.84	197.73	148.21	160.98	172.43	122.43	1.118.27	Etapas 2
5.	Alimentos y bebidas	141.41	133.14	173.66	142.81	199.22	177.48	96.09	1.063.81	Etapas 2
6.	Químico farmacéutico	171.70	154.18	204.33	122.00	187.50	121.50	73.00	1.034.20	Etapas 1
7.	Servicios financieros	114.19	107.59	177.66	111.25	244.69	159.38	76.88	991.63	Etapas 1
8.	Medios de comunicación	119.50	100.42	120.63	63.33	201.25	92.19	67.92	765.23	Etapas 1
9.	Servicios generales	95.17	93.81	104.46	89.44	163.13	117.08	62.08	725.17	Etapas 1
10.	Comercio	84.60	69.13	102.75	75.00	119.63	116.53	59.75	627.38	Etapas 1
11.	Transporte y logística	53.31	67.72	100.03	56.25	89.06	97.73	55.00	519.11	Etapas 0
12.	Servicio de salud	59.25	52.63	74.13	42.50	80.63	87.34	51.67	448.14	Etapas 0

Nota. Tomado de *Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las Organizaciones Peruanas: Una Aproximación Interinstitucional y Multidisciplinaria* (p. 182), por P. Marquina et al. Lima: CENTRUM Publishing. Derechos de autor 2011 por CENTRUM Católica.

de las comunidades y promover su desarrollo y autodesarrollo, tomar la responsabilidad de eventos que puedan afectar a las comunidades (en el caso de las empresas) y realizar proyectos tangibles para la comunidad objetivo (en el caso del gobierno local). En suma, las prioridades para un gran número de las organizaciones entrevistadas son el desarrollo de la comunidad y el fortalecimiento de la organización.

A nivel desagregado, entre las actividades de RS más recurrentes implementadas por las organizaciones tenemos, por ejemplo, que, para las ACI y ONG, los proyectos educativos y de salud son los que se trabajan con mayor fuerza desde que el grupo de interés comunidad es el de mayor atención; mientras que las empresas priorizarían en primer lugar al grupo de consumidores y clientes, con sus programas y/o proyectos

*Esto no hace sino llamar nuestra atención acerca del largo camino que aún queda por recorrer para que la responsabilidad social sea una realidad tangible, percibida favorablemente por todos los grupos de interés que componen el tejido social.*



correspondientes, y en segundo lugar al de medio ambiente, con actividades orientadas a este tema y al desarrollo en general.

En conjunto, los tipos de proyectos que se realizan son variados, y en todos los casos se busca siempre algún grado de interés compartido, es decir, ninguna institución tendría un fin puramente altruista a la hora de practicar la responsabilidad social.

**Resultados Sectoriales Para las Empresas**

Ya que las empresas cubren el 70% de la muestra del estudio, se realizó un análisis desagregado a nivel sectorial en cuanto a su gestión de RS. Los resultados de estos análisis, resumidos en la Tabla 3, muestran que el sector empresarial con mejor gestión de RS es el de energía y telecomunicaciones (etapa 2), mientras que los de transporte y logística, y servicios de salud serían los sectores menos aventajados en ella (etapa cero).

**Responsabilidad Social, una Tarea Pendiente**

En síntesis, el estudio confirma el precario estado actual de responsabilidad social en el que se encuentran las organizaciones peruanas, lo cual se condice con el descontento social manifestado en el proceso electoral reciente. Esto no hace sino llamar nuestra atención acerca del largo camino que aún queda por recorrer para que la responsabilidad social sea una realidad tangible, percibida favorablemente por todos los grupos de interés que componen el tejido social. Sin embargo, cabe señalar que dicho escenario a futuro es posible, ya que la investigación da cuenta también de la notable labor desarrollada por varias organizaciones que alcanzan etapas de desarrollo superiores en su gestión de la RS (etapas 2 y 3), en su mayoría empresas. En el caso de estas últimas, el desempeño obtenido es señal de

