



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LAS EMPRESAS

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS IMPACT ON COMPANIES

 Diego Alonso Montoya Chavarry^{1a}
 Anagely Smith Chilcon Sosa^{1b}

Fecha de recepción : 10/01/2023
Fecha de aprobación : 12/02/2023
DOI : <https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2463>



Resumen

El presente trabajo de investigación ha planteado el objetivo de analizar la responsabilidad social empresarial: artículos de revisión de la literatura. La metodología fue no experimental, en donde se ha considerado el empleo de la guía de análisis documental para valorar un total de 50 artículos de investigación científica. Los resultados han demostrado que, la responsabilidad social empresarial se puede abarcar como el compromiso que llega a tener una entidad en referencia con acciones sociales, con la finalidad de responsabilizarse de la comunidad, en consecuencia, de la repercusión que puede tener su actividad económica, beneficiando con ello a un mayor índice de aceptación, una mayor sostenibilidad en el tiempo y un mejor posicionamiento e identidad de marca. Además, se ha concluido que, esta llega a ser fundamental para las organizaciones, debido a que existió evidencia en donde las entidades que la practican de manera sostenida llegan a aumentar su valor, no solo desde la percepción por parte de los usuarios, sino desde el conjunto de acciones corporativas que le permiten posicionarse dentro de un mercado.

Palabras clave: Responsabilidad, sociedad, empresas, estrategias, corporación.

Abstract

The objective of the research was to analyze corporate social responsibility: literature review articles. The methodology was non-experimental, where the use of the documentary analysis guide was considered to evaluate a total of 50 scientific research articles. The results have shown that corporate social responsibility can be understood as the commitment of an entity to social actions, with the purpose of taking responsibility for the community and, consequently, for the repercussion that its economic activity may have, thus benefiting a higher acceptance rate, greater sustainability over time and a better positioning and brand identity. In addition, it has been concluded that this becomes fundamental for organizations, since there is evidence that entities that practice it in a sustained manner increase their value, not only from the perception of users, but also from the set of corporate actions that allow them to position themselves within a market.

Keywords: responsibility, society, companies, strategies, corporation.

¹ Universidad Señor de Sipán – Chiclayo, Perú

^a Administración de empresas, <https://orcid.org/0000-0003-2441-1205>, e-mail: mchavarrydiegoa@crece.uss.edu.pe

^b Administración de empresas, <https://orcid.org/0000-0003-4066-7355>, e-mail: csosaanagelysmi@crece.uss.edu.pe

1. Introducción

En referencia con la problemática internacional, se puede señalar que este es un campo del conocimiento que se actualiza de forma continua, en donde la actividad en la planificación de acciones estratégicas de una entidad, llega a ser consecuencia de una visión integral acerca de las mejoras y los beneficios que esta entidad puede tener hacia la comunidad, con la finalidad de que esta pueda ser comprendida como un medio por el cual se optimice la calidad de vida de la población aledaña (Vásquez et al., 2019). Además, cabe señalar que la responsabilidad social empresarial (RSE) ha llegado a adquirir alta relevancia en el último tiempo, debido a un creciente interés que llegan a tener las empresas en cuanto a la sostenibilidad (Gong et al., 2021). Por este motivo, es que se puede manifestar que la responsabilidad social no solo implica compensar con dinero la aceptación social, sino en promover el desarrollo de un ambiente sano y equilibrado (Putri y Naili, 2023).

