UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

FACULTAD DE DERECHO

Carrera de Derecho

EL ROL REGULATORIO DEL DERECHO EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: REGULACIÓN ESTATAL, ESTÁNDARES DE MERCADO, AUTORREGULACIÓN E INCENTIVOS

Tesis para optar el Título Profesional de Abogado

SILVIA HERRERA MOLLEPAZA

Asesor:
Dr. Daniel Echaiz Moreno

Lima - Perú
2019

DEDICATORIA

A Dios quien siempre me sorprende con los planes que tiene para mi vida y a mis padres Lucio y Teodora que fueron en todo momento el apoyo que necesité.

INDICE

ABSTRACT 7

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN 8

1.1 Planteamiento del Problema 12

1.2 Formulación del Problema 133

1.2.1 Problema General. 133

1.2.2 Problemas Específicos. 133

1.3 Justificación de la Investigación 13

1.4 Viabilidad de la Investigación 14

1.5 Objetivos de la Investigación 155

1.5.1 Objetivo General. 155

1.5.2 Objetivos Específicos. 155

1.6 Antecedentes de la investigación 15

1.6.1 Antecedentes Históricos Nacionales 20

1.6.2 Antecedentes Históricos Internacionales 211

1.7 Hipótesis 22

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO 23

2.1 Responsabilidad Social Corporativa 23

2.2 Rol Regulatorio del Derecho 25

2.2.1 Iniciativas de Regulación Estatal. 25

2.2.2 Fundamento Constitucional de la Responsabilidad Social Corporativa. 28

2.2.3 Normativa de la Responsabilidad Social Corporativa en el Perú 32

2.2.4 La Responsabilidad Social Corporativa a partir del Soft Law. 35

2.3 Estándares de Mercado 40

2.4 El Mercado de la Responsabilidad Social Corporativa. 42

2.5 Incentivos 44

CAPITULO III. METODOLOGÍA 500

3.1 Enfoque Epistemológico de la Investigación..... 50

3.2 Tipo y Diseño de Investigación 522

3.3. Variable..... 555

3.4 Instrumentos de Investigación 555

3.5 Procedimiento de Recolección de Datos 577

CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y RESULTADOS 58

4.1 Presentación y Discusión de resultados 58

4.1.1 Respecto a Identificar Practicas de Regulación Estatal en torno a la Responsabilidad Social Corporativa..... 60

4.2 Respecto a Determinar Estándares de Mercado que promueven conductas de Responsabilidad Social Corporativa..... 699

4.3 Respecto a Identificar Practicas de Autorregulación en torno a la Responsabilidad Social Corporativa..... 74

4.4 Respecto a Determinar Incentivos Estatales que promueven la Responsabilidad Social Corporativa en el Perú..... 788

4.2 Propuestas para la Regulación Normativa de la Responsabilidad Social Corporativa en el Perú…… 84

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 899

5.1 Conclusiones..... 899

5.2 Recomendaciones 90

REFERENCIAS..... 91

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA..... 977

ANEXO 2. ENTREVISTAS..... 98

Índice de Tablas

Tabla 1 Análisis cuantitativo de normas de RS en el Perú ……58
Tabla 2 Tipos de instrumentos de política, para a la RSE 82

Índice de figuras

Figura 1 Responsabilidad Social Empresarial: Fundamentos para la competividad empresarial y el desarrollo sostenible (Schwalb y Malca 2004, p.20) 19
Figura 2 la pirámide de la Responsabilidad Social. (Vizion 360, 2017) 44

RESUMEN

Este estudio busca describir el rol regulatorio del Derecho en torno al tema de la Responsabilidad Social Corporativa, que viene formando parte de la política de gestión y cultura interna de las organizaciones, pero que no ha sido regulada por el Derecho peruano ya que es una figura que proviene del Derecho anglosajón además de ser un tema de bases axiológicas que requieren una forma diferente de regulación. Luego de un estudio previo sobre este tema se eligió para el presente trabajo de investigación cuatro aspectos que consideramos importantes para definir el rol regulatorio del Derecho como el de la regulación estatal, los estándares de mercado, la autorregulación de las empresas y los incentivos que promuevan estas prácticas, es por ello que como objetivos específicos de la investigación se abordaron estos cuatro aspectos que hacen que la responsabilidad social corporativa en nuestro país funcione de manera más eficiente. Para llegar a estos puntos definir el rol del regulatorio del Derecho en el Perú se realizó el trabajo de investigación por medio de una metodología mixta, es decir, a través de elementos cuantitativos como cualitativos y se procedió al análisis documentario y la información obtenida de las entrevistas a expertos que no sólo conocen el tema, sino que forman parte de distintos sectores tanto del mismo Estado como de organizaciones involucradas. Así se logró tener en cuenta diversos aspectos de la realidad peruana en los resultados, para concluir en que el rol del derecho no siempre es regular como se viene haciendo de manera tradicional, sino de fomentar de manera innovadora prácticas de responsabilidad social corporativa que traiga consigo mejoras para la empresa y los grupos de interés que la rodean.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Corporativa, Rol Regulatorio del Derecho, Estándares de Mercado, Autorregulación, Incentivos Estatales.

ABSTRACT

This paper aims to describe the Regulatory Role of Law around off Corporate Social Responsibility (CSR), which is part of the management policy and internal culture of organizations, but, which has not been regulated by Peruvian law because off the origin which is the Anglo-Saxon Law, also the CSR has axiological bases that require a different form of regulation. After a previous study on this topic, we consider four important aspects that should be considered as the state regulation, the market standards, the self-regulation of the companies and the incentives that promote these practices, that is why the specific objectives of the research addressed these four aspects that make corporate social responsibility work more efficiently in Peru. To reach these points and define the role of the regulatory law in Peru, the research work was carried out through a mixed methodology, that is, through quantitative and qualitative elements, and the documentary analysis and information obtained from the interviews with experts who know about CSR, and they are part of different sectors of the same State. On this way was possible to take into account different aspects of the Peruvian reality in the results, to conclude that the role of law is not always regulate behaviours as it has been done in a traditional manner, instead of promote innovative corporate social responsibility practices that bring with it improvements for the company and the interest groups that surround it.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Regulatory Role of Law, Market Standards, Self-Regulation, State Incentives.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

Hablar de inversión socialmente responsable, constituye un punto álgido, en el acontecer del debate nacional e internacional, más allá de las expresiones holísticas y progresistas, que consideran que la contribución activa del sector empresarial, en el mejoramiento del entorno en cuanto a las dimensiones económica, social y ambiental, no se corresponde con la responsabilidad social propiamente dicha, sino con las obligaciones que cualquier organización debe desempeñar, simplemente por el hecho de realizar su actividad empresarial y por la exigibilidad del cumplimiento de ciertos estándares. En vista de esta situación surge la presente investigación, para así finalmente conocer si resulta justificable la inserción de una figura denominada Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa en el país.

Si bien es cierto que este concepto generalmente es atribuible al campo de la administración y de la gestión, se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre el factor empresarial, sociedad civil y el Estado, lo que conlleva a darle otros enfoques que permitan entender su alcance y significación. De este modo sería más comprensible cómo de manera conjunta para lograr una sociedad más justa, equitativa y sustentable, deberán estos factores asumir su participación en el proceso destinado al respeto de los derechos laborales, de los derechos humanos, de la justicia y la protección del medio ambiente.

Es así, como examinando uno de los puntos tratados en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo en septiembre del 2002, sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se constató que la definición de responsabilidad social ha estado vinculada al crecimiento y fortalecimiento de las actividades de una empresa una vez que éstas asumen la responsabilidad de los impactos que genera, por lo que se perciben dos enfoques distintos, uno es el valor adicional que se incorpora a sus accionistas, y el otro lo que generan a la sociedad a través del empleo de buenas prácticas asociadas al compromiso mismo de asumir estas responsabilidades.

En este orden de ideas las Naciones Unidas a través de su propuesta "Pacto Global", ha planteado como posesionarse esta responsabilidad a través de tres planos de acción: derechos humanos, laborales y ambientales. Respecto al plano de los derechos humanos y laborales, generalmente están sujetos al cumplimiento de estándares internacionalmente aceptados (Declaración Internacional de Derechos Humanos de Naciones Unidas, los cuatro principios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo y del Derecho del Trabajo, 1998). En cuanto al plano ambiental, tal como lo señala Nuñez (2003) este plano corresponde "…a la adopción por parte de las empresas de políticas sociales y ambientales explicitas, dentro de su gestión empresarial".

El primer objetivo de la investigación denominado prácticas de regulación estatal en torno a la Responsabilidad Social Corporativa, buscó identificar la regulación por parte del Estado, en torno a este tema. También, se tomó los principales conceptos de un sistema normativo privado complementario y beneficioso para la regulación por parte del Estado. En ese sentido, el aporte fue teórico-conceptual, es decir que, con este objetivo se establecieron las bases teórico-conceptuales para analizar las herramientas de posicionamiento e inserción de esta figura al sistema regulatorio.

De acuerdo a lo anterior, vale la pena considerar que el Estado juega un papel fundamental en la promoción de una apropiada Responsabilidad Social Corporativa, ya que tiene la capacidad de perfeccionar la autorregulación de las políticas de las empresas, las cuales son de carácter voluntario, en las cuestiones que afecten al sector público y en tanto los efectos de las actuaciones de estas organizaciones tienen impactos en la sociedad. El tema tratado a profundidad fue el análisis del alcance del Derecho como instrumento para fomentar e incentivar el vínculo entre el Estado, la empresa y la sociedad.

El segundo objetivo de la investigación se centró en la determinación de los estándares de mercado que busquen impulsar conductas de Responsabilidad Social Corporativa, las cuales requieren de la aplicación de normas técnicas en las empresas y la inserción de políticas gerenciales, en procura de beneficios comerciales, mejorando el

posicionamiento de sus productos o servicios en el gusto del consumidor, así como mejorando la imagen empresarial en un mercado cada vez más competitivo.

Si bien es cierto, que la competitividad entre las empresas por tener al consumidor prendado de ellas va a ser cada vez más subsistente y fuerte, esto implicara a su vez, que el consumidor será más exigente con la eficacia y el atributo de calidad que consiga en los productos y servicios, para lo cual irá agregando, paulatinamente, nuevos criterios en su selección, aspectos medioambientales y sociales, que afectarían sus decisiones de compra. Es decir, que ante variados productos funcionalmente similares y de servicios equivalentes, el consumidor ha de elegir aquella que mejor proteja sus propios intereses económicos, vele por su bienestar a largo plazo, prevenga daños medioambientales y aporte al bienestar general de la sociedad. El compromiso que adquieran las empresas para evitar el daño al medio ambiente y que se traduzca en mejoras para la calidad de vida de la sociedad, tendrán la preeminencia de los mercados y se ganarán la confianza y lealtad del consumidor a largo plazo.

El tercer objetivo se enfocó en la identificación de las prácticas de autorregulación en torno a la responsabilidad social corporativa en el Perú. Con estas prácticas se deja que las empresas fijen sus compromisos voluntarios de actuación y definan su ámbito de Responsabilidad Social Corporativa. Se busca determinar de qué manera las organizaciones establecen políticas para el desarrollo de sus actividades con responsabilidad, a través de generar un conjunto de reglas y normas dentro de cada una. Su práctica va, de ser de modo unilateral o de modo consensuado, toda vez que se incorporen los grupos de interés ya sean afectados o beneficiarios de su aplicación (consumidores, comunidad, medio ambiente, el Estado, los sindicatos, proveedores, etc.). Puede que esto derive también, del cumplimiento de sus obligaciones normativas o, estableciendo una ampliación de los estándares normativos.

De acuerdo a los antes expuesto, las normativas de cumplimiento y mejora de diferentes estándares, se suscriben a través de los denominados Códigos de Conducta, Acuerdos Marco que están en los Balances Sociales, medioambientales y/o económicos, que además se pueden verificar a través de los Sistemas de Certificación.

En el último objetivo denominado incentivos estatales, se consideró al Estado como factor negociador y facilitador de la práctica de Responsabilidad Social Corporativa, y se observaron las diferentes formas en las que el Estado la promueve desde la creación en las empresas. Encierra temas como los tributarios con los que buscan beneficios en la disminución impositiva, publicidad, etc.

En la investigación se planteó como hipótesis que la regulación para la Responsabilidad Social Corporativa en el Perú, es una construcción de tipo privada y voluntaria, a través de la cual se reducen las competencias del Estado para proteger y garantizar la inserción de ciertas políticas en las empresas que tienen que ver con los derechos laborales, medioambientales, sociales y fundamentales, por lo que este debe asumir un rol distinto que le pueda brindar un marco normativo que garantice el cumplimento real y efectivo de dichas políticas.

La metodología de la investigación seguida fue del tipo descriptiva (cuya intención tiene el demostrar características importantes de cualquier fenómeno que se analice) de enfoque mixto con predominancia del enfoque positivista.

La presente investigación sobre la Responsabilidad Social Corporativa es justificable puesto que no sólo se trata de un tema de actualidad, sino que exige ser mostrado con criterios jurídicos y económicos que beneficiarán tanto a la empresa como a la sociedad, y busca dejar sentadas las bases teóricas que permitan regular los excesos del autointerés lucrativo y de puro marketing para optar por mecanismos que realmente logren incentivar esta cultura de responsabilidad social de manera eficiente.

1.1 Planteamiento del Problema

La responsabilidad social corporativa o empresarial en el mundo viene evolucionando y en la actualidad ha contribuido al desarrollo sostenible en muchos países en los que se han implementado políticas que regulan esta figura beneficiando tanto a la empresa como a los grupos de interés que la rodean.

La Responsabilidad Social Corporativa es una figura proveniente de la tradición anglosajona y el derecho peruano de la tradición romano-germánica por lo que es importante que se regule esta figura de manera innovadora en nuestro país para que de esta manera se promueva que las empresas tomen conciencia de que se encuentran insertas en un entorno social que a su vez interactúa con sus diferentes grupos de interés ejerciendo un impacto positivo o negativo del cual es responsable.

Según Perú 2021, una entidad sin fines de lucro que busca difundir y promocionar la responsabilidad social empresarial, el Perú forma parte de los estados miembros de la ONU que establece dentro de un plan de acción para el 2030 los 17 objetivos de desarrollo sostenible que contribuirán dentro de cada país a la reducción de la pobreza, promoviendo el desarrollo y la protección del medio ambiente y de esta manera la ONU exhorta a los Estados a desarrollar políticas que impulsen el cumplimiento de estos objetivos para impulsar a las empresas peruanas a convertirse en agente de cambio

La base axiológica de la responsabilidad social corporativa o empresarial vinculada a la cultura organizacional de la empresa requiere un enfoque moderno, que analice la actual regulación estatal, pero que no se restrinja a ésta, sino que subsuma además los estándares de mercado y las prácticas mercantiles.

Las empresas constantemente en su autorregulación buscan escalar más allá de lo establecido como norma positiva. Esto lo hacen amparándose en incentivos que incluso pueden provenir desde el Estado para dar lugar a estas prácticas corporativas, creando en las empresas una novísima cultura que resulte mucho más eficiente que la simple imposición de normas con sanciones a su inobservancia.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General.

¿Cuál es el Rol Regulatorio del Derecho en torno a la regulación estatal, estándares de mercado, autorregulación e incentivos sobre Responsabilidad Social Corporativa en el Perú?

1.2.2 Problemas Específicos.

a) ¿Cuáles son las iniciativas de regulación estatal en torno a la responsabilidad social corporativa?
b) ¿Cuáles son los estándares de mercado que promueven conductas de responsabilidad social corporativa?
c) ¿Cuáles son las prácticas de autorregulación en torno a la responsabilidad social corporativa en el Perú?
d) ¿Cuáles son los incentivos que promueven la responsabilidad social corporativa?

1.3 Justificación de la Investigación

La Responsabilidad Social Corporativa es un tema de suma importancia y sobre todo de actualidad que, como todo estudio serio, requiere no solo de un simple análisis, sino también de una correcta forma de regulación, por ser parte de un escenario peruano con una realidad empresarial que va en este tema hace un buen tiempo y además por tratarse de una situación que influye en nuestro Derecho, al ser un tema anglosajón que irrumpe en un escenario romano – germánico.

Resulta un estudio pertinente porque el Derecho debe regular asuntos del contexto real y brindar un marco jurídico que funcione de manera correcta y eficiente, en tanto la economía social de mercado que impera en el Perú exige que el Estado actúe como un ente regulador. En consecuencia, al ser una de sus funciones, la finalidad es el mejor modo de aplicarlo, teniendo en cuenta estándares de mercado, autorregulación e incentivos que promuevan estas prácticas.

Hay un beneficio social amplio, debido a que la Responsabilidad Social Corporativa es un tema de gestión empresarial que dirige la mirada de las empresas hacia la sociedad,

ya que la comunidad es un grupo de interés que tradicionalmente viene siendo atendido, sobre todo, en sectores económicos como la banca, empresas de productos y servicios y la minería en el país, pero con una forma de regulación eficiente, pudiera ser visto con seriedad, asertividad y eficiencia, evitando así las situaciones de conflicto social con la empresa.

Asimismo, este estudio muestra que la empresa también se beneficia de diferentes maneras como la gestión de la calidad: la mejor capacidad de contratación, permanencia de los empleados y la productividad de éstos, que redundará en la fidelidad del consumidor, valoración de la imagen, de la marca; y finalmente la sostenibilidad del negocio a largo plazo, ya que las prácticas con responsabilidad social reducen altamente el riesgo del negocio.

Respecto a la relevancia teórica, metodológica y práctica, el estudio presentado es pertinente debido a que contribuye a construir la teoría de la Responsabilidad Social Corporativa para el Perú, ya que, siendo un tema anglosajón, debe encajar en nuestra regulación. La metodológica puesta en práctica y el uso de instrumentos tanto documentales como a través de entrevistas parte de un aporte importante para determinar el rol regulatorio del derecho en torno a la responsabilidad social corporativa en especial por parte de las ultimas ya que se obtuvo información de expertos en el tema y que forman parte de varios sectores involucrados. La importancia de poner en práctica o en la aplicación de las propuestas planteadas en este trabajo de investigación es básicamente: promover prácticas de responsabilidad social en las empresas y así contribuir al desarrollo sostenible del país.

1.4 Viabilidad de la Investigación

La investigación fue teóricamente viable, debido a que los conceptos que fundamentan la investigación han sido estudiados con anterioridad, por lo tanto, se tuvo acceso al material bibliográfico para desarrollar el tema propuesto. También se vio favorecido espacialmente, debido a que se elabora la investigación en torno a la problemática actual del ámbito peruano. Finalmente, lo recursos económicos no representaron impedimento porque se dispuso de ellos para este estudio.

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General.

Establecer el Rol Regulatorio del Derecho en torno a la regulación estatal, los estándares de mercado, la autorregulación e incentivos en torno a la Responsabilidad Social Corporativa en el Perú.

1.5.2 Objetivos Específicos.

a) Identificar las iniciativas de regulación estatal en torno a la responsabilidad social corporativa.
b) Determinar los estándares de mercado que promueven conductas de responsabilidad social corporativa.
c) Identificar las prácticas de autorregulación en torno a la responsabilidad social corporativa en el Perú.
d) Determinar los incentivos que promueven la responsabilidad social corporativa.

1.6 Antecedentes de la Investigación

El estudio que se aborda en esta investigación, recopila algunas exploraciones hechas en base a la problemática planteada.

Como expresan (Schwalb & Malca, 2005):

> La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), es una filosofía, una actitud o forma de ver la vida que implica que tomemos en cuenta el efecto que nuestras acciones y decisiones tienen sobre el entorno físico y social. (…) ser socialmente responsable significa ser consciente del daño que nuestros actos pueden ocasionar a cualquier individuo o grupo social. (p. 24).

De acuerdo a ello, en esta percepción se hace visible la constante tarea de protección al contexto ambiental, las comunidades sociales y sus trabajadores. La sociedad corporativa debe tener una visión de RSC, que debe ser observada con detenimiento, de no ser así, puede traer a corto plazo consecuencias de costo, sin beneficio financiero a la empresa, en caso contrario, se promueve el cambio social y ambiental positivo y esto a largo plazo asegura el bienestar recíproco entre empresa y sociedad.

La Responsabilidad Social Corporativa no solo es el cumplimiento de leyes y normas, aunque tiene como adyacente el constante cumplimiento con la legalidad, esto lo hace eficiente. Es así como se tiene que la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el inicio para la responsabilidad ambiental y trae consecuencias favorables para la empresa que se acate a ella. Esto ha permitido que la RSC haya evolucionado en el tiempo como definición, para ir decantando en su esquema o contenido, variados significados entre los que tienen relevancia: responsabilidad social empresarial, responsabilidad social de las organizaciones o simplemente responsabilidad social de la empresa.