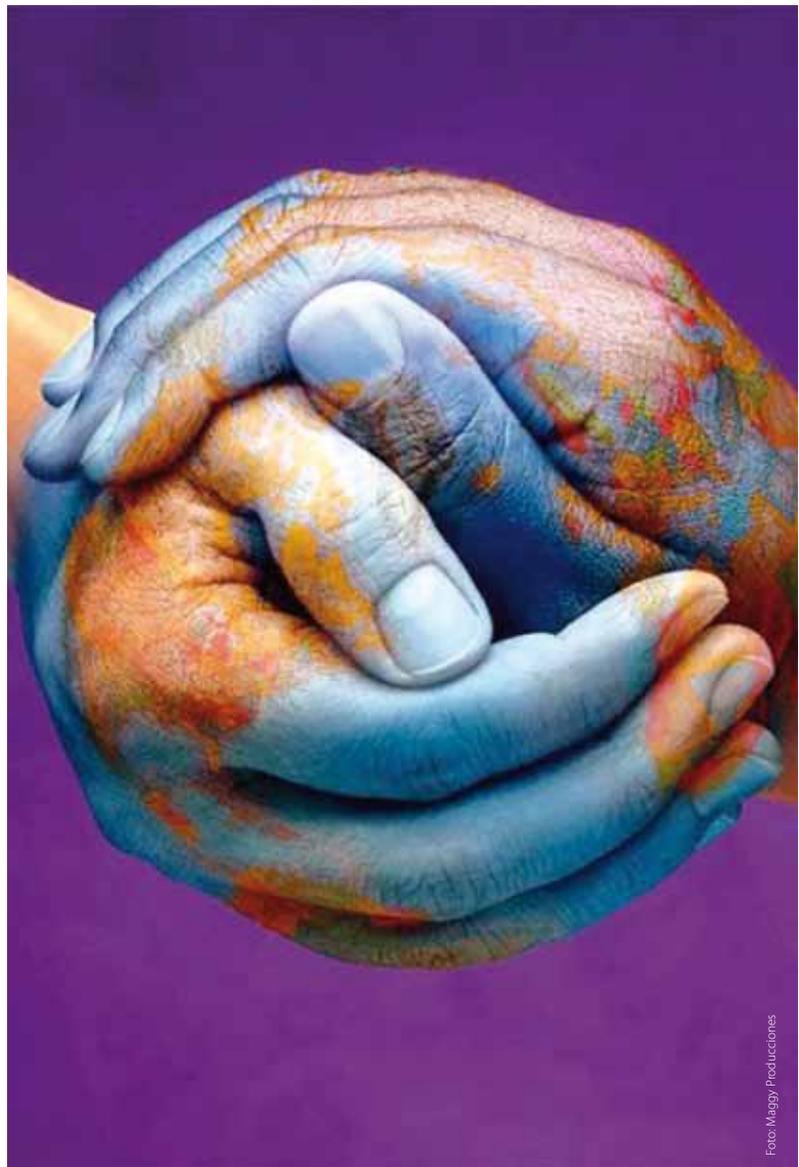


Foto: Maggy Producciones

Tabla 4. Empresas que Destacan en su Gestión de Responsabilidad Social

Nombre de la empresa	Sector
Coca Cola Servicios del Perú	Alimentos y bebidas
Compañía Minera Antamina	Minería, petróleo y gas
Exsa S.A.	Industrias de la construcción
Constructora Norberto Odrebrecht S.A.	Industrias de la construcción
Telefónica del Perú	Energía eléctrica y telecomunicaciones
Unión de Cervecerías Peruanas Backus & Johnson	Alimentos y bebidas

Nota. Tomado de *Diagnóstico de la Responsabilidad Social en las Organizaciones Peruanas: Una Aproximación Interinstitucional y Multidisciplinaria* (p. 204), por P. Marquina et al. Lima: CENTRUM Publishing. Derechos de autor 2011 por CENTRUM Católica.

una actitud proactiva orientada a considerar la RS y el desarrollo sostenible como componente estratégico para su organización. Son este tipo de experiencias, con una puntuación superior al 60%

del total posible, las que pueden servir como referentes y fuentes de inspiración para el resto de las organizaciones. En la Figura 2 damos a conocer los nombres de estas empresas. ■