Además, la realidad nacional ha manifestado la falta de valores morales, actitudes negativas y carencia de normas que llegan a ser implementadas por las empresas en el Perú, en términos de incidencia organizacional y social, en donde la perspectiva ética no llega a ser considerada como importante dentro del ámbito empresarial, en donde la sensibilidad social ha sido dejada de lado por la competencia de mercado y el ingreso económico significativo (Gutiérrez, 2021). Por citar el caso de la Oroya, Medrano et al. (2019), han señalado que a pesar que el 99.00% de los menores llegan a presentar un nivel de plomo en sangre significativo, que ha afectado su calidad de vida y les ha generado hasta la muerte, la responsabilidad que la empresa tiene, únicamente se basa en la retribución económica, sin desarrollar estrategias que puedan tener un trasfondo positivo en cuanto a la importancia, accionar ético o valoración de la vida por parte de las entidades responsables (Medrano et al., 2019).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto que se refiere a la contribución de una organización al bienestar de la sociedad, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad. Esta responsabilidad social comprende la integración de preocupaciones sociales, medioambientales y éticas en los negocios, trabajando para alcanzar objetivos como la reducción de la desigualdad, la mejora de la educación y la conservación de los recursos naturales (Cayllahua, 2022).

De acuerdo con lo expuesto, se ha considerado la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo es la responsabilidad social empresarial: artículos de revisión de la literatura? Mientras que, el objetivo fue el siguiente: Analizar la responsabilidad social empresarial: artículos de revisión de la literatura. Así mismo, los objetivos específicos fueron los siguientes: 1) Evaluar la importancia de la responsabilidad social empresarial, 2) Evaluar el efecto de la responsabilidad social empresarial en las empresas, 3) Evaluar el efecto en la sociedad de las empresas de la responsabilidad social empresarial.

En cuanto a la justificación social, la presente investigación permitió comprender la responsabilidad social empresarial y el efecto que puede tener sobre las ediciones empresariales, no solo en el mercado en donde se desempeña la entidad, sino en la solvencia y la gestión internas, habiendo sido evidencia suficiente como para destacar su importancia y la necesidad de implementarla de manera efectiva, si es que se quiere mantener a una entidad como una organización de alta competencia.

En referencia con la justificación práctica, la variable de análisis permite que la entidad pueda resolver el problema de la identidad y percepción que llega a tener por parte de los usuarios y de los colaboradores propiamente dichos, debido a que evidencia el accionar que tiene la organización con la recuperación del medio ambiente, responsabilidad con sus colaboradores, desarrollo de un entorno social favorable, entre otros aspectos que conllevan a que la identidad por esta pueda verse acrecentada.

2. Material y métodos

El tipo de investigación fue documental, a través de una recopilación bibliográfica de investigaciones más relevantes durante los últimos 5 años, el cual se obtuvo de la base de datos

científicas como Scielo, Scopus, Web of Science. La investigación fue de diseño no experimental, ya que no se realizó ninguna manipulación de variables, solo se analizó la variable de forma descriptiva.

Los materiales utilizados fueron laptop, bibliotecas virtuales, y bases de datos científicas. El método utilizado fue el análisis partiendo desde lo general hasta los resultados y las conclusiones del presente trabajo de investigación.

Asimismo, la muestra tomada fue de 50 artículos científicos, y como instrumento se usó la matriz de consistencia, en el cual se destaca el problema, objetivos, resultados y conclusiones. Estas bibliografías de artículos descriptivos fueron tomadas tanto a nivel internacional, nacional y local, basadas en la variable de Responsabilidad Social Empresarial.

La ética de investigación, se respetó la autoría de las investigaciones utilizadas, citando mediante el estilo APA a todos los autores respectivos.

3. Resultados.

Moreyra y Bobadilla (2022), Tacna, en su estudio consignó como objetivo examinar la influencia de la responsabilidad social empresarial sobre el posicionamiento de la marca SODIMAC. Efectuó una metodología cuantitativa, descriptiva, no experimental, se trabajó con un cuestionario con 384 participantes. Los resultados expusieron que, en cuanto a dimensión ética, el 39% estuvo en desacuerdo con los valores y el 30% con la responsabilidad, en la dimensión económica, el 45% se mostró indeciso respecto a la inversión social y el 38% en desacuerdo con la calidad de vida, mientras que, la RSE mostró un nivel medio de 72%, bajo de 25% y alto de 3%. Se concluye que sí hay influencia entre las variables con una sigma de 0.000 y una correlación de 0.794.