Hay que tomar en cuenta que la Responsabilidad Social Corporativa se relaciona con la base u origen de una institución como tal, cuando se constituye en una organización con personalidad jurídica lucrativa (empresa), o sin fines de lucro (ONG). La forma organizativa dependerá de la entrega y participación de los que la componen, determinará la representación, y le permitirá interactuar con el entorno y con los diversos agentes involucrados dentro de un espacio geográfico. A su vez, actúa como complemento del comportamiento humano, por estar en conexión a las actividades empresariales, comerciales o relaciones de contenido económico de las personas en sociedad. En tal sentido (Schwalb & Malca, 2005), afirman que “si bien el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) aparece como tal durante el siglo XX, el tema de la responsabilidad social ha estado presente en la historia desde tiempos inmemoriales”.

A través del tiempo se observan huellas que el pasado muestra como reafirmación, que revelan actividades comerciales con una visión empresarial, que busca generar mejoras económicas y beneficios para todos los actores participantes, donde la participación

empresarial tiene leyes normas, tradiciones y costumbres, además de tener en cuenta la conservación y respeto por el medio ambiente.

De este modo aparece un nuevo concepto para generar empresa: el planeamiento estratégico, el cual considera los elementos como respeto por las actividades con contenidos éticos, legales y económicos, para formar parte de este planeamiento dentro de una institución.

Leyendo a (Carroll, 1999), este refiere que la RSE durante los años 50 da nacimiento a una literatura formal del tema y que en los 60 y 70 los conceptos de RSE se amplían y diversifican productivamente. El enfoque del desempeño de la responsabilidad social y la teoría de los stakeholders marcaron los años 80. Esto continuó en los 90 hasta el presente, dando las bases o punto de partida para definiciones y temas relacionados, citado por (Zapata, 2012).

(Fontaneda, Camino, Mariscal, & Gonzales, 2007) indican que para la década de 1970 surgieron movilizaciones sociales con ánimo de cuestionar las actividades empresariales orientadas al consumismo, debido a la posición que asumieron las empresas de realizar sus actividades, desconociendo la existencia de la Responsabilidad Social Empresarial durante esta época, y como consecuencia de la guerra de Vietnam y otros acontecimientos sociales tal es el caso del Apartheid.

Refieren los autores que en los inicios de los años setenta aparecen primeras ideas del denominado "contrato social", planteamiento formulado por (Anshen, 1970) quien declara la existencia de nuevas demandas direccionadas desde la sociedad hacia las empresas; esto da lugar a la concepción de una unión que tiene como punto de partida, la responsabilidad de la organización y por otro lado, la posibilidad de exigencias sociales como resultado de ese vínculo.

(Schwalb & Malca, 2005) señalan que, en la década de 1970, algunas entidades desarrollaron estudios, seminarios y divulgaron en forma general información sobre la RSE; esta exposición al público, hizo que en dicha década el consumidor, en su calidad

de ciudadano, empezara a exigir “transparencia” de estas organizaciones empresariales. Esta característica es un factor de suma importancia que se complementa al concepto de contrato social para el desarrollo en décadas posteriores; debido a que las organizaciones empezaron a concebir la existencia de agentes externos al proceso operacional y productivo con capacidad de incidencia respecto de sus operaciones.

Asimismo, de acuerdo a (Diaz, Filomeno, & Rizo, 2007) indican que para la década de los 80, y como resultado de la identificación de responsabilidades inherentes a las empresas, se promueve la teoría de los Stakeholders, la cual señala que “un Stakeholder puede ser cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa”. Dichos autores también refieren sobre la teoría de (Freeman, 1984) quien expone “los stakeholders son el reconocimiento de que las empresas sobre la base de los intereses de sus accionistas, sino que también existe un gran rango de personas y entidades que tienen también interés legítimo en la empresa” (p. 16). Partiendo de estas ideas, fue posible para las organizaciones identificar la existencia de responsabilidades empresariales con contenidos éticos, de una perspectiva moral, superior al contrato jurídico y social; identificar a sus involucrados; y a establecer vínculos mayores a los legales, hasta ese momento establecido.

Por otro lado, (Diaz, Filomeno, & Rizo, 2007) refieren que la definición de Stakeholder es una consecuencia del concepto de Stakeholder. Por lo tanto, se fija un antecedente importante para la empresa u organización, ya que debe buscar beneficios para para todos los involucrados, así como para los accionistas, y desde una perspectiva de filosofía empresarial.

A su vez (Schwalb & Malca, 2005) confirman que este proceso de evolución conceptual, fue creado enfocado en el desarrollo sostenible, para compensar las necesidades del presente sin complicar la práctica de las generaciones futuras que busquen satisfacer sus propias necesidades.

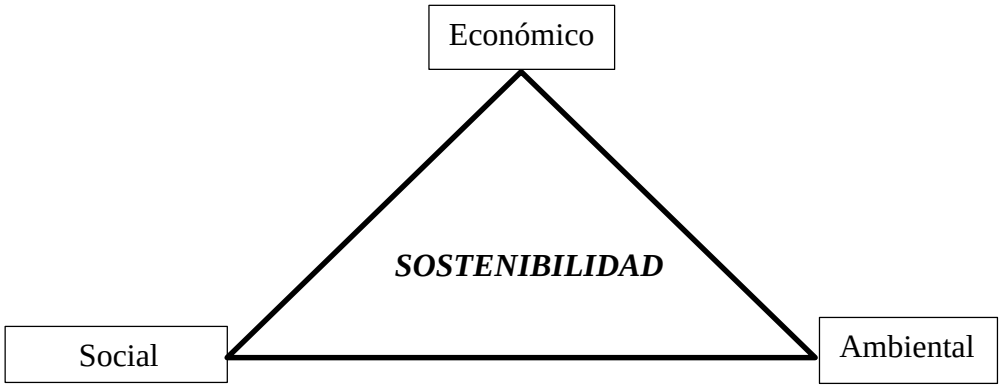

Figura 1 Responsabilidad Social Empresarial: Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible (Schwalb y Malca 2004, p.20)

En la figura 1, se puede observar el modo incluyente de la empresa, cuya importancia es la interrelación de las diferentes necesidades agrupadas en económicas, ambientales y sociales; para el acatamiento de responsabilidades por parte de la empresa para iniciar sus actividades bajo un sistema de gestión socialmente responsable.

Desde los años de 1990 hasta la actualidad, la responsabilidad social ha continuado con la evolución conceptual, incorporando e identificando la existencia de sus componentes. Es así que (Carroll, 1999) establece *la teoría de la pirámide* conformada en cuatro puntos de responsabilidades sociales de las empresas. Para explicarla se entiende que existe la responsabilidad ubicadas en el fondo de la pirámide siendo así la base en la que está fijada otro tipo de responsabilidades. Los cuatro puntos de responsabilidades son: económicas, legales, éticas y filantrópicas.

Adicionalmente (Carroll, 1999) señala que: "cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social". (p.113)

De los hechos anteriores podemos decir que existe complemento entre ambos aportes para la materialización de la denominada responsabilidad social plena; puesto que, la extensión de responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas debe ser proyectada en el entorno, persona o cosa que toque una organización.

En tal sentido, se puede entender la Responsabilidad Social de las Empresas como:

> Una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los stakeholders o grupos de interés (accionistas/inversionistas, colaboradores y sus familias, comunidad, clientes, proveedores, medio ambiente y gobierno) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible. La RSE es una herramienta de gestión que consta de estrategias transversales a todas las actividades de la empresa, no se trata de acciones desarticuladas entre sí. (Diaz, Filomeno & Rizo, 2007)

Este proceso histórico y conceptual de la Responsabilidad Social hasta ahora descrito puede dejar claro que existe entre ambos la culminación de la llamada responsabilidad social plena; ya que, la extensión de responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas debe ser extendida al entorno, persona o cosa que toque una organización.

1.6.1 Antecedentes Históricos Nacionales

Consultando a (Cabanillas, 2014) se puede tomar una narrativa que hace sobre la RSE en el Perú, comenzando:

- En el 1970, se instaura un gobierno militar en Perú que estatizan las empresas, y que trajo como consecuencia una mengua de la inversión privada en el país. En estos diez años se dio sin criterio social por de las empresas privadas, ya que su único objetivo era permanecer en el mercado.
- En 1980, la Responsabilidad Social Empresarial se complementa con el Desarrollo Sostenible.
- En 1990, se implementan cambios económicos que dan estabilidad al empresariado del Perú, esperando asistir con los problemas sociales del país. Aparece el Código del Medio Ambiente. De acuerdo (Caillux, 2004) afirma:

  > (...) la promulgación del Código dio lugar a un diálogo algo áspero y duro pues, en verdad, pese a que el anteproyecto de ley se discutió durante cuatro o cinco años en distintos foros y comisiones del Congreso de la República, el sector empresarial no había participado verdaderamente en la definición de sus conceptos e instrumentos. Las diferencias llegaron al extremo que,

> en setiembre de 1990, mes de expedición del Decreto Ley 613 que aprueba el Código, los empresarios exigieron su derogatoria o bien su revisión" (p. 19).

> Resumiendo lo expuesto por (Baerlt, 2001), citado por (Caillux, 2004), éste manifiesta que el Código promovió la figura de los Estudios de Impacto Ambiental, y le indico el camino a recorrer a las empresas al solicitar que debían realizar un análisis de la situación preexistente y diseñar las acciones necesarias para evitar, o mitigar, los daños ambientales; el desarrollo de este aspecto incluyó además el concepto de participación ciudadana para dar a la población voz en cuanto al análisis, evaluación y monitoreo de las medidas de cuidado ambiental. (p. 11).

1.6.2 Antecedentes Históricos Internacionales.

A juicio de (Herrera B. , 2010), afirma que la RSC tiene una historia de casi un siglo y se evidencia en la forma ética en que los hombres de negocios y empresarios asumían sus responsabilidades frente a la sociedad en la cual desarrollaban sus actividades económicas. Identifica las siguientes etapas en el desarrollo de la RSE:

- Se ha pasado de un discurso filosófico encontrado hasta antes de los años 60 donde las empresas por ética deberían devolver a la sociedad de alguna manera, beneficios por el uso de los bienes sociales.
- Un discurso de gestión empresarial desde los 70.
- En los años 80 se da el contexto socialmente responsable y se incluye a los stakeholders
- A finales de los 90, se destaca la promulgación del Pacto Global.

De (Herrera & Abreu, 2008) se concluye que las definiciones de RSE son una noción de sociedad con ejecuciones respetuosas del ambiente natural, con ética social y empresarial, incluyen políticas de aportación a las comunidades sociales y sobre todo con altos estándares de respeto por todos los seres vivos.

Para (Rivarola, 2013), la RSC va más allá del cumplimiento de las leyes, las normas, la legislación laboral y del medio ambiente, cualquier organización debe tener en cuenta el solo hecho de realizar su actividad.

En cuanto a (Garcia, Q., 2016) este autor refiere que “el concepto de la RSE es mencionado por primera vez en 1953 por el economista Howard R. Bowen, llamado padre de la RSE, quien en su obra "Social Responsibilities of the Businessmen", hace un llamado a la responsabilidad social de las corporaciones para producir no sólo bienes y servicios, sino devolver a la sociedad parte de lo que ésta les había facilitado”.

1.7 Hipótesis

El rol regulatorio del Derecho peruano en torno a la Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad se ciñe a la simple imposición de normas, sin registrarse avances significativos en la regulación estatal que tome en cuenta los estándares de mercado, la autorregulación voluntaria de las empresas e incentivos que hagan que esta figura funcione de manera más eficiente.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Responsabilidad Social Corporativa

En necesario señalar que existen muchos conceptos de RSE y para esta investigación se tomó el siguiente enfoque, reseñado por (Cajiga, 2017) y consensado en México, entre los principales organismos empresariales:

> El compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. (p. 4)

Esta herramienta de gestión analiza una nueva forma de conceptualizar a la empresa, con el fin de que la producción económica se desarrolle en acuerdo con el marco legal vigente, así como los principios y valores de la propia sociedad, y también contar con la aceptación del mercado, así legitima su permanencia; es como RSE se erige como una herramienta de negocios acorde con el régimen de economía social de mercado.

Como resultado de políticas de responsabilidad social empresarial, se puede comprender que los actos realizados son resultado de las inversiones sociales o de filantropía con el fin de satisfacer una necesidad específica; también tiene beneficios publicitarios, sin que alcancen a constituirse a obtener una determinada participación en el mercado.

Se puede decir que la responsabilidad social corporativa es el resultado de las demandas de equilibrio entre el desarrollo de la actividad empresarial y la incidencia que esta mantiene en el medio en el que se desenvuelve.

Campuzano (2010), indica que lo relevante al referirse al concepto de la responsabilidad social corporativa es la predisposición del empresario a ofrecer un plus sobre lo exigible, y como resultado de la integración en la cultura de la empresa a las iniciativas surgidas de dicha predisposición hasta el punto de llegar a proyectarse a todos los grupos de interés con los que la empresa se relaciona.

A pesar del avance e incorporación de políticas de RSE se puede desarrollar más estrategias publicitarias como ejemplo en el ámbito medioambiental, los bancos no mantenían política alguna que mitigue el impacto de sus actividades, tales como el manejo de energía, uso de aires acondicionados o la emisión de gases de sus vehículos, o que ejerzan algún tipo de monitoreo respecto del impacto de los proyectos o emprendimientos que financian (Marquina, 2012)

Los especialistas han identificado cuatro elementos como mínimo que debe tener una empresa como filosofía, que según (Marquina, 2012) se exponen a continuación:

a) Entorno legal, como meta mínima el cumplimiento de las leyes que regulan su relación con los distintos stakeholders.
b) Mercado de capitales, inversiones socialmente responsables, que proyecten un mejor balance entre los beneficios y objetivos éticos de las entidades empresariales
c) Imagen de la marca, con el fin de evitar las desigualdades sociales relevancia frente al rol de las instituciones de la sociedad.
d) Innovación, actitud proactiva ante las tendencias y cambios del mercado, la sociedad, productos y procesos.

El enfoque de la mayoría es la voluntariedad, como se puede entender de las diferentes definiciones sobre este tema, basado en la calidad de la relación que existe entre la empresa y sus stakeholders. Es necesario considerar también el capital financiero y de los activos intangibles, además del capital social al que se debe que prestar atención para que de esta manera se obtenga el máximo beneficio de los recursos utilizados con una proyección a largo plazo. Los accionistas, empleados, consumidores, proveedores y

demás grupos de interés valoran los activos intangibles como son la reputación de la marca y la imagen que proyecta al exterior, así como la cultura interna de la empresa que ambas son difíciles de comercializar y se van construyendo con el tiempo (Marquina, 2012)

Por lo antes señalado, se puede determinar que a las empresas no es necesario obligar a través de normas a respetar el medio ambiente y la sociedad en la que desarrollan su actividad, ya que ellas solas adoptan estas estrategias y el mercado las corresponde. También, la RSC, se verá beneficiada a largo plazo al ubicarse en una posición más competitiva y ventajosa, debido a que todos se verán obligados antes o después a incorporar estas medidas de gestión responsable.

2.2 Rol Regulatorio del Derecho

El rol del Derecho según el pensador francés Frederic Bastiat, es rodear de garantías a las personas sin ejercer autoridad sobre ellas ni sobre su propiedad ya que estas existen antes que él. La preexistencia de la libertad y propiedad de las personas hace que estas puedan crear leyes que regulen su comportamiento.

Es por ello que (Anguita, 2012) indica que el rol que cumple el derecho tanto en el ámbito nacional como en el internacional, es regular de manera directa o indirecta las prácticas de responsabilidad social de las empresas para que la adopción de estas políticas no sea solo voluntaria, sino que se pueda sancionar de alguna manera su incumplimiento.

Estas sanciones a las que se refiere este autor no deben ser por vía administrativa o judicial, las empresas al no cumplir con los estándares de responsabilidad social perderán reputación y se verá afectada su imagen comparada con las empresas que sí los cumplen, y esto las llevará a ser menos sostenibles.

2.2.1 Iniciativas de Regulación Estatal.

Al respecto, (Dominguez, 2012) muestra la siguiente descripción de la situación en Europa, aseverando además que en la mayoría de países europeos para la fecha, era

obligatorio realizar informes que abarcaran aspectos ambientales y sociales. De lo expuesto por el autor se puede inferir el siguiente resumen:

- Que en Francia para enero de 2002 se emite la Ley de Regulación Económica, conocida como LOI 116, que impone a las empresas que se encuentran en el mercado de valores a publicar información sobre los impactos sociales y ambientales. Divide, además, la Responsabilidad Social Corporativa en cuatro ámbitos: comunidad, recursos humanos, estándares laborales y gestión del medio ambiente. Para esa fecha también, se emite la Ley de Transparencia Informativa en Asuntos de Responsabilidad Social Corporativa y se reafirma la formación de un Ministerio de Desarrollo Sostenible.

- Que en Gran Bretaña para el año 2002, se crea el Ministerio de Responsabilidad Social Corporativa, y en el año 2006 se establece que publiquen los informes financieros en temas ambientales y sociales, para entender el negocio.

- Que en Noruega desde 1999 a través de la Ley de Contabilidad solicita a las empresas públicas y privadas información ambiental, con reportes financieros anuales.

- En Australia se impulsa la publicación de reportes de sostenibilidad.

- Que en Dinamarca se promueve la obligación de informar temas relacionados con RSE para las grandes empresas.

- Sudáfrica desde junio de 2002, la Bolsa de Johannesburgo (JSE) tiene un Código de Prácticas Societarias y de Conducta para para las empresas que pertenecen a la bolsa de valores, emitan un informe anual de sostenibilidad relacionado con la Responsabilidad Corporativa.

- Suecia exige Balance Social para empresas con más de un 50% de participación estatal.

A parte de lo señalado anteriormente, la (Comisión Europea, 2011) ha señalado que en el año 2011 se dio a conocer una propuesta legislativa sobre la difusión de la información social y medioambiental de la empresa, tal como se expresa a continuación

el concepto de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) consiste en «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores». Así, indicaban que debían informar directa o indirectamente la responsabilidad social de las empresas, consolidando en Europa la implementación de políticas sostenibles a largo plazo.

Respecto a Latinoamérica, la legislación sobre RSE trata de la conservación ambiental, leyes laborales, derechos del consumidor, gobernabilidad corporativa, ética en los negocios. Sin embargo, algunos de los países han realizado reformas legales importantes relacionadas a la gobernabilidad corporativa y el mercado de valores. La Bolsa de Valores de São Paulo ha sido una de las primeras bolsas de valores latinoamericanas en solicitar prácticas corporativas con buena gobernabilidad corporativa.

Por otro lado, ocurre que en Argentina existe la Ley Nº 2594 sobre Balance de Responsabilidad Social y Ambiental, dando beneficios por su aplicabilidad. En Chile, se motivó a reportar la gestión socialmente responsable en las licitaciones con Estado, así como en Perú. En México, en 2002 se aprobó la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, esta obliga el cumplimiento federal y está siendo acogida a nivel estatal, con el fin que los ciudadanos conozcan el ejercicio presupuestario y hagan fiscalización de los presupuestos. En la República Bolivariana de Venezuela, la Ley de Contrataciones Públicas establece como condición obligatoria la responsabilidad social.

En Brasil se crea la norma de certificación denominada NBR 16001 con la finalidad de otorgar certificados a las empresas que apliquen la norma que a su vez está basada en ISO 26000 desde el año 2004.

Consideración especial amerita Perú, de acuerdo a autores el país debería ser el líder en reportes de sostenibilidad en América Latina, debido al incremento empresarial en diferentes rubros los últimos años, pero únicamente se fomentan estas prácticas y sobre todo una cultura socialmente responsable desde hace pocos años a través del Ministerio

de Trabajo que ha identificado esta necesidad y viene realizando distintas actividades para las empresas que se encuentran en diferentes etapas como la creación o las que buscan sostenibilidad, dividiendo este trabajo en tres sub comités: capacitación, registro y certificación de empresas socialmente responsables.

2.2.2 Fundamento Constitucional de la Responsabilidad Social Corporativa.

De acuerdo a la Constitución Política de la Republica del Perú de 1993 en el primer capítulo se contemplan como base fundamental en la Nación los derechos esenciales del individuó, que son: el derecho a la vida, opinión, opción política, social, sexual, religiosa, al derecho a vivienda, estudios y salud. También, hace énfasis en que debe existir una sociedad adecuadamente organizada y estratificada bajo principios que puedan solventar problemas sociales. En tal sentido, es importante señalar que las bases son usadas de forma parcial por regir en los Artículos del 1º al 3º más patrones sociales y de la conducta.

En tal sentido, en sentencia del Tribunal Constitucional (STC 0018-2001-AI/TC y 964-2002-AA/TC) sanciona que la Constitución no sólo garantiza que el hombre se desarrolle en un medio ambiente equilibrado, también debe garantizarse que el ambiente sea bueno para su desarrollo, lo que obliga tanto a particulares como al Estado, a mantener condiciones naturales del ambiente, con el fin de que la vida humana se desarrolle en un ambiente digno. Al reconocer que el derecho debe garantizar la existencia física de la persona o cualquiera de los demás derechos que en su condición de ser humano le son reafirmados, en la misma forma debe protegerlo contra los ataques al medio ambiente, lo que permite el desarrollo de la vida en condiciones ambientales adecuadas.

De esta forma, (Del Pozo, 1997) opina que la función estatal debe ser responsable junto con la dirección general del proceso productivo, en el contexto de la economía de mercado. Es así; que el Estado pueda actuar a través de su administración, seleccionando y jerarquizando los objetivos económicos y sociales, tanto para la orientación de la conducta de los agentes económicos como para el cumplimiento de su rol.

Opina el autor antes citado, que el Estado en lo social debe mantenerse activo ante la economía de los privados, para que ambos asuman deberes específicos; los privados deben ejercitar las libertades económicas con responsabilidad social, mientras que, en el

Estado, debe ejercer un papel vigilante, de garantía y corrector, frente a las deficiencias y fallos del mercado, y la actuación de los particulares.

Vale la pena mencionar que existe una sentencia en la cual el Tribunal Constitucional estableció en el EXP. N°00004-2010-PI/TC que:

> La solidaridad implica la creación de un nexo ético y común que vincula la sociedad política con una orientación normativa con el fin de exaltar los sentimientos que impulsan a los hombres a prestarse ayuda mutua, conmoviendo a la sociedad. (TC, 2010)

En el año 2012, Navarro señala que esta sentencia evidencia el principio de solidaridad en el ámbito constitucional, que asevera el autor es uno de los más importantes espacios de aplicación, concretándose de un lado en el ámbito de los derechos fundamentales y por otro en los criterios organizativos de la estructura estatal. Este principio puede presentarse no solo como una exigencia ética, sino como un criterio en el ámbito jurídico-político.

Explica más adelante el autor que el término de solidaridad, permite una mayor flexibilidad y adaptación de la figura impositiva a las necesidades sociales, comprendiendo que el Estado Constitucional no actúa ajeno a la sociedad, sino que la incorpora, la envuelve y la concientiza en el cumplimiento de deberes. Vinculada a esta opinión se encuentra la de (Huerta, 2010) quien asevera que en el Perú la RSE se encuentra en los principios constitucionales de solidaridad e igualdad, pero constriñe en reiterar que la libertad es el valor guía de los derechos de primera generación.

Siguiendo con el análisis a la Carta Magna, considera la defensa del consumidor y de la competencia. Esto lo observamos a través de su jurisprudencia, el Tribunal Constitucional determino que el consumidor es el fin de toda actividad económica, ya que es a quien van dirigidos todos los esfuerzos del mercado.

En el Artículo 65 de la Constitución del Perú se establece la defensa de los consumidores y usuarios, con un principio rector para la actuación del Estado y,

explícitamente el derecho subjetivo. El artículo tiene el postulado para orientar y fundamentar la actuación del Estado respecto a cualquier actividad económica.

También el juicio estimativo y el juicio lógico derivado de la conducta del Estado sobre la materia tienen como horizonte tuitivo la defensa de los intereses de los consumidores y los usuarios. Así mismo, se reconoce la facultad de acción defensiva de los consumidores y usuarios en los casos de transgresión o desconocimiento de sus legítimos intereses; entonces, el atributo empareja la exigencia al Estado, cuando se produzca alguna afectación de los derechos del consumidor, incluyendo la capacidad de acción contra el propio proveedor. (Zapata, 2012)

Caravedo (2003), expresa que en los últimos años los cambios se dan de observar a la empresa de forma negativa en lo social, e incluso para sus empleados, con solo el fin de satisfacer sus intereses que a su vez ejercen un papel que solo desea ingresos; es por lo que, el autor dice haber desarrollado un nuevo concepto de empresa, que involucra éticos y sociales en su organización y forma de hacer negocios, opina que la nueva forma de producir es integrando la utilidad de la empresa con lo social, ambiental y los trabajadores.

El Tribunal Constitucional pide políticas de responsabilidad social empresarial de acuerdo al principio de solidaridad y afirma que todas las empresas deben cumplir.

El Pleno Jurisdiccional 0048-2004-PI-TC, determino que:

> Ser socialmente responsable significa cumplir con las obligaciones jurídicas, invertir en lo social y contribuir al desarrollo de las comunidades, por lo tanto, existe un Estado Social y Democrático de Derecho de la Economía Social de Mercado y del Desarrollo Sostenible, la responsabilidad social.

De acuerdo a esto continua Caravedo, (2003), indicando que la economía social de mercado debe ser ejercida con responsabilidad social y a su juicio con valores constitucionales tal como lo expresa la Carta Magna, como lo son valores de libertad y

justicia. Está la caracteriza fundamentalmente: a) Bienestar social: empleos productivos, trabajo digno y reparto justo del ingreso, b) Mercado libre con respeto a la propiedad, a libre competencia regida, prima facie, por la oferta y la demanda en el mercado, combatiendo a los oligopolios y monopolios, c) Un Estado subsidiario y solidario, con acciones estatales, complementarias y temporales. En resumen, se trata de tener una economía que garantice la productividad individual sinónimo de progreso social

Por lo antes expuesto, la Corte Constitucional concluye:

a) La responsabilidad social empresarial, son las iniciativas voluntarias de las empresas, como actores del Estado social de derecho.
b) La responsabilidad social empresarial debe practicar la conexión con el principio de solidaridad axial al Estado social y el cumplimiento de deberes constitucionales con el fin de influir en el desarrollo de los derechos fundamentales.

La actividad de responsabilidad social empresarial no es suficiente para que involucre la concreción de derechos fundamentales y, por lo tanto, se debe respetar los límites constitucionales del Estado social de Derecho.

Continuando con (Zapata, 2012), el autor afirma que los principales actores de la responsabilidad social empresarial son las empresas, sin embargo, el deber social debe existir en tipo de programas, para stakeholders. La RSE en su dimensión de función social, implica una serie de restricciones y responsabilidades que contribuyen a que sea no solo deseable, sino necesaria la adopción e implementación de medidas de responsabilidad social empresarial, así como el cumplimiento de los compromisos que voluntariamente se han adquirido.

El régimen económico social consagrado en la Constitución Política de 1993 tiene los criterios desarrollados por el Tribunal Constitucional basados en los principios que los contribuyentes que generan rentas empresariales, deben colaborar con la caja fiscal mediante el cumplimiento de las obligaciones tributarias, al amparo de la potestad tributaria que acompaña al Estado, y por otro lado, debe tener un comportamiento que

comulgue con la satisfacción de las necesidades sociales, sobre todo en la comunidad en la que se desarrolle, con base al principio y deber de solidaridad.

Al nivel internacional el principio de solidaridad tiene los mismos alcances, por diversas cortes constitucionales; tal es el caso de la Corte colombiana, que establece que el impuesto es un deber a cumplir por toda persona, consistente en la vinculación del propio esfuerzo y actividad en beneficio o apoyo de otros asociados o en interés colectivo.

(Portocarrero , F, et al, 2000) afirman, que la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en el Perú por parte de las empresas debe considerar los aspectos éticos y políticos. Afirma además que la RSC involucra a la empresa para que estas tengan una estrategia gerencial orientada a la acción social con un conjunto de políticas, prácticas y programas que integre en sus operaciones del negocio.

Esta situación llevara a la toma de decisiones a nivel gerencial, en las que se debe incluir un compromiso voluntario de contribución al desarrollo sostenible mediante la adopción de medidas que equilibren las demandas de todos los grupos de interés accionistas, empleados, clientes, proveedores y las comunidades locales. Las decisiones deben maximizar el impacto positivo y minimizar los efectos negativos del negocio, así mismo, que deben mantener su preocupación por las necesidades de la sociedad, pero con ética legal, medioambiental y comercial hacia la sociedad, tratando, a su vez, que el desempeño refleje la responsabilidad con la sociedad, justificando o informando sobre sus acciones.

2.2.3 Normativa de la Responsabilidad Social Corporativa en el Perú.

a) Tribunal Constitucional.

El Pleno Jurisdiccional Nº 0048-2004-PI-TC que señala que "La responsabilidad social se constituye en una conducta exigible a las empresas, de forma ineludible".

Según (Zapata, 2012) el máximo tribunal constitucional considera lo social en tres puntos: a) restricciones b) principio de solidaridad, c) promoción sostenible de los recursos naturales.

En el Expediente Nº 0008-2003- AI-TC se expone "La economía social de mercado debe ser ejercida con responsabilidad social".

c) Leyes.

Para (Zapata, 2012)

- La Ley del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo vigente en el artículo 5 establece promover normas y estándares de responsabilidad social empresarial.
- La Ley de Radio y Televisión contiene en el artículo 2° la responsabilidad social de los medios de comunicación.
- La Ley General del Ambiente en el artículo 78 establece que el Estado promueve, difunde y facilita la adopción voluntaria de políticas, prácticas y mecanismos de responsabilidad social de la empresa".
- La Ley Universitaria en sus artículos 124 y 125 en las que el Estado define la responsabilidad social universitaria y exige como mínimo el 2% del presupuesto de las entidades comprendidas en esta ley para financiar proyectos de responsabilidad social y esto como requisito para su acreditación.

c) Decretos Supremos.

- Decreto Supremo Nº 013-2003-MINCETUR señala la implementación de buenas prácticas, los códigos de responsabilidad social, de certificación de sistemas de gestión de la calidad, también desarrolla las marcas colectivas, sellos de calidad.
- Decreto Supremo Nº 006-2003-VIVIENDA en el numeral 4.6 inciso c) establece que los constructores, desarrolladores inmobiliarios, entidades financieras, fabricantes y proveedores de materiales deben satisfacer las necesidades y expectativas de la población en tiempo, precio y márgenes de ganancias razonables que evidencien su responsabilidad social.
- Decreto Supremo Nº 207-2004-EF el Banco de la Nación como empresa estatal debe establecer políticas de gestión que contemplen la responsabilidad social con el apoyo a proyectos y actividades de carácter social y cultural.

- Decreto Supremo Nº 021-2004-ED, en su artículo 7 precisa que son funciones propias del profesional de relaciones públicas "…la aplicación del concepto de responsabilidad social de las entidades involucradas".
- Decreto Supremo Nº 001-2004-RE, En el artículo 5 se indica que se prestará especial atención a los aspectos de responsabilidad social corporativa en todos los sectores.
- Decreto Supremo Nº 061-2005-PCM establece que el Estado debe generar una legislación que promueva la responsabilidad social de las empresas.
- Anexo del Decreto Supremo Nº 059-2005-EM en el numeral 4.2. Los bonos de Responsabilidad Social Ambiental como una herramienta de financiamiento de carácter no reembolsable y sin intereses para ayudar a reestablecer áreas impactadas por los pasivos ambientales mineros.
- El Decreto Supremo Nº 017-2005-JUS se encargó de los Derechos Laborales en su numeral 3.2.4) literal a) donde promueve y premia buenas prácticas de responsabilidad social empresarial que conllevan a mejorar sustancialmente las condiciones laborales; el uso racional de los recursos naturales y la sostenibilidad; con transparencia en la información y en la oferta bienes y servicios de calidad. También incluye la responsabilidad fiscal de las empresas y el compromiso con el desarrollo de las comunidades.
- Decreto Supremo Nº 007-2007-TR establece que la RSE debe crear conciencia sobre las buenas condiciones laborales a los trabajadores, mejorándole la calidad de vida, así como incentivando la competitividad de las empresas en el mercado.
- Decreto Supremo Nº 009-2009-MINAM Medidas de eco-eficiencia que establece el papel facilitador del Estado y el incentivo para la participación de las empresas privadas en el programa de RSE a través de normas o regulaciones que otorgan incentivos a través de la creación de programas.
- Decreto Supremo N° 015-2011-TR, modificado por Decreto Supremo N° 004-2012-TR, el cual tiene como propósito promover la responsabilidad social empresarial generadora de empleo decente, cuyo objetivo es promover empleo, empleabilidad y emprendimiento con énfasis en población vulnerable, asimismo administra el Registro y otorga la Certificación de Empresas

Socialmente Responsables, a través de la creación del *Programa Nacional de Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial-Perú Responsable*, que a su vez, es un programa técnico- social a cargo del ministerio de trabajo y promoción de empleo (MTPE), cuyo objetivo es promover la Responsabilidad Social Empresarial RSE, a través de la cultura de RSE, prácticas de RSE, además de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, incentivando a las empresas y otras organizaciones adscritas al Estado o Privadas a sumarse a la adopción de estos programas y prácticas.

Finalmente, la Superintendencia de Mercado de Valores aprobó en diciembre del 2015 la Resolución Nº033-2015 en la cual obliga a todas las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima a emitir un Reporte de Sostenibilidad como un anexo a la Memoria Anual.

2.2.4 La Responsabilidad Social Corporativa a partir del Soft Law.

Como se mencionó anteriormente, la Responsabilidad Social Corporativa o empresarial no es una figura sistema jurídico peruano, es por esto que se recurre a la doctrina del sistema anglosajón para la definición, para así proponer adaptarlo al Sistema Peruano. (Carnegie, 1899) Citado por (Olmo, 2015) definía a la responsabilidad social, como "un compromiso inteligente y objetivo por el bienestar de la sociedad que reprime el comportamiento individual de la empresa a realizar una actividad destructiva, aunque sea económicamente muy provechosa".

Es así como Olmo (2015), presenta la definición de la Responsabilidad Social Empresarial. El primero trata de hacer accesible el complejo concepto de la gobernanza global y el segundo trata de realizar una aproximación sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial. En el tercer subtítulo se recogen las críticas y reflexiones en torno a la RSE y a sus déficits democráticos.

Es aceptable la afirmación que el Derecho está inmerso en los fenómenos tales como la globalización y productores de cambios sociales que ameritan una transformación en los paradigmas jurídicos, vinculado a la creación de fuentes de Derecho, obligando al

intérprete a recurrir al *Soft Law* en búsqueda de criterios que coadyuven a la formación de una interpretación integral y razonable de la normativa.

Indiscutiblemente es una actividad de contexto internacional y globalizado, dado que es posible que muchas empresas tengan sucursales en cualquier parte del mundo, en la que deban también incorporarse a las prácticas locales, y buscar sincronización entre las propias experiencias y las foráneas. Por ello, existe la regulación a nivel internacional y regional que se dan en los últimos años sobre la RSC. De acuerdo a ello es conveniente considerar, por una parte, analizar la regulación desde los inicios con sus intentos fallidos hasta las últimas aplicaciones llevadas a cabo por Naciones Unidas. Este análisis dará nacimiento a líneas o pautas, tal como ocurrió con las Directrices de Maastricht sobre las violaciones de los Derechos económicos, sociales y culturales; El UN Global Compact o Pacto Mundial y el Global.

Para el referido análisis es necesario considerar los aportes que al respecto la ONU ha incorporado al avance de las RSC, en cuyo informe expone lo siguiente: Propiciar el deber del estado de proteger los Derechos Humanos; en segundo lugar, la Responsabilidad de la empresa de respetar los derechos humanos; y, en tercer lugar, el acceso a los mecanismos de reparación. Así mismo, se deben tomar en cuenta, las Normas del 2003 que refiere a responsabilidad de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en el contexto de los Derechos Humanos; los Principios de Maastricht de 2011 sobre obligaciones extraterritoriales de los Estados en el ámbito de los derechos económicos, sociales y culturales; y Los principios Rectores sobre empresa y Derechos Humanos.

De acuerdo a lo referido anteriormente, respecto al caso que la Responsabilidad Social Empresarial no está regulada expresamente en el Perú, es válido recurrir a la International Standard Organization 26000 (ISO 26000), dicha puesta es válida y de forma referencial, sin que ello implique que se trata de una fuente del Derecho en los términos a que se refieren las Normas III y IX del Título Preliminar del Código Tributario. Como conclusión, la ISO 26000 puede darse Soft Law a aplicaciones de buscar una definición global.

En cuanto a las disposiciones del Tribunal Constitucional del país, éste mantiene, al tomar elementos de la normativa y jurisprudencia internacional como elementos de juicio para resolver una controversia bajo su jurisdicción; dichos criterios pueden evidenciarse en la Sentencia mencionada por Zapata (2012), con el N° 00026-2007-PI/TC:

> La remisión a la ISO 26000 se da de acuerdo al probable caso que, en más de una ocasión, el propio En lo que respecta al derecho de huelga debemos considerar que el Perú ha ratificado el Convenio sobre la Libertad Sindical y la Protección del Derecho de Sindicación de 1948 (Convenio OIT N. º 87) y el Convenio sobre el Derecho de Sindicación y de Negociación Colectiva de 1949 (Convenio OIT).

Estas forman parte del derecho nacional según la Constitución en su artículo 55º, y constituyen cláusulas hermenéuticas conforme a los cuales deben ser interpretados los derechos y libertades de acuerdo a la Cuarta Disposición Final y Transitoria de la Constitución.

Como respuesta de la interpretación dada a lo dispuesto en los referidos convenios el Comité de Libertad Sindical del Consejo de Administración de la OIT, la misma que reviste el carácter de Soft Law para el derecho interno (2009: fundamento 20). Considerando fuentes de Derecho peruanas, considera la influencia de las recomendaciones planteadas por un ente institucional respecto de normativa que sí calificaba, como fuente del Derecho.

En la normativa peruana Soft Law se aplica de forma innovadora, con la función principal de ser parámetro de interpretación y/o hasta cierto punto, efecto vinculante para el contribuyente y su organización, es aceptada a nivel internacional; al respecto, (Duran, 2015) lo caracteriza como:

> Todo instrumento con pretensión jurídica, pero sin fuerza vinculante, aunque no carente de efectos jurídicos o al menos de cierta relevancia jurídica. El instrumento puede ser producido por entidades supraestatales o paraestatales, y en ese sentido tiene algún nivel de raigambre internacional (p.81-83).

A nivel internacional, Soft Law en materia tributaria representa las recomendaciones e interpretaciones emitidas por el Comité de Asuntos Fiscales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que analiza y establece lineamientos de naturaleza tributaria establecidos y acordados por los estados miembros de la organización.

Al respecto, Zapata (2012), afirma que las recomendaciones y lineamientos producidos en el seno del Comité en cuanto a los modelos de convenios para evitar la doble imposición y sus respectivos comentarios, hacen una guía para la interpretación de algunos de los convenios para evitar la doble imposición suscritos por el Perú, en referencia al resultado de un previo análisis técnico y jurídico desarrollado por el ente internacional, frente al fenómeno de la doble imposición en transacciones internacionales.

Según lo expresado, se encuentra que la influencia de la normativa no jurídica o Soft Law es importante e inevitable, por lo que las notas interpretativas a los Convenios para Evitar la Doble Imposición suscritos por el Perú, es aprobado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Al leer a Urmida (2010), éste señala que el efecto también se observa en el campo del Derecho Laboral; ya que pueden ser consideradas como "códigos de conducta unilaterales" sin eficacia legal frente a terceros, pero exigibles al trabajador en determinadas circunstancias: considerando la perspectiva de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial, como normas autoimpuestas por el propio contribuyente.

Es menester considerar que esta reglamentación debe establecer beneficios con mayor énfasis en el trabajador que las escritas en la ley, el convenio colectivo o el contrato individual de trabajo, el código de conducta podría considerarse un acto unilateral de facultades y atribuciones del empleador, y como tal, podría ser exigible al trabajador.

Es así como Duran (2015), reseña la importancia de observar que:

> En primer lugar, se debe afirmar la idea de ciudadanía y del ciudadano como intérprete normativo y productor indirecto o directo de la norma jurídica. En adelante, se debe afirmar la noción de deberes en marco similar a los derechos. Finalmente, hay que considerar la noción de que el Derecho corresponde a las necesidades de una sociedad, a través de un Estado. Esto permite superar la situación de periferia respecto al centro de producción normativa mundial. (p.27)

En efecto Duran (2015), indica que la no aplicación del Soft Law como fuente de referencia válida, residiría en el hecho de entender que es arbitrario y antidemocrático, puesto que no ha sido tramitado como norma y no reside en el poder ciudadano, sin embargo, se podría señalar que ello resulta discutible, ya que es una referencia más vigente, porque a juicio del autor se encontraría ante la aparente dicotomía "más vigente, pero menos válida". (p.25)

Todo lo antes expuesto lleva al siguiente paradigma, cuál sería la opción más adecuada, concluyendo que si el Derecho debe estar a favor de la sociedad, y dicha sociedad es siempre dinámica, debe irse transformando para satisfacer sus necesidades, lo que otorga mayor importancia a la fuente de referencia conductual que resulta ser la más vigente, siendo ello tal vez el motivo por el cual los operadores del Derecho, tales como los órganos resolutorios, opten también, las veces que sea necesario, implícita o expresamente por dicha fuente de referencia.