Del mismo modo, Wong et al. (2019), Trujillo, en su investigación formuló como objetivo examinar el impacto de la RSE en la imagen corporativa de una empresa. Su metodología fue descriptiva, cuantitativa, a través del análisis de fuentes documentales se adquirió información. Los resultados expusieron que, en cuanto a la relación entre ambiente; valores, transparencia; proveedores; consumidores; comunidad; gobierno con la RSE, los valores correlacionales fueron; 0.325; 0.422; 0.328; 0.450; 0.451; 0.552 respectivamente. Por ello, se concluye que sí hay impacto positivo entre ambas variables con una correlación de 0.720.

Asimismo, en la Investigación de Rocchetti et al. (2019), definió como objetivo estudiar la influencia de la RSE en los resultados económicos de las empresas industriales. Su metodología trabajó un estudio cuantitativo, no experimental, descriptivo, se trabajó con un cuestionario a 12 participantes para recabar datos. Los resultados revelaron que, referente a las prácticas y políticas de RSE el 58% dijo que sí y el 42% que no; respecto a la importancia de la RSE en las relaciones públicas, el 58% dijo que poco y el 33% que sí; referente a la importancia de la RSE en la rentabilidad y sustentabilidad empresarial, el 58% que sí y el 17% que poco. Por ello, es que se concluyó que sí hay impacto positivo entre las variables, dado que aporta en un 42%.

De igual forma, Valverde et al. (2022), en su estudio definió como objetivo examinar la influencia entre la RSE frente al éxito empresarial. Su metodología efectuó un estudio correlacional, no experimental, descriptiva, 15 empresas conformaron la muestra. Los resultados mostraron que, referente a la participación en proyectos sociales, el 30% siempre y el 50% temporalmente, respecto a si destinan una parte económica para desarrollar RSE, el 40% no, el 20% siempre y el 20% temporalmente, referente a si aplican RSE con los clientes, el 50% regularmente y el 30% siempre. Por ello, el estudio concluye que sí hay influencia positiva entre las variables, son una sigma de 0.004 y una correlación de 0.719.

Igualmente, en su investigación Hidalgo (2019) donde definió como objetivo estudiar la influencia de la RSE sobre la imagen institucional de una entidad. Se desarrolló una investigación básica, correlacional, cuantitativa, no experimental, 381 clientes conformaron la muestra y con un cuestionario se recabó información. Los resultados expusieron que, la RSE se relaciona con la imagen institucional con un $p=0.010$; el balance económico no se relaciona con la imagen institucional con un $p=0.209$; pero el balance social si se relaciona con la imagen institucional con un $p=0.048$. Por ello, se concluye que sí hay influencia entre las variables.

Del mismo modo, Pérez (2020) estableció como objetivo en su estudio examinar la RSE y los grupos económicos en México. Se desarrolló una metodología documental, de campo, descriptiva, a través de estudios documentales se adquirió información. Los resultados reflejaron que, en el 2019 se encontró 41 grupos económicos familiares que adquirieron el distintivo de RSE y con estándares globales, además se encontró asociaciones con políticas de sustentabilidad ambiental. Por ello, se concluye que, la RSE contribuye a que los grupos económicos familiares desarrollen y cumplan con las políticas ambientales y realice gestiones ambientales.

Mientras que, West y Mestanza (2019), formuló como objetivo examinar la influencia de la RSE en la imagen de marca en una empresa. Se efectuó una metodología transversal, cuantitativa, no experimental, 235 usuarios integraron la muestra y con un cuestionario se recabó información. Los resultados mostraron que, referente a responsabilidades filantrópicas, es alto en un 70%; en las responsabilidades legales un valor alto de 80%; en las responsabilidades económicas un valor alto de 80%; en las responsabilidades éticas un 47% de nivel alto. Frente a ello, la investigación concluye que sí hay influencia significativa entre las variables.