Para concluir, es de relevada importancia mantener las discusiones técnicas en cuanto al carácter de fuente de Derecho del Soft Law, y la consecuente remisión a la ISO 26000 como medida internacional y global a efectos de definir cuándo se encuentra frente a actos y/o comportamientos socialmente responsables, a efectos de encontrar contenido para este concepto.

2.3 Estándares de Mercado

Los estándares de mercado, que vienen dados por la aplicación de las normativas ISO que son las que los establecen, en párrafos anteriores se hizo referencia a la ISO 26000 y a la ISO 14000, que son las imponen los estándares en el caso de responsabilidad social.

> Los estándares del mercado son las exigencias que se dan en base a diferentes aspectos, por esto, son importantes las normas internacionales antes mencionadas, para mantenerse en un mercado cada vez más exigente, que ahora va más allá de la calidad y ahora exige la protección del medio ambiente de donde se desarrolla la producción. El resultado don empresas socialmente responsables comprometidas con todos los actores sociales o grupos de interés.

Las iniciativas de autorregulación de las empresas han cobrado estos últimos años mayor fuerza en nuestro país. Y no es más que la aplicación de códigos de conducta privados donde estas se comprometen a respetar los derechos en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial. Estos códigos de conducta, sumados a la adición de estándares mundiales, normas y acuerdos internacionales, tienen por finalidad la de complementar las normas, las políticas y las leyes aplicables a cada actividad, sin ser sustituto de ellas.

Zapata (2012), señala que la responsabilidad social cuenta con los siguientes protocolos para ser considerados en la autorregulación empresarial:

- El estándar AA (AccountAbility) 1000, creado en noviembre de 1999, por el Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA) con el objetivo de perfeccionar la RSC a través del compromiso y el intercambio de ideas entre los implicados.
- Domini 400 Social Index (DSI 400). Un estándar impuesto para el año 1990 por la KLD una firma de inversión socialmente responsable, que influyo en el comportamiento empresarial para lograr una sociedad justa y sostenible, creando el primer índice bursátil, Domini 400 Social Index, que incorpora lo social al seleccionar las empresas que lo forman. No acepta empresas relacionadas al tabaco, alcohol, juego, armas ni generación de energía nuclear.

- Dow Jones Sustainability Index (DJSI) Es un Índice elaborado por Dow Jones STOXX y SAM, las compañías que lo integran ya están en el Dow Jones STOXX 600 Index y cumplen con los requisitos en materia de sostenibilidad.
- FTSE4Good. Fue creado por FTSE (Financial Times Stocks Exchange), su objetivo es alentar las inversiones socialmente responsables (SRI) y al mismo tiempo generar importantes recursos para el Fondo de la infancia de la ONU (UNICEF).
- ISO 26000, que se crea en junio de 2002 en Trinidad & Tobago, cuando se reunió el Comité de Consumidores de la International Standards Organization (ISO) con el fin de plantear el desarrollo de una ISO sobre Responsabilidad Social Empresarial. Los expertos acordaron la creación de un sistema de gestión, de acuerdo a las normas ISO 9000 (calidad de la gestión) e ISO 14000 (gestión ambiental), o un instrumento alternativo de la ISO para la RSE, incluyendo empresarios, consumidores, empleados y trabajadores, así como comunidades locales. Es así como se ha iniciado un largo proceso hacia la creación de una ISO sobre RSE.
- Global Reporting Iniciative (GRI), Es una iniciativa de la Organización Internacional Independiente, que establece directrices sobre la "aplicación voluntaria" para la elaboración de memorias de sostenibilidad. La importancia de este aporte, es que en dichos informes; se contemplan nuevos indicadores sobre la detección, adquisición y manejo de riesgos de proveedores en términos de impacto ambiental, prácticas laborales, derechos humanos e impacto social; mayor extensión en indicadores de energía y más énfasis en información sobre gestión de sustentabilidad**.** Asimismo, desde el 2015 hasta fecha, a través de estos reportes de sustentabilidad las empresas, anualmente rinden cuentas a la comunidad global, sobre los avances sobre los temas laboral, ambiental, y demás derechos humanos, y el aporte como empresa o el impacto de sus actividades en la sociedad.
- Certificación SA 8000, es un estándar de certificación internacional que fomenta en las empresas el desarrollo, el mantenimiento y la aplicación de prácticas socialmente aceptables en el puesto de trabajo. Por su parte (Fernandez-Maldonado, 2010) indica que las empresas que "basan su legitimidad y su

credibilidad en las normas internacionales en materia de derechos humanos, incluidos los derechos fundamentales en el trabajo" adoptan estos "instrumentos de autorregulación" comprometiéndose a respetar las dimensiones establecidas para estos derechos a nivel internacional, lo cual es el piso mínimo que se propone al hablar de RSE.

- WORLDCOB-CSR:2011.1, Corporate Social Responsability Certificate, es una norma internacional desarrollada por World Confederation of Businesses (WORLDCOB) que establece los requisitos que debe cumplir una organización para que sea reconocida por la WORLDCOB en cuanto a que adhiere a una cultura de valores éticos, mantiene una Política de Responsabilidad Social sostenible, así como un sistema de gestión basado en la misma, y está en un proceso de mejoramiento continuo en las áreas que interesan a la norma.

2.4 El Mercado de la Responsabilidad Social Corporativa.

Existen posiciones doctrinarias que indican que las empresas deben actuar sobre fuerzas del mercado, como entes en que son capaces de transmitir el conjunto de la información relevante para la decisión optimizadora de los agentes, la creación de un mercado de la RSE, claro está, desde una visión organizacional. Sin embargo, hay que considerar el fundamento de explicar que los bienes públicos son sin rivalidad y sin exclusión. El consumidor puede consumir tanto como desee sin disminuir la cantidad disponible para otros. También, el consumo no excluye los beneficios, por lo tanto, el bien público es producido de forma general en un mercado competitivo; los consumidores confiarán en que serán otros los que paguen para que puedan disfrutar así de forma libre de sus beneficios.

Según (Ancos, 2008) las características de los bienes públicos desprenden que el que consume desea ocultar sus preferencias para evitar el pago del bien, al mismo tiempo que la preeminencia o creencia que no existe competencia, implica que no existe correspondencia entre el esfuerzo reclamado y el beneficio privado derivado del consumo; en consecuencia, es difícil fijar un precio en el mercado que financie la provisión.

La RSE como mecanismo de financiación de los bienes públicos, en este contexto, el marco idóneo para la instauración del mercado de la RSE sería el de un mercado de bienes y servicios en competencia, donde una vez desechada la opción de la definición de los derechos de propiedad, los incentivos funcionarían como elementos de coordinación de la actividad económica, siendo necesario reforzar la transparencia del marco regulador y del sistema que refleje con mayor o menor acierto las preferencias de los agentes (Ancos, 2008).

En el mercado de la RSE, hay elementos importantes para que el mercado valore la responsabilidad, estos deben estar lo correctamente desarrollados en el mercado para tener las condiciones más favorables y ofrecer mayores incentivos para que las empresas sean responsables y así confiables. (De la Cuesta, 2004)

Los consumidores declaran que comprarían productos fabricados por empresas que respetan el medio ambiente y dan condiciones laborales justas, por lo general el consumidor compraría un producto responsable frente a uno que no lo es, si el precio es el mismo, que sea de una marca conocida y de confianza y que no genere un cambio en sus hábitos, es decir tiene la misma calidad y que lo puede adquirir en el mismo lugar donde compra habitualmente. (De la Cuesta, 2004)

Conocer en qué condiciones están fabricados la mayoría de los productos que compramos es casi misión imposible porque existe falta de información en este sentido y por tanto los consumidores no podrían, aunque quisieran, castigar al fabricante irresponsable porque por lo general, y obviando casos muy conocidos de grandes multinacionales, no se sabe mucho sobre cómo se produce. Además, no existe un conocimiento público de las estrategias de RSE en el caso de bienes intermedios o de marcas con poca visibilidad. (De la Cuesta, 2004)

Tomando de la lectura de Vizion 360 (2017), la RSE compete a las empresas para incentivar el Desarrollo Sostenible, el cual desea el equilibrio del desarrollo económico, social y ambiental de su entorno, contribuyendo así, a su competitividad y sostenibilidad en el mercado.

Asimismo, la responsabilidad social es afectada en su desarrollo, tal y como se muestra en la Pirámide de RSE (Figura 2) esta perspectiva permite ayudar a las empresas a diseñar las políticas de RSE y de definir el público al cual irá dirigido, ya sea interno o externo.

Figura 2 la pirámide de la Responsabilidad Social. (Vizion 360, 2017)

Explicando la Figura 2, tenemos que, en la base de la pirámide, se encuentra la dimensión interna, que comprende dos aspectos: el cumplimiento del marco legal, que se basa en el cumplimiento de las leyes; y el desarrollo de la persona dentro de la organización, pues los colaboradores son esenciales para el éxito.

La segunda dimensión es la externa, que comprende en primer lugar la proyección a la familia, básico para reforzar la lealtad del trabajador. Luego está la proyección a la comunidad conectada a la base de alianzas con las organizaciones públicas y privadas locales. Por último y en la cima de la pirámide está el diseño y ejecución de políticas de Estado, en la que la empresa entra a tallar en la agenda social del país, para sumar al crecimiento de sus habitantes.

2.5 Incentivos

Es evidente que, si el Estado estimula estas actuaciones para multiplicar el bienestar social, más empresas asumirán la práctica de la Responsabilidad Social Corporativa. Para las empresas socialmente responsables el mayor incentivo es que todos sus actores sientan

la necesidad de integración a un mundo responsable del cuidado del ambiente y del ser vivo que lo integra.

De acuerdo a Visión Global, el camino para incentivar la RSC ha sido difícil, y la perspectiva desde la cual hacer el presente análisis es a partir del punto de vista tributario, mecanismo utilizado sobre todo para la persuasión ante los criterios de la Administración Tributaria, ya que desde un criterio amplio del primer párrafo del artículo 37° del TUO de la Ley de Impuesto a la Renta, aprobado por el Decreto Supremo N°179-2004-EF (LIR, en adelante) ha tenido que construir argumentos que contrasten con supuestos o figuras como actos de liberalidad a favor de terceros, donaciones, entre otros que tengan que ver con gastos para producir renta o para mantener la fuente que en realidad carecen de causalidad.

Se hará referencia a lo establecido en el mismo decreto, el literal d) del artículo 44° de la LIR como gastos prohibidos, el supuesto de aportaciones, y sea considerado por gasto que se deduce por la empresa, esta deducción tiene como máximo de 10% de la renta neta de 3ra categoría, después de aplicar la compensación de pérdidas y debe cumplirse las formalidades para la institución privada receptora de las aportaciones (donaciones) que previamente ha sido calificada como receptora de donaciones.

Asimismo, existe el caso de las inversiones que deben corresponder a objetivos y finalidades de responsabilidad empresarial. Al ser analíticos en este aspecto, hay que señalar que tal acción se enmarca a los parámetros de la liberalidad, que se define de acuerdo a Las disposiciones del Tribunal Fiscal a través de la de la RTF N° 02675-5-2007, esta está basada en la acción de desprendimiento, de un principio moral que se otorga bienes sin obtener alguna recompensa. Es importante, considerar el RTF N° 09478 – 1 - 2013, indica que las actividades de liberalidad son las cantidades conformes y que no tienen implicancia de una contraprestación por la parte receptora.

No obstante, las acciones de liberalidad que efectúa una empresa, deben tener una característica simple, desprovisto de los propósitos necesarios que generen una renta mayor y tener en cuenta la fuente que produce. Por lo que, el valor ético tiene una

característica de desprendimiento verse en hechos palpables en la realidad de la comunidad donde se genera la renta de la empresa para lograr aceptarlo como deducible a efectos del impuesto a la renta.

Al respecto, el Tribunal Fiscal en el RTF N°01918-1-2012, N°18285-1-2011 se pronunció con respecto al principio de causalidad afirmando que:

> Es la relación de necesidad que debe mantenerse entre los gastos que se realicen y la generación de renta, así como el mantenimiento de la fuente productora, principio que en la legislación del impuesto a la renta tiene un carácter amplio ya que es posible aceptar como deducible aquellos gastos que no guardan una relación directa con la generación de mayores rentas. (TF., 2011).

De lo expuesto, se considera el primer párrafo del Art. 37° de la LIR que establece la renta neta de 3ra categoría debe reducirse de la renta bruta todos los gastos necesarios para la producción y su mantenimiento de la fuente, de la misma manera a los vinculados a la generación de ganancias de capital, para que la deducción no se exprese como prohibida por la Ley, por lo que, si son deducibles.

Dicho artículo es claro con la lista de los gastos necesarios y detallados en sus incisos los cuales están condicionados con reglas y límites, más aún el artículo 44° de la LIR. En ese sentido, los criterios restrictivos o literales están fuera del ámbito del mandato del artículo 37° de la LIR, los gastos para ser aceptados como deducibles deben tener una relación con la generación de mayor renta, como el mantenimiento de la fuente productora. Por esta razón esa relación puede ser de manera directa como indirecta, y por ello se analiza con otros principios como son los de razonabilidad y proporcionalidad.

Como se puede apreciar, los gastos por actos de liberalidad, así como el de donaciones no tienen una contextura conceptual con la responsabilidad social, por ello ha sido complicado que la Administración Tributaria los acepte sin observaciones.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) ha observado en muchas oportunidades la deducción de gastos por motivos de responsabilidad social al considerar que las donaciones o actos de liberalidad no reportan ninguna clase de beneficio al giro del negocio de la empresa ni contribuyen a la generación de mayor renta gravada ni a mantener la fuente productora.

La posición de la SUNAT se basa en la aplicación de un criterio restrictivo del artículo 37° de la LIR, es decir, carecen de una necesaria relación directa entre el gasto y la generación de mayores rentas gravadas, por ende, son gastos que no son necesarios para generar ganancias. El razonamiento es tratar de evaluar los gastos realizados en beneficio de las comunidades nativas o campesinas como actos de liberalidad bajo el principio de causalidad.

Las empresas que implementan gestiones de responsabilidad social, sustentan todos los procedimientos contenciosos tributarios, por actos impugnatorios que incluyen; alcanzando a los niveles del Tribunal Fiscal, en esta instancia se confirman acerca de los gastos en responsabilidad social de las empresas tienen una relación en el suministro de una mayor renta gravada.

En Perú, el sector minero que constituyen instituciones con responsabilidades sociales y de las relaciones con grupos étnicos, comunidades campesinas, etc., contratas especialistas que conozcan el trabajo social desde la teoría a la práctica, para lograr la sinergia deseada empresa comunidad, con el beneficio multiplicador puertas adentro de la empresa.

Es fundamental lograr que las comunidades sientan la asistencia que requieren ya que ausencia de las acciones del Estado los hace sentir abandonados, por lo que las empresas mineras tienen que invertir en aspectos básicos de la vida de la población donde influyen

para mejorar sus condiciones de vida, empezando por la salud, y con especial énfasis en la educación. De no lograr esto seguramente existirán problemas (conflictos) sociales, económicos, ambientales y políticos que no permitan el desarrollo de los proyectos de inversión.

En el artículo 59° de la Constitución, el Estado estimula la creación de la riqueza y la libertad de empresa, comercio e industria. Estas se ejercen en una economía social de mercado según lo establece el artículo 58° de la Constitución. Es por esto que se considera que la responsabilidad social de la empresa es plenamente compatible con las disposiciones constitucionales establecidas.

Los proyectos de inversión que se desarrollan para las comunidades, el Tribunal Constitucional las reconoce como gastos por responsabilidad social, siendo desarrollo sostenible de la empresa, ya que se fundamenta relaciones armoniosas para lograr sus objetivos o finalidades empresariales.

Es importante crear incentivos para generar la responsabilidad social, estos además de ser fiscales pueden ser educativos, turísticos y económicos que estimulen la inversión de forma masiva. Los fiscales se encuentran bien establecidos, pero los educativos deben estar dirigidos a becas de estudio sobre el área social y de inserción a la educación formal de los trabajadores de las empresas socialmente responsables. Los incentivos en el área de turismo de contener paquetes turísticos para conocer el Perú y el mundo, para lograr esto se debe crear un ranking por tipo de empresa y acciones sociales que estas realizan con la participación de sus trabajadores quienes serán doblemente incentivados primero por la empresa y luego por el Estado.

El incentivo económico puede estar fundamentado en créditos con periodos muertos de pago, sin intereses o acceder a contrataciones específicas por parte del Estado, esto generara competencia entre empresas socialmente responsables y motivaran a otras a incursionar en el mundo de RSE.

El incentivo debe ser claro y transparente para lograr la asistencia de comunidades que se sienten desasistidas en todos los aspectos, educación, salud, empleo, comercio etc. La comunidad, pueden ser legales, sociales y culturales y tanto formales como informales. Las empresas deben conocer y comprender las normas de la comunidad y ser capaces de trabajar con ellas ya que representan las reglas del juego locales. En la práctica, la base el compromiso con todos los miembros de la comunidad y la divulgación de información acerca del proyecto.

También debería existir el auto incentivo que es la valoración que le deben dar sus trabajadores de los beneficios que la empresa les da a sus trabajadores que va desde hacerles sentir seres valiosos e importantes para la empresa, sin importar el rol que cumplan, empezando por tener una estructura plana.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque Epistemológico de la Investigación

Según (Martinet, 1990) “todo trabajo de investigación reposa sobre una cierta visión del mundo, la reflexión epistemológica es, pues, consubstancial a toda investigación que se desarrolla” (p.20). Los patrones de trabajo investigativo dependen estrictamente de la configuración cognitiva del investigador es decir de su Estilo de Pensamiento (configuración cognitiva estable y diferenciada), y de su sistema de convicciones epistemológicas.

Precisando al respecto, para (Padron, 1992) “el estilo de pensamiento se activa sistemáticamente frente a situaciones de planteamiento y resolución de problemas, y específicamente cuando se aplican a la resolución de problemas en el mundo de la Ciencia se convierten en Enfoques Epistemológicos” (p.90).

La presente investigación es de tipo descriptiva: “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice.” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

También el presente estudio tiene una orientación epistemológica según lo expuesto por Jorge Witker en su obra la Metodología Jurídica., entendiendo la epistemología es la disciplina que estudia cómo se construye el conocimiento y cómo sabemos lo que creemos saber. El uso del análisis epistemológico dirigida a la atención crítica sobre el conocimiento da un nuevo impulso a los investigadores. (Guerra, 2012)

La epistemología se centra en el grado de certeza y la probabilidad de un determinado campo del conocimiento, buscando la validación y la justificación de la afirmación de lo que decimos. Procuran la adquisición de conocimiento e investiga los fundamentos, límites, métodos y validez del mismo.

> "El término epistemología deriva del griego episteme que significa conocimiento, y es una rama de la filosofía que se ocupa de todos los elementos que procuran la adquisición de conocimiento e investiga los fundamentos, límites, métodos y validez del mismo". (Jaramillo, 2003).

En el año 2013, Rivadeneira, señala que se denomina epistemología jurídica al área de la Filosofía del Derecho que se encarga de estudiar y examinar los diferente métodos y procedimientos intelectuales de los que se valen los juristas a la hora de identificar, interpretar, integrar y aplicar la norma jurídica. En ese sentido, indica además que es un área que está vinculada a la reflexión, el análisis y la comprensión de los factores que determinan el origen del Derecho, y que tiene como uno de sus objetivos tratar de definir su objeto.

El mundo del Derecho contemporáneo se encuentra impactado por una serie de factores que han erosionado sus paradigmas tradicionales y milenarios. En efecto es posible mencionar: la des-territorialidad de las fuentes jurídicas y en consecuencia nuevas relaciones jurídicas entre agentes y actores sociales; el fenómeno de la simultaneidad como consecuencia de la globalidad informática y electrónica, además del pensamiento complejo que acompañado de los enfoques constructivistas registran instituciones y figuras jurídicas inéditas para el mundo conceptual derivado del pensamiento lógico tradicional. Estos tres factores han alterado principios y conceptos que por largos siglos han acompañado a la ciencia jurídica. Es por esto que la situación actual del Derecho ha acentuado su vinculación con las ciencias sociales con las cuales ha establecido, especialmente desde la impronta del positivismo científico una relación compleja y difícil. (Witker, 2015)

En tal sentido, esta investigación está fundamentada en el enfoque epistemológico positivista. Se entiende que el positivismo es una doctrina filosófica donde la experiencia prima sobre las ideas y la razón y la comprobación emerge como condición necesaria para determinar la validez de lo conocido y de aquello que está por conocerse. En el positivismo se construye el saber fundamentalmente en la experiencia, en la observación. (Hurtado de Barrera, 2008)

La visión científica positivista determina desde su punto de vista que es posible hacer avanzar el conocimiento desde la realidad teniendo en cuenta el conocimiento previo que de ella existe. (Jaramillo, 2003).

El Positivismo, como doctrina filosófica acepta como válido el saber científico que se puede obtener con la experimentación, a través de la utilización del método científico, estudiando hechos y a partir de ellos, deducir las leyes que los convierten en valederos. Es por esto que el Positivismo es considerado analítico (Jaramillo, 2003).

Para responder al posicionamiento epistemológico se puede escoger entre los tres paradigmas epistemológicos habitualmente identificados como soporte en las ciencias de la organización. Éstos son el paradigma positivista, el paradigma interpretativista y el paradigma constructivista. Estos paradigmas, según Thomas Kuhn, constituyen modelos, esquemas intelectuales o marcos de referencia dentro de los cuales se pueden inscribir los investigadores. (Jaramillo, 2003).

El paradigma positivista se ha presentado como el paradigma dominante dentro de las ciencias de la organización, y el objetivo es explicar la realidad, basándose en la esencia propia del objeto de conocimiento. (Jaramillo, 2003).

3.2 Tipo y Diseño de Investigación

La presente investigación se planteó la hipótesis sobre el rol del derecho en el Perú actualmente se ciñe a una simple imposición de normas, asumiendo un rol diferente para brindarle a la responsabilidad social corporativa un marco jurídico desde un enfoque moderno; asumiendo la regulación estatal, los estándares de mercado como patrón regulatorio, promoviendo prácticas de autorregulación voluntaria de las empresas, y estableciendo incentivos que funcionen de manera más eficiente, con la finalidad de contrastarla y concluyendo a través de generalizaciones a la que se pretende llegar a partir del planteamiento metodológico positivista, sustentada en una lógica deductiva, objetiva y empírica.

Aunque concluir a través de generalizaciones solo es posible de alcanzar a través de una serie de técnicas de recojo y procesamiento de información que implica asumir un enfoque integrativo de análisis de datos que constituyen la materia prima del análisis de contenido. Por tanto, esto implica el uso de una metodología integradora que incluye un planteamiento con elementos tanto cuantitativos como cualitativos.

De acuerdo a lo planteado, la presente investigación tiene un enfoque mixto con una predominancia del enfoque epistemológico positivista que es el que está sosteniendo la estructura de la investigación, aunque si incorpora elementos constructivistas al momento de recoger y procesar datos, cuando observa e interactúa con individuos a través de la entrevista, lo que convierte la tesis en una investigación mixta.

Esta investigación es descriptiva ya que se buscó llegar a conocer las características de la situación, objeto de estudio e indicar aquellas actitudes predominantes a través de la descripción exacta del fenómeno estudiado. También se considera una investigación de tipo explicativa ya que la preocupación del mismo, se centró en establecer los orígenes o las causas de un determinado fenómeno, donde el objetivo fue conocer por que suceden ciertos hechos conforme se fueron delimitando las relaciones causales existentes, tal y como lo mencionan (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

El diseño es de tipo no experimental "Es la que se realiza sin manipular directamente las variables" (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). Esta se divide en dos tipos: la transeccional, que a su vez se divide en descriptivo y correlacional/casual, y la longitudinal que se divide en tendencia o trend, de evolución de grupo o cohorte y de panel, pero solo se describirá el que se utilizó para el desarrollo de esta tesis. El diseño transeccional descriptivo es el que recolecta los datos sobre cada una de las categorías, conceptos, variables, contextos y reportan los datos que obtienen (Calero, 2000).

Por lo antes expuesto, las variables de esta investigación no fueron manipuladas, pero permitió recolectar los datos sobre la política, normativa y principios en torno a la responsabilidad social corporativa en el Perú, al mismo tiempo se reportó los datos obtenidos para su análisis, con sus respectivas conclusiones y recomendaciones de la investigadora.

De acuerdo a (Holsti, 1969) el análisis de contenido debe ser sistemático y objetivo, el análisis debe tener generalidad, debe ser cuantitativo y debe centrarse en el contenido manifiesto de documentos. El origen de las categorías se supone irrelevante para la validez formal del método que incluso tiene y se ha argumentado que el análisis de

contenido podría ser realizado por una computadora apropiadamente programada, usando índice y base de datos sistemas como alternativas a los investigadores humanos. (Scott, 1990)

En relación a esto, la fuente de información son documentos, cuya definición amplia es un texto escrito. El documento "debe estudiarse como productos socialmente situados" (Scott, 1990). Se define como "cualquier material escrito que no sea un registro que no se preparó específicamente en respuesta a algunas solicitudes del investigador" (Linconl & Guba, 1985). (Silverman, 1993) ha proporcionado una clasificación de documentos como i) archivos, ii) registros estadísticos, iii) registros de procedimientos oficiales e iv) imágenes.

La investigación documental en muchos sentidos es más que "registrar hechos". Es un proceso que implica reflexión y deliberación, que debe ubicarse dentro de un marco teórico de referencia para que se entienda su contenido y en todos los casos, los datos deben manejarse científicamente. Como lo hace notar (Scott, 1990) quien ha formulado criterios de control de calidad para manejar estas fuentes documentales. Estos criterios pueden enunciarse de la forma siguiente: autenticidad que se refiere a si la data es genuina y proviene de una fuente irrefutable; credibilidad, que se refiere a si la información es propia de su tipo; representatividad, que se refiere a si los documentos consultados son característicos de la totalidad de los documentos pertinentes y significado, que se refiere a si la evidencia es clara y comprensible.

Según (Scott, 1990) estos "criterios de autenticidad, credibilidad, representatividad y significado no deben considerarse como fases distintas al evaluar la calidad de las fuentes documentales". Ello implica que tampoco deben usarse de manera estricta y formalista, los criterios deberían considerarse interdependientes sin que un criterio pueda excluir a otros.

Así, de la técnica con la que se conocerá la realidad en estudio, el investigador deberá elegir el o los instrumentos adecuados para recabar la información que servirá para conocer la realidad que se va a estudiar.

En tal sentido, de la técnica con la que se conoció la realidad en estudio, el investigador eligió el o los instrumentos adecuados para recabar la información. Asimismo, en este trabajo se procedió a la Operacionalización a través del sistema de investigación, en el cual se plantea el problema, se define el objetivo, se justifica el estudio, se construye el marco teórico y se establece las hipótesis, como lo sugieren (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

3.3. Variable

Al ser una investigación descriptiva con la variable que se observa, se pretende analizar el rol del Derecho que en cada país está determinado por la forma como regula el comportamiento de las personas en sociedad, es por esto que el Estado en el Perú, asume la tarea de establecer un marco normativo para la RSC, en este caso, con el presupuesto de que esta figura la vienen desempeñando algunas empresas que siguen estándares internacionales y vienen aplicando políticas que en nuestro país no se encuentran reguladas, por lo que se debe analizar sus inicios, evolución para de esta manera llegar a establecer la manera de regularla.

3.4 Instrumentos de Investigación

El instrumento de recolección de información que se utilice en la investigación es cualquier recurso que sirva para acercarse a los fenómenos. De este modo este instrumento puede sintetizar la labor previa de la investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto, a las variables o conceptos utilizados. (Sabino, 1992)

En la presente investigación se utilizaron instrumentos bibliográficos, documentales y la entrevista:

Bibliográficos, porque permite, apoyar la investigación, evitar realizar investigaciones que ya se hicieron anteriormente, para no repetirlos, continuar investigaciones que puedan estar incompletas, buscar información sugerente, seleccionar materiales para realizar el marco teórico, entre otras finalidades.

En la presente investigación se procedió a revisar libros, revistas académicas e investigaciones de fuentes primarias, especialmente en temas de responsabilidad social corporativa.

Documentales, este tipo de instrumentos se caracteriza por utilizar todo tipo de documentos para recolectar, selecciona, analizar y finalmente presentar resultados coherentes; utilizando procedimientos lógicos y mentales, así como: síntesis, deducción etc., ya que se realiza un proceso de abstracción científica, que supone una recopilación adecuada de datos que nos permitirán redescubrir hechos, sugerir problemas, etc., para elaborar la hipótesis.

De acuerdo a lo planteado se analizaron archivos en bibliotecas universitarias y empresariales, discursos referentes al tema investigado, tesis, reportes periodísticos, sobre las diversas formas de clasificar la responsabilidad social, las funciones del Estado aplicadas, roles, regulaciones, incentivos propuestos y ejecutados en el Perú y el mundo.

Entrevistas, De acuerdo a lo que señala Galindo:

> Las entrevistas son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana. Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar. (1998, p. 277)

Las preguntas de una entrevista pueden ser estructuradas o semi estructuradas, para la presente investigación se utilizaron éstas últimas para así obtener información cualitativa. Estas entrevistas, se basan en preguntas previamente definidas y el entrevistador en cada una tiene la libertad de agregar preguntas adicionales para precisar algunos conceptos o tal vez obtener mayor información sobre los temas deseados (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). La matriz de las entrevistas realizadas se muestra en los anexos de la investigación (Anexo 2).

Las entrevistas se realizaron a expertos en el tema, ya que sus conocimientos y opiniones fueron valiosos para la discusión, conclusiones y recomendaciones del tema investigado. Debido a que es importante, se realizó un respaldo sobre las opiniones y la investigación de esta tesis.

3.5 Procedimiento de Recolección de Datos

Con relación al presente aspecto, se pasa a describir las acciones y los procesos utilizados para recabar la información.

La investigación comenzó recolectando la mayor información de la extensa bibliografía sobre responsabilidad social corporativa y su desarrollo internacional a través de su historia, así como su actual rol en el mundo y específicamente en Perú. Luego se buscó más datos sobre la relación empresa y Estado, y cómo la crisis social mundial ha afectado esta relación empresa, comunidad y Estado. Además, se estudió el rol de los actores principales en Perú y factores de influencia que impulsan cada día a la existencia de empresas más comprometidas con la responsabilidad social corporativa.

Se recolectó mayor información periodística acerca del desarrollo en el mundo de la responsabilidad social corporativa, como nacen los sistemas de certificación específicos para la responsabilidad social. Esta selección se llevó a cabo en aproximadamente dos meses, consultando tanto en textos, como a través de la consulta electrónica.

De este material debidamente seleccionado, se procedió a la lectura formal del mismo, discriminando los aspectos más relevantes, empleando la técnica cronológica y de depuración por contraste de la información finalmente seleccionada. El análisis arrojó algunas conclusiones. Esta parte del proceso se realizó en aproximadamente dos meses y medio.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y RESULTADOS

4.1 Presentación y Discusión de resultados

En esta sección se presentan los resultados obtenidos, una vez se ha hecho el análisis respectivo a la información recopilada a través de la observación bibliográfica, utilizando el análisis documental literal en el cual se cuantificara y contrastara con las entrevistas a expertos, con el objetivo de comprobar la hipótesis y explicar el Rol Regulatorio del Derecho en torno a la regulación estatal, los estándares de mercado, la autorregulación e incentivos sobre Responsabilidad Social Corporativa en el Perú.

La Derecho en nuestro país, como ya se mencionó anteriormente, ejerce un rol de carácter impositivo que regula en comportamiento de las personas naturales y jurídicas, obligando o prohibiendo una acción, éste es el rol tradicional que sanciona el incumplimiento de dichas normas.

En esta parte de la investigación se realizó un análisis cuantitativo de las normas en torno a la responsabilidad social corporativa que se resume en la siguiente tabla 1:

NORMA	CARÁCTER IMPOSITIVO
Constitución Artículos 1°, 2°, 58°, 59°, 65°	100%
Tribunal Constitucional 0018-2001-AI-TC 964-2002-AA-TC 0008-2003-AI-TC 0048-2004-PI-TC 1535-2006-PA-TC 00004-2010-PI-TC	100%

Leyes	
MINTRA Art. 5°	-
Radio y Televisión Art. 2°	100%
Ley Gral. Del Ambiente Art. 78°	-
Ley Universitaria Art. 125°	100%
Decretos Supremos	
013-2003-MINCETUR	-
006-2003-VIVIENDA	-
207-2004-EF	100%
021-2004-ED	100%
001-2004-RE	-
061-2005-PCM	100%
059-2005-EM	100%
017-2005-JUS	100%
007-2007-TR	-
009-2009-MINAM	-
015-2011-TR	-
033-2015 SMV	100%

Fuente: Elaboración propia.

Por lo que se puede observar en la Tabla 1 de elaboración propia, luego del análisis de la normativa en la cual se menciona la responsabilidad social corporativa o empresarial en el Perú, el 60% de normas son de carácter impositivo y el otro 40% promueve de manera creativa la responsabilidad social en el país; cabe señalar que las primeras son en su mayoría artículos comprendidos en la Constitución Política de 1993, sentencias del Tribunal Constitucional como ente supremo de interpretación y control de la constitucionalidad, dos leyes en las que se establece la responsabilidad social como principio y la otra que obliga un porcentaje de inversión en prácticas de responsabilidad social y finalmente cuatro decretos supremos en los que se menciona el deber de implementar prácticas de responsabilidad social; por otro lado las segundas que

promueven la responsabilidad social de otra manera, respetando la voluntariedad de las empresas y éstas son en su mayoría Decretos Supremos a través de los cuales el Estado fomenta este tipo de prácticas en los diferentes sectores del país, además de dos leyes; una de ellas para el ministerio de trabajo que es el único ente estatal encargado de promover la RSC y la otra para temas medioambientales.

La presente investigación busca a través de los cuatro aspectos (regulación estatal, estándares de mercado, autorregulación e incentivos) determinar el rol del Derecho en nuestro país en torno a la RSC, por lo que, en esta parte de la investigación, se realizó el análisis documental y bibliográfico de cada uno de estos cuatro puntos.

4.1.1 Respecto a Identificar Practicas de Regulación Estatal en torno a la Responsabilidad Social Corporativa

A partir de la revisión bibliográfica se presenta el siguiente análisis documental, a los fines de analizar cuantitativamente los resultados, asociándolos a las preguntas realizadas en el instrumento aplicado.

Descripción Física: Bibliográfica/Documental; Análisis Formal/Externo

Ficha Técnica Nro. 1 (Arroyo, 2012)

Autor (es):	Arroyo Laguna, Juan
Titulo:	Promover al Promotor: El Estado ante la Responsabilidad Social Empresarial
Formato:	Articulo Científico
Lenguaje:	Español
Publicado:	Septiembre 2012
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Aspectos Legales>Perú Responsabilidad Social Empresarial> Legislación>Perú
Acceso en línea:	http://centrum.pucp.edu.pe/pdf/working_paper_series/CERES_WP2012-09-0004.pdf

Resumen

Ante la Responsabilidad Social Empresarial, el autor identifica 4 modelos de política de Estado: *Estado ausente*: Sin políticas integrales o incluso parciales sobre la RSE, fragmentadas o dispersas, existe la RSE. pero no una política de Estado sobre ella. Las razones por las cuales una parte del empresariado integra a

la RSE suele ser diversa, y por lo general es por razones de reputación o imagen ante los consumidores. *Estado mediador*: Debe arbitrar conflictos sociales y/o ambientales relacionados a proyectos de inversión, canaliza la financiación empresarial hacia proyectos sociales comunitarios y apoya la obtención de la licencia social y tiene para las empresas por lo general un carácter pragmático, de prevención o gestión de conflictos. El Perú es un ejemplo de este tipo. *Estado promotor*: Formula políticas y estrategias para su promoción incentivándola con mecanismos de certificación, establecimiento de estándares obligatorios, campañas de sensibilización, premios y reconocimiento público o pautas para el voluntariado empresarial. *Estado socio*: Formas coaliciones con las empresas para afrontar temas de responsabilidad social. Este tipo de relación es una forma clara de alianza estratégica público-privada que lamentablemente se ha entendido en algunos países como política de concesión de servicios públicos (actualmente solo en países nórdicos). Con respecto a la efectividad de las políticas públicas referidas a la RSE el autor señala que recae en las instituciones estatales que se encarguen de promoverla. Si es fragmentada, cada entidad pública ve un aspecto de la RSE. por tanto, concluye que siempre que hay instituciones estatales que tengan una alianza público-privada e instituciones especializadas en cada aspecto de la RSE, la cultura sobre esta práctica seguirá creciendo en Latinoamérica.

Este estudio es importante para esta investigación debido a lo siguiente:

1) Existen números modelos de política de estado frente a la responsabilidad social corporativa.
2) Para la competitividad de las empresas es cada vez más importante un enfoque estratégico sobre RSE.

Caso 1 Prácticas de Regulación Estatal RSE en la Ley de Canon Nº 27506

De lo anterior se puede acotar que actualmente en Perú existen problemas que a través de leyes se busca regular, como por ejemplo la imposición de un canon aprobado mediante la Ley N°27506, cuyo artículo 1° establece que, se trata de una imposición creada con la finalidad de otorgar los beneficios de los ingresos por la extracción de recursos

naturales a favor de gobiernos regionales y locales para su redistribución; esta experiencia ha arrojado en estudios realizados que dicho mecanismo no habría sido exitoso en la medida de que no existen pruebas de una incidencia positiva en la reversión de la pobreza en las regiones beneficiadas, ni la generación de incentivos para la prevención de conflictos sociales en tales zonas.

Caso 2 Prácticas de Regulación Estatal RSE en la Ley de Obras por Impuestos Nº 29230

Una especial mención merece el régimen denominado Obras Por Impuestos regulado por la Ley N°29230, cuyo objetivo mejorar las relaciones con la comunidad, y la imagen de los programas de RSE, ya que permite la alianza entre el sector público y el privado, ejecutando obras de calidad para la comunidad tales como: redes de agua y desagüe, vías y centros de salud, hasta proyectos de mediana y gran envergadura como hospitales, puentes y carreteras. Es decir, se cambia el pago en efectivo por el pago en especie, a través de obras de alto impacto social. Al respecto, la norma precisa lo siguiente:

Artículo 1.- Objetivo. El objetivo de la presente Ley es impulsar la ejecución de proyectos de inversión pública de impacto regional y local, con la participación del sector privado, mediante la suscripción de convenios con los gobiernos regionales y/o locales. En tal sentido, las obligaciones jurídicas señalan que les corresponden a aquellos contribuyentes que realicen actividades extractivas o de explotación económica respecto de determinados recursos naturales de titularidad estatal, mejorando su aplicación a otras actividades económicas que pueden alcanzar un impacto o una envergadura económica similar.

En torno a la ejecución de este programa, de acuerdo con lo informado por la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex Perú), el propio gobierno admite que la eficacia del este programa se encuentra limitada ya que tampoco habría sido exitoso porque es necesario mejorar

las trabas burocráticas e incluir la participación de empresas que puedan calificar para así mejorar la calidad de vida de diferentes zonas donde el Estado no llega.

En la última edición del Consejo Anual de Ejecutivos (CADE), Patricia Benavente, presidenta del Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (Ositran), expresó a los medios que "si bien los inversionistas privados cumplen con los cronogramas de ejecución y cumplimiento de los estándares de servicio, existe un grave problema del Estado en la aplicación de lo programado en los contratos"; debido a que muchos terrenos, en los que se ha destinado llevar a cabo los proyectos de infraestructura, no están saneados.

Ficha Técnica Nro.2 (Venero, 2015)

Autor (es):	Venero Espinoza, Willy H.
Titulo:	**El Rol del Estado para el fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial**
Formato:	Articulo Científico
Lenguaje:	Español
Publicado:	2015
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Rol del Estado>Perú Responsabilidad Social Empresarial> Actividades socio-responsables>Perú
Acceso en línea:	https://blogs.upc.edu.pe/sinergia-e-innovacion/conceptos/el-rol-del-estado-para-el-fortalecimiento-de-la-responsabilidad

Resumen

El rol del Estado para el fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial no debe estar orientado a la realización de actividades directas de este tipo, sino a la creación de un clima propicio para que las empresas privadas desarrollen dichas actividades. La importancia de este rol del Estado radica en que constituye uno de los pilares para la promoción de las actividades socio-responsables. En ese sentido, el sector público, a traves de las entidades que lo componen, puede identificar aquellas acciones que deban ser prioritarias y determinar los incentivos adecuados para el sector privado que hagan que sus

iniciativas se plasmen en proyectos concretos que aprovechen las capacidades existentes en beneficio de la comunidad.

Este estudio es importante para la presente investigación por lo siguiente:

El Estado puede incrementar las acciones de RSE interpretando 4 roles esenciales como son el legislativo, facilitador, asociativo y promocional.

El rol legislativo del sector público está referido a su facultad de emitir leyes, reglamentos y otras normas para regular y controlar aspectos relativos a la inversion y operación de ciertos tipos de actividades comerciales con responsabilidad social.

A continuación casos prácticos que identifican prácticas estatales para regular la RSE a traves de los roles del Estado.

Caso 3 Roles del Estado en el fortalecimiento de la RSE. Decreto Supremo N°009-2009-MINAM

En su rol facilitador el Estado puede incentivar a la empresa privada a participar en la agenda de responsabilidad social que tenga prevista. Por ejemplo, podria afirmarse que el rol facilitador del Estado se ha venido dando a traves del establecimiento de las "Medidas de eco-eficiencia" dictadas por el Ministerio del Ambiente mediante Decreto Supremo N°009-2009-MINAM, dichas medidas aunque solo son obligatorias para el sector público, explicitan los estándares que, en cuanto al cuidado del medio ambiente, el Estado quiere lograr en su propia administración promoviendo que sean imitadas por la empresa privada.

Caso 4 Roles del Estado en el fortalecimiento de la RSE. Alianza estrategica de Perú 2021 con el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y el Programa "Perú Responsable" del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

En el rol asociativo, se convinan los recursos públicos con aquellos de la empresa privada como por ejemplo la Alianza estrategica de Perú 2021 con el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y el Programa "Perú Responsable" del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

El rol promocional del sector público está referido al apoyo político que el Estado puede dar a ciertas prácticas concretas de responsabilidad social a través del reconocimiento público y distinción por parte de alguna entidad pública, a la empresa que realiza la práctica. Un ejemplo de este rol se ha iniciado en el Perú a través del programa "Perú Responsable" del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Ficha Técnica Nro.3 (Moon, 2004)

Autor (es):	Moon, Jeremy
Titulo:	Government as a Driver of Corporate Social Responsibility
Formato:	Articulo Científico
Lenguaje:	Ingles
Publicado:	2004
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Aspectos Legales>UK Responsabilidad Social Empresarial> Legislación>UK
Acceso en línea:	http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.198.8346&rep=rep1&type=pdf

Resumen

El autor señala que en los Estados Desarrollados, la RSE pasa a ser parte de un régimen mixto generalizado o mayoritario o con peso importante. La presion de las empresas de alto desempeño ls obliga a dictar normas de transparencia en la información sobre RSE. cuando se elevan los estandares las empresas son auditadas por organismos reguladores para verificar la RSE de acuerdo con algún sistema específico. Es por ello que debe ser entendida como parte de un sistema de gobierno que incluye a las instituciones del Estado y organizaciones no gubernamentales. Por otro lado en los Estados menos desarrollados esto no sucede, ya que la RSE está en inicio y todavía fragmentada puesto que existe hostilidad hacia los gobiernos que imponen conductas socialmente responsables como en algunos paises latinoamericanos, pero sí el involucramiento empresarial pesa denota otra visión final de país como lo es en paises europeos.

Este estudio es importante para la presente investigación debido a lo siguiente:

1) Para la aplicación de la RSE se requiere una concatenación de esfuerzos multisectoriales.
2) La responsabilidad social debe ser entendida como parte de un sistema nacional que incluye las instituciones públicas y privadas.

Caso 5 Prácticas de Regulación Estatal. RSE en los Programas de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMAs)

Los sectores económicos peruanos mas involucrados con la RSE son el sector minero y energético. Las actividades de este tipo de empresas están obligadas a realizar un manejo adecuado de los recursos naturales y a la vez evitar daños al medio ambiente. En el caso de las empresas mineras, existen limites máximos permisibles dentro de los Programas de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMAs) en los que se describe acciones necesarias para implementarlas dentro de las operaciones mineras y de esta manera se pueda reducir o eliminar los efectos o daños al medio ambiente. Asi mismo, muchas empresas mineras no solo cumplen estos parámetros, además han implementado planes y programas de responsabilidad social internos y externos que se ven reflejados en sus memorias sociales o balance social, los cuales tienen como principal objetivo informas a sus grupos de interés sobre sus actividades y el impacto en su entorno.

Ficha Técnica Nro.4 (Novoa, 2002)

Autor (es):	Novoa, Laura
Titulo:	Ética Empresarial y Responsabilidad Social
Formato:	Discurso
Lenguaje:	Español
Publicado:	2002
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Etica Empresarial>Chile Responsabilidad Social Empresarial> Desarrollo Sustentable>Chile
Acceso en línea:	http://prohumana.cl/minisitios/feria/presenta/lnovoa.pdf

---

Resumen

La creación y manejo de una empresa, debe ser asumida por sus dueños, directores o ejecutivos. Está demás recalcar la importancia de la educación y formación cultural de cada persona, la empresa actuará éticamente cuando los individuos que la crean o manejan (dueños, directores o ejecutivos) lo hacen dentro de sus propios valores y principios de conducta, para lograr este objetivo, se requiere que las personas que participan en la creación o en el proceso de toma de decisiones de una empresa compartan estos valores, solo de este modo una empresa podrá actuar con responsabilidad social, es decir de manera congruente con lo que la sociedad, como un todo, espera de ella tanto desde el punto de vista de sus objetivos o fines como respecto de todos los actores que se relacionan con ella como son sus trabajadores, proveedores de bienes y servicios, clientes, o la comunidad donde desarrollan sus actividades. Por otra parte, también es indispensable que una empresa que desee enfrentar sus negocios con responsabilidad social desarrolle sus actividades en un marco de respeto a los derechos humanos y otros valores fundamentales de la persona humana que se ven negativamente afectados con actividades como el narcotráfico o el lavado de activos, asimismo, que contribuya a la consecución de objetivos de relevancia social como la erradicación de la pobreza, la educación y la creación de empleo.

Caso 6 Prácticas de Regulación Estatal de RSE en la Industria Extractiva y energética

Para el caso de las industrias extractivas y energéticas, se ha podido conocer que los cambios que han experimentado a raíz de la adopción del tema de Responsabilidad Social Corporativa ha sido la forma de replantear sus estrategias de comunicación con las comunidades existentes en sus áreas de influencia e invertir en los propios miembros de estas comunidades para que ellos mismos puedan alcanzar el desarrollo sostenible más allá de la ayuda que le pueda prestar la empresa. Cabe mencionar que las empresas asociadas a la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía, han adoptado y asumido un Código de Conducta de Responsabilidad Social en el cual se declara su responsabilidad ante su entorno externo e interno.

Por lo antes expuesto, la empresa en el Perú es considerada como el motor de desarrollo del pais. El hecho de que las empresas peruanas tengan en cuenta la RSE se puede fundamentar desde dos puntos de vista:

1) El primero, considerar que es importante la adopción de la RSE por el simple compromiso ético que debería tener toda persona buscando que sus acciones impacten de manera positiva en los grupos de interés que la rodean.
2) El segundo, menos filosófico, dado que considera que se debe implementar la RSE porque es rentable. Según Henri Le Bienvenu, gerente general de Perú 2021, cuando se implementa esta forma de gestión, hay una reducción de costos operativos como, por ejemplo, la disminución en los costos de contratación y entrenamiento ya que se disminuye la rotación de personal y también se reducen por otro lado los costos de la empresa por contar con un manejo de desechos, reciclaje, o eficiencia energética.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Se encontró prácticas de regulación Estatal en torno a la RSE, se determina al Perú dentro del modelo de Estado Mediador debido a que las prácticas de RSE se han venido dando como fruto de la presión social hacia las empresas. Se observó los esfuerzos del Estado para la regulación de la RSE, en leyes como ley de Canon y Ley de obras por impuestos, además se establece que el sector empresarial más relacionado con estas prácticas es el sector minero y energético, y por ello los primeros esfuerzos de regulación Estatal se encuentran dirigidos a estas empresas, sin embargo, a juicio del experto FROYLAN MOLLEPAZA FLORES Ex Superintendente de RR Comunitarias – Compañía Minera Antapaccay, el Estado debe empezar por mejorar lo que ya ha sido regulado y no está funcionando como las leyes antes mencionadas, pues estas no llegan donde debería lo cual genera nuevos conflictos sociales. A juicio del investigador, este problema tiene entre sus principales causas en la forma de distribución de los recursos y la ausencia del Estado en las diferentes zonas donde operan las empresas mineras lo que hace que esta población se sienta abandonada.

Es importante garantizar el manejo adecuado de los recursos y evitar daños al medioambiente, también es necesaria la regulación estatal, esto también se demuestra a través de los roles del Estado como facilitador, mediante el implantación de las "medidas de eco-eficiencia" emanadas por el Ministerio del Ambiente a través del Decreto Supremo N°009-2009-MINAM y en la representación asociativa, donde están combinados los recursos públicos con los de la empresa privada, para esto es necesario además tener en cuenta que al hablar de responsabilidad social o empresarial o corporativa como lo señala la experta MIU HUANG LI Vicepresidenta de Responsabilidad Social USIL se haga pensando en que existen diferentes sectores donde el Estado puede actuar y obtener mayores beneficios, por ejemplo, en el caso la ley universitaria que exige la inversión de un 2% en RS para poder obtener licenciamiento, así mismo, ERNESTO GÁLMEZ MÁRQUEZ, Presidente Perú 2021 comenta que la RS no es tarea de un solo actor de la sociedad, ya que más que regular todo pasa por un cambio de actitud que va desde las personas, sociedad civil, empresas y el mismo Estado, por su parte, EDGARD ORTIZ GÁLVEZ Abogado - Ex docente Derecho Corporativo y Finanzas USIL, comenta que, la regulación debe darse cuando el mercado tenga un defecto natural que deba ajustarse o cuando pueda existir prácticas corruptas que lo alteren, no es un rol natural de la empresa ser socialmente responsable.

4.2 Respecto a Determinar Estándares de Mercado que promueven conductas de Responsabilidad Social Corporativa

De la observación y lectura documental efectuada se establecieron los siguientes aspectos:

Ficha Técnica Nro. 5 (SAI, 2014)

Autor (es):	SAI SOCIAL ACCOUNTABILY INTERNATIONAL
Titulo:	Certificación SA 8000
Formato:	Documento Web
Lenguaje:	Inglés

Publicado:	2014
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Estándares de mercado>USA Responsabilidad Social Empresarial> Certificación>USA
Acceso en línea:	http://www.sa-intl.org/

Resumen

La SA8000 es una certificación voluntaria la cual fue creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), con el propósito de promover mejores condiciones laborales. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, los derechos de los trabajadores, etc. Algunas de las más grandes empresas agrícolas exportadoras de banano, piña, tabaco, vino, frutas enlatadas y café procesado, cuentan con la certificación SA8000.

Caso 1 DANPER respecto a determinar Estándares de Mercado que promueven conductas de Responsabilidad Social Corporativa

Es una empresa orientada a desarrollar sus capacidades productivas con excelencia para satisfacer a clientes en todo el mundo quienes aprecian la comprobada calidad de sus productos. De esta experiencia exitosa en la agroindustria, se rescata el desarrollo del Capital Humano, comprometida con el desempeño económico, social y ambiental, ya que para la empresa representa la única fuente sostenible de la productividad y competitividad.

Ficha Técnica Nro. 6 (CRS, 2011)

Autor (es):	WORLDCOB CRS
Titulo:	Certificación Worldcob CRS: 2011.1
Formato:	Documento Web
Lenguaje:	Español
Publicado:	2011
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Estándares de mercado>ESP Responsabilidad Social Empresarial> Certificación>ESP
Acceso en línea:	https://www.worldcob-csr.com/

Resumen

La recién adherida certificación WORLDCOB-CSR: 2011.1, consta de tres capítulos: relaciones laborales, apoyo social y cuidado del medio ambiente, a través de esta certificación, se determinará cuáles son las empresas que se preocupan por lograr un equilibro sostenible entre el desarrollo de sus actividades comerciales y el entorno natural y humano de acuerdo a lo establecido en los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU.

Caso 2 ESCALABS respecto a determinar Estándares de Mercado que promueven conductas de Responsabilidad Social Corporativa

Es un laboratorio clínico privado, con operaciones en las ciudades del Norte de Perú, esta empresa asegura la participación de colaboradores competentes y comprometidos con el medio ambiente y el trabajo seguro, con políticas que protegen a los clientes y contribuyen con el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Esta empresa detecto la necesidad de controlar y estandarización de sus procesos y productos a través de un SGC, en función a procesos, se mejoró la competencia del personal y la orientación de la empresa hacia el cliente. Cabe destacar que esta empresa cuenta además con la Certificación ISO 9001:2008, la Certificación de Salud y Seguridad en el Trabajo OHSAS 18001 y la Certificación de Responsabilidad Social Empresarial WORLD COB 2011.3.

Ficha Técnica Nro.7 (GRI, 1997)

Autor (es):	EMPOWERING SUSTAINABLE DECISIONS
Titulo:	Global Reporting Initiative (GRI)
Formato:	Documento Web
Lenguaje:	Inglés
Publicado:	1997
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Reporte de sostenibilidad>ESP Responsabilidad Social Empresarial> GRI>ESP
Acceso en línea:	https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx

La Iniciativa de Reporte Global o Global Reporting Initiative es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social.

Caso 3 ALICORP respecto a determinar Estándares de Mercado que promueven conductas de Responsabilidad Social Corporativa

Esta empresa, es líder de marcas en el mercado peruano, tanto regional como nacional e internacional, pues llega a cada hogar en Perú, y otros 5 países en Latinoamérica, busca generar valor y bienestar en la sociedad. Ofrece desde detergentes hasta productos perecederos busca generar valor con transparencia para sus grupos de interés; por ello, desde el 2008 reporta su gestión, de manera bianual, con los indicadores de Global Report Initiative (GRI). Ello le ha valido ser la primera empresa de capitales peruanos en recibir la calificación "A" por el GRI.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Al determinar estándares de Mercado que promueven conductas de Responsabilidad Social Corporativa, se observó que la aplicación de la Certificación Internacional SA 8000 fomenta en las empresas el desarrollo, el mantenimiento y la aplicación de prácticas socialmente aceptables en el puesto de trabajo. De manera que esta certificación asegura la producción ética de bienes y servicios, cumpliendo códigos de conducta basados en normas internacionales de derechos humanos, leyes laborales nacionales y en las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), brindando seguridad al consumidor y a los trabajadores que en ella laboran. Asimismo, a través de la Certificación de RSE WORLD COB 2011.3 las empresas estandarizan sus procesos y productos. El reporte de sostenibilidad (GRI) además de que es una gran herramienta para la comunicación de la gestión social de las empresas, le vale además un desarrollo de estrategias para materializar todos los compromisos con todos los que forman parte de la cadena de valor de las empresas, además de promover la elaboración de una memoria o informe de sostenibilidad, que deberá contener la medición,

divulgación y rendición de cuentas de una organización, frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño y con el objetivo de desarrollo sostenible.

De lo anterior, se evidencio que actualmente los consumidores están basando sus decisiones de compra en la RSE esperan más de las empresas, incluyendo un impacto social real y significativo, y eso no basta con vender un buen producto o servicio. Se demostró que los compradores probablemente se cambiarán a marcas que apoyan una buena causa, si el precio y calidad son similares. Se observo que las empresas que no son socialmente responsables corren el riesgo de perder mercados. ERNESTO GÁLMEZ MÁRQUEZ presidente de Perú 2021; señala que estos estándares mejoran el desempeño financiero, la imagen de la marca y reputación, la imagen ante las nuevas generaciones y la imagen ante los inversionistas. se puede entonces decir que se puede utilizar como herramienta de marketing.

Sobre los beneficios que se obtienen a través de la RSC, se determinó que en el Perú la aplicación de Estándares de Mercado de responsabilidad social empresarial representa una nueva estrategia de corto, mediano y largo plazo que aplican las empresas para aumentar su sostenibilidad, porque al lograr que la presencia de una empresa en la sociedad haga que ésta esté mejor, la hace más atractiva, atrae más talento, atrae la simpatía de los medios de comunicación, atrae a consumidores e inversores, que introducen en sus procesos de decisión de compra si es que la empresa es una buena ciudadana corporativa o no. La experta MIU HUANG LI Vicepresidenta de Responsabilidad Social USIL comenta; que entre los beneficios de la RSE está la formación de futuros líderes, emprendedores y excelentes profesionales que tomen decisiones correctas siendo conscientes que cada una de ellas tiene un impacto para la sociedad y que donde vayan sean un agente de cambio.

Es importante resaltar que sectores no tradicionales como el de educación y energía eléctrica, vienen incluyendo nuevas prácticas y criterios socialmente responsables. De esta forma podrán mantener estándares de calidad en sus productos y servicios, además de poyar diversas causas para

participar activamente en la sustentabilidad y hacer un esfuerzo para impulsar estas causas a través del marketing, proporcionando vínculos directos con la comunidad y acciones directas de los consumidores que hablarán positivamente acerca de la empresa, el experto EDGARD ORTIZ GÁLVEZ Abogado - Ex docente Derecho Corporativo y Finanzas USIL señala que los beneficios de RSE parten de lógica win-win (ganar-ganar), gana la gente que se beneficia directamente de la política, la sociedad en general porque se elevan estándares sociales, ambientales, económicos, etc., y gana la empresa por reputación, viabilidad del negocio, paz social, sostenibilidad a largo plazo, etc.

4.3 Respecto a Identificar Practicas de Autorregulación en torno a la Responsabilidad Social Corporativa

Revisión bibliográfica sobre los Estándares de Mercado

De la lectura y revisión documental-bibliográfica efectuada se recogieron los siguientes aspectos:

Ficha Técnica Nro. 8 (Garcia, M, 2012)

Autor (es):	García Rubio, María Paz
Titulo:	Responsabilidad social empresarial y autorregulación Los códigos de conducta y las fuentes del derecho
Formato:	Revista
Lenguaje:	Español
Publicado:	2012
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Autorregulación>ESP Responsabilidad Social Empresarial> Códigos de Conducta>ESP
Acceso en línea:	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3913887/

La progresiva aparición en el ámbito empresarial de modalidades de regulación que no cuentan con el respaldo coactivo del Derecho de procedencia estatal, pone en cuestión los postulados del positivismo sobre el que se asienta el sistema de fuentes. Los códigos de conducta son un buen botón de muestra. Su concepto, fundamento y vinculatoriedad nos sitúan ante lo que algunos consideran un cambio de paradigma normativo.

Con las prácticas de Autorregulación se deja que las empresas fijen sus compromisos voluntarios de actuación y definan su ámbito de Responsabilidad Social Corporativa lo que amerita que se considere la responsabilidad social como un enfoque integral. Hay que reconocer primeramente que varios de los aspectos comprendidos en la concepción de responsabilidad social ya son regulados a través de normas o procedimientos existentes que codifican materias inherentes a través de las leyes laborales o las disposiciones ambientales (códigos o leyes específicas). Si se cuestiona si la responsabilidad social de la empresa debe ser regulada por el Estado o si debe ser autorregulada por la propia entidad, la propia naturaleza social del aspecto analizado, hace suponer por lógica básica, que esta abarca elementos sociales que están más allá de la normativa jurídica. Frente a esta coyuntura lo más apropiado para los empresarios es, que todo aquello que no es sujeto de norma, debe estarlo por el mecanismo de la autorregulación.

Caso 1 Sellos de Responsabilidad Social Corporativa promovidos por la organización sin fines de Lucro Perú 2021.

Existen diferentes sellos que muchas empresas peruanas desean obtener con el objeto de que se reconozca su esfuerzo y preocupación por temas sociales y medioambientales como es el de "Empresa socialmente responsable", denominada ESR, promovida por la organización sin fines de Lucro Perú 2021. Que incluyen: Certificación ABE, otorgada por la Asociación de Buenos Empleadores, promovida por la Cámara de Comercio Americana del Perú, en el ámbito de la responsabilidad social laboral. Certificación en materia de responsabilidad familiar corporativa, promovida por el Club Ifrei. Certificación internacional S. A 8000: responsabilidad social. Certificación internacional ISO 9000: conjunto de normas sobre la gestión de la calidad y la mejora continua en organizaciones con actividades de producción de bienes o servicios. Certificación internacional ISO 14000: conjunto de normas sobre la gestión ambiental. Con esta práctica surgen planteamientos para regular lo que la ley aún

no contempla. Se plantea que el Estado, mediante los mecanismos legales apropiados, asegure que las empresas desarrollen prácticas de responsabilidad social. De hecho, se espera que en lo que se refiere al tema medio ambiental, el Estado imponga normas y leyes. En algunos casos se han dado Códigos de Medio Ambiente o leyes de Responsabilidad Medio Ambiental mediante las cuales el principio de "quien contamina, repara" se convierte en norma jurídica. Del mismo modo, el término Responsabilidad Social es incorporado en normas jurídicas de diferente nivel y alcance.

Ficha Técnica Nro. 9 (Portocarrero , F, et al, 2000)

Autor (es):	Portocarrero, Felipe (y otros)
Titulo:	Empresas, fundaciones y medios: la responsabilidad social en el Perú.
Formato:	Libro
Lenguaje:	Español
Publicado:	2000
Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Autorregulación>PE Responsabilidad Social Empresarial> Códigos de Conducta>PE
Acceso en línea:	http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD258.pdf

Para las grandes empresas, la respuesta principal sigue siendo la filantropía profesional o la "inversión social", que complementa o compensa la falta de políticas sociales del Estado, especialmente en zonas rurales y andinas remotas (…) para algunas empresas la práctica de la RSE significa ofrecer productos y servicios de mejor calidad y precio, y un mejor trato para consumidores y clientes de diversos orígenes. Para otras, la RSE implica entablar relaciones directas con la comunidad, crear ONG o fundaciones públicamente registradas y firmar compromisos de inversión que pueden ser vigilados por los propios usuarios.

Para consolidar los mecanismos de Autorregulación empresarial, se requieren de herramienta o instrumentos que permiten implementar prácticas socialmente responsables, entre las cuales se pueden mencionar: Códigos de ética, códigos de conducta, normas de sistemas de gestión, informes de responsabilidad social, entre otros.

Caso 2 Autorregulación en torno a la Responsabilidad Social Corporativa ESR, en la empresa Cálidda.

Esta empresa es la responsable de distribuir gas natural en Lima, ha figurado, recientemente, entro en el Ranking de Responsabilidad Social y Buen Gobierno Corporativo, elaborado por el monitor empresarial Merco Perú. Estos buenos resultados son producto de un trabajo sostenido a lo largo de los últimos años.

En esta empresa se puede observar el gobierno corporativo que es el conjunto de normas y procesos que regulan el funcionamiento de los órganos de gobierno de una entidad. La actuación de estos órganos debe cumplir con varios lineamientos. El directorio no solo está regido por un estatuto, sino por un reglamento especial que garantiza su buen comportamiento. A esta metodología de trabajo, se suma el hecho que la empresa tiene un código de ética y diversos mecanismos que previenen o alertan sobre posibles conflictos de interés.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Se concluyo que las prácticas de Autorregulación requieren de un cambio paradigmático en la Gerencia de las Organizaciones. Este mecanismo o sistema de autorregulación traslada al interior de las empresas la responsabilidad de incorporar por iniciativa propia las nuevas concepciones gerenciales en sus prácticas, lo que supondría un nuevo paradigma para los empresarios y funcionarios de alta gerencia, para quienes es indispensable y fundamental que adquieran o tengan una visión amplia que les permita percibir la importancia e impacto de su gestión en beneficio no sólo de la empresa, sino de toda la comunidad. Al ser consultado, el experto, EDGARD ORTIZ GÁLVEZ Abogado - Ex docente Derecho Corporativo y Finanzas USIL comento que las prácticas de autorregulación son una forma de entender la relación entre un negocio y sus stakeholders, donde se benefician todos, todo es cuantificable y se incorpora al valor de la empresa, es por esto que cada

empresa debe tener la libre iniciativa de incorporar políticas de RS en su gestión.

Además, se ha podido comprobar el sostenimiento de iniciativas privadas en el país que mantienen propósitos específicos, tales como la obtención de una distinción publicitaria lo que las promociona, como una estrategia que concuerde con labores importantes para el ámbito laboral, medioambiental o familiar, como las antes mencionadas. MIU HUANG LI Vicepresidenta de Responsabilidad Social USIL; señalo sobre esto que, la RS debe ser una forma de gestión en las empresas para que a largo plazo sean sostenibles. Es interesante que cada vez más empresas cuentan con áreas de RS y se van dando cuenta que estas prácticas generan valor. Por su parte, ERNESTO GÁLMEZ MÁRQUEZ presidente de Perú 2021, opino que: hoy en día los líderes corporativos se van dando cuenta que cuando las comunidades florecen también lo hacen sus corporaciones por lo que la RS no se limita sólo a una cuestión de dar, la RS debe comprenderse dentro de la estrategia de la compañía. Y FROYLAN MOLLEPAZA FLORES Ex Superintendente de RR Comunitarias – Compañía Minera Antapaccay concluyo: En el caso de Antapaccay es una estrategia que otras empresas deberían tener en cuenta para garantizar sus operaciones y obtener el permiso social que lleva detenidos varios proyectos en nuestro país.

4.4 Respecto a Determinar Incentivos Estatales que promueven la Responsabilidad Social Corporativa en el Perú

De la observación y lectura documental efectuada se establecieron los siguientes aspectos:

Ficha Técnica Nro. 10 (Iturregui, 2016)

Autor (es):	Iturregui, Patricia (y otros)
Titulo:	Nuevas reglas de juego, nuevos negocios en el Perú
Formato:	Libro
Lenguaje:	Español
Publicado:	2016

Materias:	Responsabilidad Social Empresarial> Incentivos>PE Responsabilidad Social Empresarial> Beneficios Tributarios>PE
Acceso en línea:	http://libelula. com.pe/wp-content/uploads/2016/09/nuevasreglas-de-juego-v5-baja-resoluci%C3%B3n. compressed.pdf

Resumen

Actualmente existe una política de incentivos a la innovación con fondos concursables y beneficios tributarios en diferentes países que estimulan a las empresas a desarrollar programas que contribuyan a la solución de problemas sociales, así como condiciones positivas alineadas a la meta para disminuir por ejemplo la deforestación. Adicionalmente, la tendencia actual es de promover en el capital huma de las empresas la economía verde referida al cuidado del medio ambiente implementando en las instituciones educativas temas medioambientales y de innovación.

Es muy importante que de esta manera se promueva a través de diferentes incentivos prácticas de RS en el país, enfocadas no sólo a temas medioambientales sino tomar en cuenta también los demás grupos de interés alrededor de una empresa para promover de esta manera la cultura de responsabilidad social.

Caso 1 Ley de Impuesto a la Renta, aprobado por el Decreto Supremo N°179-2004 -EF (LIR, en adelante)

Desde el punto de vista tributario, la ley de Impuesto a la Renta no considera los gastos de responsabilidad social para ser deducidos ya que en varias oportunidades el Tribunal Fiscal señala que es necesario el vínculo de causalidad entre los gastos y la producción de renta gravada o el mantenimiento de la fuente productora es por ello que estos gastos de RSE son considerados para la Administración tributaria como actos de liberalidad que benefician a terceros así como lo son las donaciones y otros.

Caso 2 Programa Perú responsable adscrito al Ministerio del Trabajo y Promoción de Empleo

A través de este programa se consigue un enfoque distinto de Incentivar la RSE. Este programa estatal, lo hace a través de capacitaciones, talleres, acompañamiento técnico y asistencia técnica. Iincentivando a las empresas y otras organizaciones, así como a las entidades del Estado, a sumarse en la adopción de una cultura y práctica de Responsabilidad Social, a través del "Registro de Empresas Socialmente Responsables", los Reportes de Sostenibilidad que transparentan la gestión de la organización a través del "Directorio Nacional de Empresas con Reportes de Sostenibilidad", y finalmente otorgando a las empresas con Gestión Socialmente Responsable la Certificación "Perú Responsable".

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El Estado debe propiciar un ambiente de negocios favorable. Es menester enfatizar que el rol del Estado para el fortalecimiento de la Responsabilidad Social Corporativa debe estar orientado a la creación de un clima idóneo para que las empresas privadas desarrollen actividades pertinentes. La importancia de este rol radica en que constituye uno de los cimientos para el desarrollo de las actividades socialmente responsables. En ese sentido, el sector público, a través de las entidades que lo componen, tiene el deber de identificar aquellas acciones que prioricen y determinen los incentivos adecuados para que el sector privado plasme en planes concretos sus iniciativas, en beneficio de la comunidad.

Además, a través del registro de estas empresas, programas estatales como “Perú Responsable” busca realizar alianzas productivas con empresas privadas y el Estado, para incentivar a todas las empresas y la comunidad de emprendedores a sumarse a la adopción y cultura de la Responsabilidad Social Empresarial, premiando a aquellas que cumplan con las normas y estándares de mercado sobre estas prácticas con la certificación “Perú Responsable”.

En la Tabla 2 elaborada por (Arroyo, 2012) se detallan los instrumentos de política del Estado ante la responsabilidad social empresarial. Analizando esta información se observa al Estado como promotor de la RSC: El Estado se relaciona con el mundo de la empresa desde dos perspectivas: como factor económico y como parte del contexto. Es un factor determinante, cuando compra y vende, siendo el de mayor peso en cualquier economía moderna, lo que le otorga un gran potencial para operar como promotor de la RSC a través de sus propios comportamientos como agente económico. Pero, además, crea las reglas de juego y son capaces de ofrecer las garantías pertinentes para el cumplimiento de los contratos, puesto que, a través del marco legal de los países, las políticas y la gestión del Estado se constituyen en el contexto y operan como impulsores (positivos o negativos) de la RSC. También ofrecen la existencia de mecanismos para la selección de proveedores, la aplicación de exoneraciones fiscales como contrapartida a la introducción de prácticas ambientalmente responsables y proyectos empresariales de impacto social y, en general, a través del ambiente de negocios que genera el accionar del Estado.

El rol del Estado ante la Responsabilidad Social Corporativa, puede estar representado como factor para incentivarla o promoverla. En tal sentido, para Nidasio (2004) hay cuatro roles que puede asumir el Estado ante la RSC: En primer lugar, Ordenar los estándares mínimos para el desempeño de las empresas; seguidamente Facilitar el establecimiento de incentivos para que las compañías se involucren en la RSC; luego Asociarse, articular el sector público, el privado y la sociedad civil en iniciativas de RSE; y finalmente Avalar, a través del apoyo del sector público la actividad de responsabilidad social asumida.

Tabla 2 Tipos de instrumentos de política, para a la RSE

Tipo de instrumento	Acción	Efecto sobre el destinatario	Medidas de política sobre la RSE
Regulaciones	Prohibitivas Prescriptivas	Prohíben una acción. Amenaza de sanción por incumplimiento Obligan a una acción	▪ Establecimiento de estándares mínimos ▪ Fomento de la transparencia informativa ▪ Códigos de conducta para empresas ▪ Obligatoriedad de informes o memorias de RSC ▪ Acreditación de prácticas de RSE como indicadores de calidad de gestión ▪ Sanción a las malas prácticas
Medidas de efecto económico	Impuesto, tasa o gravamen Subvención, financiamiento	Disuaden de una acción. Crea una obligación de pago. Encarece el acto. Facilitan una acción. El Estado cubre parte o la totalidad de los costos.	▪ Estímulos económicos para empresas con RSE o que demuestren mejoras sociales o ambientales ▪ Generalización de "sellos sociales" para identificación de productos por los consumidores ▪ Creación de fondos gubernamentales para iniciativas de RSE del sector privado ▪ Asociaciones Público-Privadas ▪ Articulación de la RS a los planes locales o comunitarios ▪ Formulación de índices de sostenibilidad y/o de RSC para cotización de acciones en bolsas ▪ Formulación de programas
Medidas de información y persuasión	Información Juicios valorativos Recomendaciones sobre cómo comportarse	Facilitan o disuaden. Proporciona información de beneficios o perjuicios Facilita o disuade. Califica una situación como positiva o negativa Facilitan o disuaden. Hace una invocación, llamamiento de carácter moral	▪ Sensibilización: campañas nacionales ▪ Establecimiento de pautas voluntarias ▪ Reconocimiento de la RSC: premios a las mejores prácticas ▪ Certificaciones ▪ Socialización de mejores prácticas internacionales ▪ Ejemplo de las empresas públicas mediante su práctica empresarial ▪ Establecimiento de foros o instancias de diálogo

Fuente: Promover al Promotor: El Estado ante la Responsabilidad Social Empresarial (Arroyo, 2012) .

Existen políticas específicas para el estímulo del comportamiento responsable de las empresas. Estas son entre otras cosas, herramientas para la consecución de fines que el Estado considera buenas u oportunas, por lo que estas pueden ser muchas y muy variadas. Sobre este tema, MIU HUANG LI Vicepresidenta de Responsabilidad Social USIL señala que hacen faltan más incentivos tributarios, Licenciamiento o certificaciones como empresas socialmente responsables. EDGARD ORTIZ GÁLVEZ Abogado - Ex docente Derecho Corporativo y Finanzas USIL, comenta sobre esto, que se debe; Mejorar el sistema de obras por impuestos sin darle cargas administrativas. Contribuir a un régimen de premios tipo: "Buen Contribuyente" "Empresa Socialmente Responsable". Transparentar o facilitar sin regular ya que generaría más gasto. Por su parte, ERNESTO GÁLMEZ MÁRQUEZ, presidente de Perú 2021, comenta que: El Estado debe adecuar sus planes para incluir los objetivos de desarrollo sostenible y la empresa hacer su parte. Lo que busca la Organización de las Naciones Unidas con esto es el conocimiento, creatividad y capacidad de innovar de ambas partes. Y, por último, FROYLAN MOLLEPAZA FLORES**,** Ex Superintendente de RR Comunitarias – Compañía Minera Antapaccay; Indica que es necesario para aumentar los incentivos la: Publicidad y difusión de prácticas que ya vienen dando resultados en otras empresas y más incentivos Tributarios

Entre las políticas existen las que conciernen a las ventajas impositivas. A través de ella se puede pensar en otorgar beneficios tributarios para empresas que participen en proyectos de desarrollo social alineados con las políticas de sociales y de desarrollo impulsadas por el Estado. Este tipo de políticas para promover la RSE va mucho más allá del estímulo a las acciones sociales de las empresas, para enmarcarse en un enfoque mucho más amplio y con abordaje estratégico, ya que se podría utilizar esta herramienta para fomentar:

a) La instrumentación de negocios inclusivos en la cadena de valor de las empresas privadas

b) Iniciativas empresariales de apoyo económico a proyectos de desarrollo comunitario
c) Inversiones que reducen el impacto ambiental e inclusive aquellas orientadas a recuperar ambientes ya deteriorados
d) La inserción laboral de personas socialmente vulnerables (en particular los jóvenes de menor nivel socio-económico) y de personas con capacidades diferentes.

Al mismo tiempo, a modo de conclusión global sobre lo antes expuesto, (Zorrilla, 2018) coordinadora ejecutiva de Perú Responsable; señala que: el emprendimiento peruano típico desde el punto de vista de la informalidad, se basa en la necesidad de simple supervivencia antes que, en una vocación emprendedora, lo cual genera un "emprendimiento" poco eficaz en la gran mayoría de casos. En tal sentido, atacar el problema de la informalidad, (ya que desalienta también la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial o hasta la desvirtúa por completo) no es tarea de un solo Ministerio, sino una actividad multisectorial debido a las aristas sociales, financieras, institucionales y de otra índole que fomentan y preservan la economía informal en nuestro país, siendo preciso entender que no basta la sola propuesta de normas sino que las políticas institucionales del Estado –ya no de un solo gobierno- deberán orientarse a implementar los estímulos necesarios, por tanto el principal problema en el Perú en su adecuada difusión y administración.

4.2 Propuestas para la Regulación de la Responsabilidad Social Corporativa en el Perú

4.2.1 Certificación de Empresas Socialmente Responsables

El Estado busca implementar la cultura de la responsabilidad social en las empresas peruanas desde el 2011 a través del Programa Perú Responsable que cuenta con el proceso de certificación de empresas socialmente responsables que cumplan con aplicar políticas de responsabilidad social.

Luego del análisis de los instrumentos de investigación y la legislación comparada, en especial lo regulado en Argentina, en el presente trabajo de investigación se propone:

- Tomar en cuenta que la mayoría de las empresas en el Perú son pequeñas y en un menor porcentaje medianas y grandes empresas en las que ya se reconoce los beneficios que trae ser socialmente responsable, por lo que es importante considerar para la certificación que estas empresas empiecen realizando actividades como: consumo eficiente de energía, agua, papel y diferentes recursos logísticos como maneras de evitar la contaminación, entre otras que tengan que ver con el cuidado de medio ambiente, el respeto de los derechos humanos y las buenas relaciones con los demás grupos de interés, todo esto como parte de un plan de ecoeficiencia que ya viene aplicándose en el sector público.
- El certificado debe tener un periodo de vigencia para así promover el desarrollo continuo de actividades que formen parte de la cultura de la empresa.
- Recomendar la utilización de estándares internacionales.
- Las empresas que deseen obtener el certificado deberán presentar un plan de responsabilidad social empresarial.
- Las empresas en proceso de certificación deberían ser auditadas con el fin de cumplir con los objetivos de reducción de la pobreza, cuidado del medio ambiente y demás beneficios en favor de los grupos de interés a través del programa Perú Responsable del Ministerio de Trabajo.
- Finalmente, se debe crear un directorio de empresas socialmente responsables con enlaces a sus principales acciones y reportes.

Las empresas que obtengan este certificado podrán usarlo como pasaporte a la obtención de beneficios como la preferencia para las contrataciones con el Estado y el acceso a otros beneficios tributarios.

4.2.2 Prevención de Conflictos Sociales

Según el Reporte de Conflictos Sociales N° 179 que publicó la Defensoría del Pueblo en el mes de enero del presente año, en nuestro país existen 180 conflictos sociales de los cuales 133 se encuentran activos y 47 latentes, además este informe señala que un 62.9% de estos conflictos son de tipo socioambiental y un 65.3% de estos tiene que ver con actividades de empresas mineras por lo que siendo la minería una de las actividades más importantes en el país es importante que se busquen soluciones para evitar no sólo pérdidas económicas sino proteger la integridad de las personas involucradas.

Es importante señalar que existen en nuestro país empresas que pasaron por este tipo de conflictos y lograron establecer una convivencia pacífica con la comunidad que los rodea logrando también garantizar sus operaciones y todo esto gracias a la aplicación de políticas de responsabilidad social, un ejemplo de esto es la firma de un convenio donde la empresa voluntariamente destina un porcentaje de sus utilidades a diferentes programas de responsabilidad social en favor de la comunidad y esta a su vez se compromete a permitir que la empresa realice sus actividades y a resolver cualquier conflicto a través del dialogo. El problema surge cuando luego de la firma de este documento, la comunidad desconoce los acuerdos establecidos en dicho convenio solicitando mayores beneficios.

Lo que se propone en esta parte de mi trabajo de investigación es la prevención de conflictos sociales a través de la participación del Estado en la firma de convenios entre las empresas en busca de licencia social y la comunidad ubicada en su ámbito de influencia, a través de sus representantes quienes podrían ser parte del Programa Perú Responsable del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, para que de esta manera se garantice el cumplimiento de las obligaciones asumidas por ambas partes evitando así que ninguna de ellas las desconozca, además de reconocer estos convenios como parte del proceso de reconocimiento y posterior certificación de estas empresas como socialmente responsables.

4.2.3 Bonos de Impacto Social

Tomando en cuenta el DS. 059-2005-EM110 que aprueba el reglamento de Pasivos Ambientales de la Actividad Minera a través del cual el Estado participa otorgando un bono a las empresas mineras comprometidas con la protección del medio ambiente y que actúen remediando los impactos ambientales que pudieron ocasionar durante su actividad; y, los buenos resultados que se obtiene a través de este incentivo en países como el Reino Unido donde se otorgó por primera vez este bono en el año 2010 para enfrentar altas tasas de reincidencia de convictos con sentencias cortas y de esta manera en otros países como Bélgica, Estados unidos y México para enfrentar de manera innovadora los problemas sociales.

Se trata del compromiso que asumen las empresas de invertir dinero para asumir los costos de programas sociales y el Estado se compromete a reembolsar la inversión a través de los bonos, siempre y cuando se compruebe el logro de los resultados.

El proceso para la entrega de los bonos comienza al identificar un objetivo de desarrollo social, luego se seleccionará una empresa que pueda diseñar e implementar un proyecto innovador comprometiéndose a cubrir los costos, y finalmente cumplido el plazo establecido si se alcanzan los objetivos planteados al inicio, el Estado entrega el bono que retorna su inversión.

Es un incentivo para las empresas que se comprometan con proyectos para lograr la reducción de la pobreza, mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y la comunidad de su ámbito de influencia, además permite al Estado asegurar un resultado positivo y básicamente la transferencia de riesgos a otros actores como son las empresas a diferencia de las APPs que se aplican para proyectos de gran escala y a largo plazo.

4.2.4 Publicidad para Empresas Socialmente Responsables

Las empresas invierten mucho en publicidad ya que es una herramienta muy importante para dar a conocer sus productos o servicios, es frecuente que las empresas que incorporan en su política de gestión la responsabilidad social desean comunicarlas y en ese momento utilizan estrategias publicitarias que no son compatibles con los pilares de la responsabilidad social corporativa, lo que genera una contradicción que en vez de mejorar la imagen de las empresas las termina dañando, por lo que es importante que el Estado participe reconociendo este esfuerzo y creatividad de las empresas además de promover esta conducta en otras empresas a través de los diferentes medios por lo que se puede hoy en día comunicar estas acciones y contribuir a generar una buena imagen de la empresa.

Este es un incentivo para las empresas que busquen mejorar su imagen y reputación además de lograr los diferentes beneficios que implica ser socialmente responsable.

4.2.5 Sello de Empresa Socialmente Responsable

Este en un incentivo para reconocer el esfuerzo de las empresas a través de su política de responsabilidad social. El Estado puede no solo entregar la certificación de empresas socialmente responsables sino un sello como se viene entregando en otros países como Bolivia en el que a través de un observatorio se verifica que las empresas realicen actividades de responsabilidad social, implementados en base a estándares internacionales y una vez verificados los resultados se entrega el sello que puede ser usado por ejemplo en los empaques de sus productos para así crear valor para la empresa, mejorar su imagen y reputación, fidelización del consumidor, etc.

En el caso del Perú esta tarea podría estar a cargo del programa Perú Responsable que hasta el momento viene promoviendo la cultura de la responsabilidad social corporativa o empresarial en el país.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En función a los objetivos de mi investigación se puede concluir lo siguiente:

1. Aunque la experiencia en materia de Responsabilidad Social Corporativa es de larga data, en época reciente el Derecho le presta más atención, es importante, por tanto, asumir un rol diferente que va más allá de la imposición de normas, para adoptar por un rol más proactivo que promueva la voluntariedad de estas prácticas.
2. Es necesario e importante revisar y evaluar lo que el Estado paulatinamente (y sin mayor orden) ha venido regulando en diferentes sectores en torno a la Responsabilidad Social Corporativa ya que en temas como la protección medioambiental viene dado resultados positivos.
3. Los estándares de mercado establecen la pauta de lo que debe considerarse como una experiencia adecuada de Responsabilidad Social Corporativa que se sustenta en la normativa internacional y permiten establecer el moderno rol del Derecho en el Perú para regular de manera más eficiente beneficiando a su vez a los diferentes grupos de interés (*stakeholders*) involucrados alrededor de una actividad económica.
4. Las empresas deben autorregularse a efectos de que no actúen impulsadas necesariamente por una exigencia normativa, muchas veces alejada de la realidad, cuando son las propias empresas las que deben comprender la trascendencia social de su actuación en el mercado y su relación con los grupos de interés, a la vez del significativo valor que la Responsabilidad Social Corporativa puede añadir a la organización.
5. El Estado debe promover prácticas de responsabilidad social a través de incentivos, siendo éste el moderno rol del Derecho, y algunos de estos incentivos que generan valor a nivel corporativo pueden ser beneficios tributarios, marketing, promoción de la reputación corporativa, certificación, etc.

5.2 Recomendaciones

Considerando los resultados de mi investigación y la importancia para el Derecho de asumir un rol diferente a efectos de regular de manera más eficiente la responsabilidad social corporativa en el Perú se plantean las siguientes recomendaciones:

1. Analizar de manera más detallada la actual regulación normativa en torno a la responsabilidad social corporativa para evaluar si cumple sus objetivos en la realidad, labor que debe ser llevada a cabo por los legisladores y profesionales del Derecho.
2. Comunicar o difundir prácticas de responsabilidad social que han generado resultados positivos, como por ejemplo el Convenio Marco firmado por la minera Antapaccay y la Municipalidad de Espinar con el objetivo de solucionar otros problemas de licencia social reflejados en conflictos sociales que ponen en riesgo la seguridad e integridad de las personas que se encuentran es estas zonas.
3. Identificar prácticas de Responsabilidad Social Corporativa que contribuyan al desarrollo de las regiones y comunidades donde el Estado no tiene presencia, con la finalidad de crear incentivos para que otras empresas y sus grupos de interés obtengan los mismos beneficios. Es necesario que el Estado promueva esta cultura de Responsabilidad Social Corporativa que viene mejorando la calidad de vida de muchos peruanos.
4. Promover la Responsabilidad Social Corporativa a través de su difusión en diferentes medios para brindarle a las empresas una plataforma de reconocimiento que sirva a su vez para mejorar su imagen y reputación. Las empresas deben comunicar sus actividades de Responsabilidad Social a través de instrumentos como revistas, redes sociales, páginas web, etc.
5. Establecer políticas de Responsabilidad Social Corporativa que beneficien al desarrollo sostenible a largo plazo de los diferentes grupos de interés alrededor de una empresa solucionando problemas aun cuando la empresa deje de operar, esta última recomendación tiene que ver con actividades que la empresa realiza para mejorar sus relaciones con sus grupos de interés y esto a su vez trae beneficios a largo plazo como fomentar el emprendimiento, brindar becas u otro tipo de capacitación a os colaboradores o la comunidad en su ámbito de influencia.

REFERENCIAS

Ancos, H. (2008). El mercado de la responsabilidad Social Empresarial. *Boletin Economico del ICE* , Nº 2929 17-37.

Anguita, C. (2012). El rol del derecho en la responsabilidad social de la empresa. *Ars Boni Et Aequi*, Año 8 Nº 1 215-233.

Anshen, M. (1970). Changing the Social Contract: A Role for Business. *Columbia Journal of World Business* , 5 (6).

Arroyo, J. (2012). *Promover al Promotor: El Estado ante la Responsabilidad Social Empresarial.* Articulo Científico: Disponible en: http://centrum.pucp.edu.pe/pdf/working_paper_series/CERES_WP2012-09-0004.pdf.

Baerlt, A. (2001). Modificaciones al Codigo del medioambien 1990. *Sociedad Peruana de Derecho Ambientaln y otros.*

Cabanillas, E. (2014). Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú. Lima, Peru.

Caillux, J. (2004). *Nuestro rompecabezas Ambiental.* Lima: En Apoyo Peru Economico, Apoyo publicaciones.

Cajiga, J. (2017). *El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial* . Mexico: Cemefi Centro mexicano para la filantropía.

Calero, J. (2000). Investigación cualitativa y cuantitativa. Problemas no resueltos en los debates actuales. *Rev.Cubana Endocrinol*, 11 (3): 192-8.

Campuzano, L. (2010). La responsabilidad social empresarial: ¿verdadero compromiso o simple moda? *Revista Derecho PUCP*, Num. 64 122-129.

Caravedo, B. (2003). ¿Como promover la responsabilidad social empresarial? La experiencia peruana. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, nº 8, 1-16.

Carnegie, A. (1899). *El evangelio de la Riqueza.* Boston: North American Review.

Carroll, A. (1999). Evolution of a definitional construct" of Business and Society. *Corporate social responsibility*, Vol. 38 Nº3.

CEPAL. (2018). Acuerdo Regional sobre el acceso a la información, la participación publica, y al acceso a la justicia en asuntos ambientales en américa latina y el caribe. Escazu, Costa Rica.

Comisión Europea. (2011). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas.

CRS, W. (2011). *Certification Worldcob CRS 2011.I.* Disponible en: https://www.worldcob-csr.com/.

De la Cuesta, M. (2004). El porque de la responsabilidad Social Corporativa. *Boletin Economico ICE,* nº 2813 45-58.

Del Pozo, L. (1997). *Cultura Empresarial y comunicacion interna: Su influencia en la gestion estrategica.* Madrid: Fragua.

Diaz, D., Filomeno, M., & Rizo, C. (2007). Relacion y compromisos con los grupos de interes. Hacia una responsabilidad social empresarial estrategica, Peru 2021. Lima, Peru.

Dominguez, R. (2012). La dimension internacional de la responsabilidad social de la empresa. *Catedra de cooperacion internacional y con iberoamerica,* 14-46.

Duran, L. (2015). La Transformación del Derecho Moderno y su incidencia en la concepción del Derecho Tributario. *Ius et Veritas,* 50.

Fernandez-Maldonado, E. (2010). Los trabajadores, sus organizaciones y la responsabilidad social empresarial en el Perú:retos y posibilidades. *Derecho PUCP,* 64 282-284.

Fontaneda, I., Camino, M., Mariscal, M., & Gonzales, O. (2007). Aproximación al concepto de Responsabilidad Social: Origen, evolución, hitos e implicación para las empresas. *Anales de Mecanica y Electricidad,* 23.

Freeman, R. (1984). *Strategic Management:A stakeholder approach.* Boston: Pitman Publishing Inc.

Galindo, L. (1998). *Sabor a ti: metodología cualitativa en investigación social.* Xalapa: Universidad Veracruzana.

Garcia, M. (2012). Responsabilidad Social Empresarial y Autorregulacion; Los codigos de conducta y las fuentes del derecho. *Dialnet*, Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3913887/.

Garcia, M. (2012). Responsabilidad Social Empresarial y autorregulacion: Los codigos de conducta y las fuentes del derehco. *Boletin del Ministerio de Justicia*, Año 66, Nº 2141, 2012, págs. 2-14.

Garcia, Q. (15 de enero de 2016). *Mans Unides*. Recuperado el 2019 de enero de 18, de https://mansunides.org

GRI. (1997). *ESD - Empowering Sustainable Decisions.* Disponible en: https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx.

Guerra, P. (2 de mayo de 2012). *Definiciones de Epistemologia.* Recuperado el 2019 de enero de 18, de http://epistemologia20.blogspot.com/2012/05/pedro-guerra-epistemologiacomo-un-solo.html

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología dela Investigación.* Mexico: Sexta Edición. Editorial McGraw-Hill Interamericana, S.A. .

Herrera, B. (2010). Responsabilidad Social empresarial y acceso de las empresas a la economia global. *Responsabilidad Social empresarial. Una reflexion desde la gestion social y ambiental* . Loja, Ecuador.

Herrera, J., & Abreu, J. (2008). Como gestionar la responsabilidad social en Pymes Colombianas. *International Journal of good cosncience* , 395-495.

Holsti, O. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities.* Reading, Mass.

Huerta, E. (2010). *Tendencias de la Institucion Empresarial.* Madrid: Institucion Empresarial Fundacion Alternativas.

Hurtado de Barrera, J. (2008). ¿Investigación Holística o comprensión holística de la investigación? *Revista Internacional Magisterio*, Nro31.

Iturregui, P. (2016). *Nuevas reglas de juego, nuevos negocios en el Peru.* Lima: Disponible en: http://libelula. com.pe/wp-content/uploads/2016/09/nuevasreglas-de-juego-v5-baja-resoluci%C3%B3n. compressed.pdf.

Jaramillo, L. (2003). ¿Qué es epistemología? *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 18: 174-178. Obtenido de https://www.moebio.uchile.cl/18/jaramillo.html

Linconl, Y., & Guba, E. (1985). *Naturalistic inquiry.* Beverly Hills: Sage Publications.

Marquina, P. (20 de Noviembre de 2012). La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores peruanos. *Para optar el título de Doctor en Administración Estratégica de Empresas*. Lima, Lima, Peru.

Martinet, A. (1990). Grandes questions épistémologiques et sciences de gestion. *Epistémologies et sciences de gestion*, 20.

Matten, D., & Moon, J. (2008). Implicit and Explicit CSR: A Conceptual Framework for aComparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 33 (2), 404-424.

Moon, J. (2004). *Goverment as a driver of Corporate Social Responsability.* Articulo Científico: Disponible en: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.198.8346&rep=rep1&type=pdf.

Nava, J. (2017). La esencia del conocimiento. El problema de la relación. *Ride Revista Iberoamericana para la Investigacion y el Desarrollo Educativo*, Vol. 8, Num 15.

Navarro, F. (2012). *Responsabilidad social corporativa: Teoría y práctica.* Madrid: ESIC.

Nidasio, C. (2004). Implementing CSR on a Large Scale: The Role of Government. *SSRN*.

Novoa, L. (2002). Ética Empresarial y Responsabilidad Social. Santiago de Chile, Chile: En: Primera Feria de Responsabilidad Social en Chile, Centro Cultural Estación Mapocho. Disponible en: http://prohumana.cl/minisitios/feria/presenta/lnovoa.pdf.

Nuñez, G. (2003). La Responsabilidad Social Corporativa en un marco de Desarrollo Sostenible. *Division de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos CEPAL/Sociedad Alemana de Cooperacion*, (pág. 72 (7)). Santiago de Chile.

Olmo, M. (2015). La responsabilidad social empresarial. Analisis Juridico de su implementacion. *CEI INTERNATIONAL AFFAIRS*.

Organizacion Mundial de la Salud. (2002). Cumbre Mundial sobre el Desarrollo sostenible. *Cumbre Mundial sobre el Desarrollo sostenible.* Johhanesburgo.

Padron, J. (1992). *Aspectos Diferenciales de la Investigación Educativa.* Caracas: USR.

Piers, L. (07 de Mayo de 2018). El aporte a la sociedad de la responsabilidad corporativa. *elcomercio.pe*.

Portocarrero , F, et al. (2000). Empresas, fundaciones y medios: la responsabilidad social en el Perú. *Biblioteca en Responsabilidad Social*, Disponible en: http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD258.pdf.

Rivadeneira, J. (2013). Epistemología Jurídica. *Ecuadoruniversitario.com*.

Rivarola, I. (2013). Historia de la responsabilidad social y el desarrollo sostenible. *Gestiopolis*, 24.

Sabino, C. (1992). *El proceso de Investigacion.* Caracas: Panapo.

SAI. (2014). *Certification SA 8000.* Disponible en: http://www.sa-intl.org/.

Schwalb, M., & Malca, O. (2005). *Responsabilidad Social: fundamentos para la competitividad empresarial y empresarial y el desarrollo sostenible.* Lima: Universidad del Pacifico, 2da Edicion .

Scott, J. (1990). *El género: una categoría útil para el análisis histórico.*

Silverman, D. (1993). *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analysing Talk.* londres: Sage Publications.

Unidas, A. G. (1948). Declaracion Universal de los Derechos Humanos. *Organizacion de las Naciones Unidas.* San Francisco, USA.

Unidas, O. d. (1999). Pacto Global. *Foro Economico Mundial.* New York, USA.

Urmida, O. (2010). Responsabilidad social de la empresa: ¿Ética, marketing o Derecho? *Revista de Derecho PUCP*, 64 84-98.

Valencia, C. (17 de octubre de 2017). Analizarán práctica de responsabilidad social de las empresas en el Perú. *larepublica.pe*.

Venero, W. (2015). Rol del Estado para el fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. *blogs.upc.edu.pe*, Disponible en: https://blogs.upc.edu.pe/sinergia-e-innovacion/conceptos/el-rol-del-estado-para-el-fortalecimiento-de-la-responsabilidad.

Vizion 360. (12 de abril de 2017). *Vizion 360.xyz*. Recuperado el 2019 de enero de 18, de https://vizion360.xyz

Witker, J. (2015). Las Ciencias Sociales y el Derecho. *Boletin de Derecho Mexicano Comparado*.

Zapata, L. (2012). Aproximación a una Legislación Nacional en responsabilidad Social Empresarial para La Emisión de Reportes de Sostenibilidad. Lima, Peru: (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú.

Zorrilla, V. (02 de julio de 2018). El principal reto de la RSE en el Perú es su adecuada difusión y administración. *corresponsables.com*.

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Formulación del problema	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Variable	Unidad de Análisis	Unidad de Observación
Problema General: ¿Cuál es el rol regulatorio del Derecho en torno a la regulación estatal, los estándares de mercado, la autorregulación e incentivos sobre Responsabilidad Social Corporativa en el Perú?	**Objetivo General:** Definir cuál es el rol regulatorio del Derecho en torno a la regulación estatal, los estándares de mercado, la autorregulación e incentivos sobre Responsabilidad Social Corporativa en el Perú	**Hipótesis General:** El rol del Derecho peruano en torno a la Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad se ciñe a la simple imposición de normas, sin registrarse avances significativos en la regulación estatal que tome en cuenta los estándares de mercado, la autorregulación voluntaria de las empresas e incentivos que hagan que esta figura funcione de manera más eficiente.	Rol regulatorio del Derecho en torno a la Responsabilidad Social Corporativa	Normativa y casuística en torno a la RSC	Documental e Individuos
Problemas Específicos: - ¿Cuáles son las prácticas de regulación estatal que en torno a la responsabilidad social corporativa? - ¿Cuáles son los estándares de mercado que promueven conductas de responsabilidad social corporativa? - ¿Cuáles son las prácticas de autorregulación en torno a la responsabilidad social corporativa en el Perú? - ¿Cuáles son los incentivos estatales que promueven la responsabilidad social corporativa?	**Objetivos Específicos:** - Identificar las prácticas de regulación estatal en torno a la responsabilidad social corporativa. - Determinar los estándares de mercado que promueven conductas de responsabilidad social corporativa. - Identificar las prácticas de autorregulación en torno a la responsabilidad social corporativa en el Perú. - Determinar los incentivos estatales que promueven la responsabilidad social corporativa.			**Técnicas de recolección de datos:** Documentos como: Leyes, Proyectos de Ley, Códigos, Decretos Supremos, jurisprudencia, tesis, artículos de investigación, discursos, etc.	**Marco Teórico:** - Responsabilidad Social Corporativa. - Grupos de Interés. - Economía Social de Mercado. - Estándares de Mercado. - Autorregulación empresarial.

ANEXO 2. ENTREVISTAS

ENTREVISTAS	**MIU HUANG LI** Vicepresidenta de Responsabilidad Social USIL	**EDGARD ORTIZ GÁLVEZ** Abogado - Ex docente Derecho Corporativo y Finanzas USIL	**ERNESTO GÁLMEZ MÁRQUEZ** Presidente Perú 2021	**FROILAN MOLLEPAZA FLORES** Ex Superintendente de RR Comunitarias – Compañía Minera Antapaccay
¿Cómo debería regular el Estado la RSC en el Perú?	- A través de sectores, por ejemplo, en este caso la ley universitaria exige la inversión de un 2% en RS para poder obtener licenciamiento.	- La regulación debe darse cuando el mercado tenga un defecto natural que deba ajustarse o cuando pueda existir prácticas corruptas que lo alteren, no es un rol natural de la empresa ser socialmente responsable.	- La RS no es tarea de un solo actor de la sociedad, más que regular todo pasa por un cambio de actitud que va desde las personas, sociedad civil, empresas y el mismo Estado.	- El Estado debe empezar por mejorar lo que ya ha sido regulado y no está funcionando como: la distribución del canon y regalías mineras que no llega donde debería llegar generando nuevos conflictos sociales.
¿Qué beneficios que se obtienen a través de la RSC?	- La formación de futuros líderes, emprendedores y excelentes profesionales que tomen decisiones correctas siendo conscientes que cada una de ellas tiene un impacto para la sociedad y que donde vayan sean un agente de cambio, eso para nosotros es marketing puro.	- Forma parte de una lógica win-win, gana la gente que se beneficia directamente de la política, la sociedad en general porque se elevan estándares sociales, ambientales, económicos, etc., y gana la empresa por reputación, viabilidad del negocio, paz social, sostenibilidad a largo plazo, etc.	- Mejora el desempeño financiero. - Mejora la imagen de la marca y reputación. - Mejora la imagen ante las nuevas generaciones. Mejora la imagen ante los inversionistas. - Herramienta de marketing.	- La sostenibilidad de las operaciones mineras, es decir menguar el problema socio-político con la provincia de Espinar. - Ayuda a conseguir la paz social necesaria para garantizar las operaciones.

¿Qué opina sobre la autorregulación voluntaria de las empresas?	- La RS debe ser una forma de gestión en las empresas para que a largo plazo sean sostenibles. - Es interesante que cada vez más empresas cuentan con áreas de RS y se van dando cuenta que estas prácticas generan valor.	- Es una forma de entender la relación entre un negocio y sus stakeholders, donde se benefician todos, todo es cuantificable y se incorpora al valor de la empresa, es por esto que cada empresa debe tener la libre iniciativa de incorporar políticas de RS en su gestión.	- Hoy en día los líderes corporativos se van dando cuenta que cuando las comunidades florecen también lo hacen sus corporaciones por lo que la RS no se limita sólo a una cuestión de dar. - la RS debe comprenderse dentro de la estrategia de la compañía.	- En el caso de Antapaccay es una estrategia que otras empresas deberían tener en cuenta para garantizar sus operaciones y obtener el permiso social que lleva detenidos varios proyectos en nuestro país. - Un ejemplo de esto es la firma del Convenio Marco firmado hace 15 años y que viene dando buenos resultados.
¿Qué incentivos de parte del Estado promoverían prácticas de RSC?	- Incentivos tributarios. - Licenciamiento o certificación como empresas socialmente responsables.	- Mejorar el sistema de obras por impuestos sin darle cargas administrativas. - Contribuir a un régimen de premios tipo: “Buen Contribuyente” “Empresa Socialmente Responsable”. - Transparentar o facilitar sin regular ya que generaría más gasto.	- El Estado debe adecuar sus planes para incluir los objetivos de desarrollo sostenible y la empresa hacer su parte. Lo que busca la Organización de las Naciones Unidas con esto es el conocimiento, creatividad y capacidad de innovar de ambas partes.	- Publicidad y difusión de prácticas que ya vienen dando resultados en otras empresas. - Incentivos Tributarios.