Por otro lado, Trigos (2019), en su estudio consignó como objetivo estudiar en las empresas peruanas la clasificación y la RSE. Se desarrolló una metodología cualitativa, no experimental, analítica, a través de fuentes documentales se adquirió información. Los resultados mostraron que, se desarrolló una clasificación eficiente respecto a las diferentes modalidades de empresas, además se halló que son pocas las empresas que vienen cumpliendo con las políticas y normativas de RSE. Frente a ello, la investigación concluye que, en el país a través de las prácticas de RSE por parte de las empresas, éstas podrán contribuir significativamente en la formalización que el país requiere.

De otro modo, Rivadeneira y Echeverri (2021), plantearon como objetivo analizar el alcance de las estrategias de RSE de los micros y pequeñas empresas de Quito. Se desarrolló una metodología descriptiva, analítica, documental, la muestra conformada por 373 empresas. Los resultados reflejaron que, referente a si las empresas cuentan con estrategias de RSE, el 42% desconocen, el 21% no por falta de tiempo y recursos, el 11% un parcial conocimiento y el 10% sí; referente a las prácticas de RSE que realizan, el 85% políticas internas de reciclaje, el 68% políticas internas de separación de residuos sólidos, el 61% economizan energía, respecto a los grupos que participan en las estrategias de RSE, el 86% accionistas, el 82% socios, el 78% colaboradores, el 78% clientes,. Por ello se concluye que, las estrategias de RSE sí ayudan a que las Mype tengan una buena participación en el mercado ecuatoriano.

Mientras que, Rengifo et al. (2022), en su estudio fijó como objetivo analizar la RSE y el desarrollo sostenible desde la ética. La investigación desarrolló un estudio descriptivo, cualitativo, no experimental, fuentes documentales formaron la muestra y se desarrolló un análisis bibliográfico. Los resultados expusieron que, a través de la ética y la RSE por parte de las organizaciones y estado, contribuye a garantizar el bienestar colectivo, garantiza en uso de no contaminantes y energía asequible, ayuda a la creación de una cultura de paz, en las empresas ayuda a fortalecer su imagen empresarial y posicionamiento en el mercado. Por ello se concluye que, la RSE actúa como un principio ético que enfoca las acciones de las empresas a un nivel global.

De otro modo, Fernández (2019), en su investigación definió como objetivo examinar la RSE como respuesta a la corrupción en el contexto empresarial. Se desarrolló una metodología descriptiva, explicativa, analítica, cualitativa, básica, fuentes documentales conformaron la muestra. Los resultados mostraron que, la RSE representa una herramienta que contribuye a generar valor a través de los años, por medio de la obtención de ventajas competitivas para las empresas y entidades, además aporta en su imagen corporativa, las posiciona en el mercado, ayuda a la selección de colaboradores con cultura ambiental. Por ello, el estudio concluye que, la RSE muestra cierta indiferencia en la corrupción, dado que ésta les afecta directamente sobre el desarrollo de prácticas sostenibles empresariales.

Mientras que, Serna et al. (2019) en su investigación fijó como objetivo examinar la RSE en la industria minera en La Guajira. Su estudio efectuó una metodología no experimental, analítica, descriptiva, por medio de fuentes documentales y el análisis bibliográfico se adquirieron datos. Los resultados mostraron que, la industria minera presenta un impacto ambiental, dado que se requiere reforestar el afectando la vida animal y vegetal, por lo que las empresas de este sector deben de desarrollar constantemente prácticas y gestiones de RSE, las cuales ayuden a contrarrestar sus efectos de sus actividades. Por ello se concluye que, la industria minera a través de estrategias de RSE puede otorgar respuesta a sus acciones que realiza.

Así mismo, Wolniak et al. (2021), ha valorado la Responsabilidad Social Empresarial en la industria de calefacción, el objetivo fue analizar las actividades de RSE desarrolladas por las empresas, los motivos y los procesos de implementación. A través de entrevistas en profundidad, se analizaron los compromisos adquiridos libremente por las empresas simpatizantes. Los resultados mostraron que algunas empresas deciden participar en actividades de RSE por razones de responsabilidad, estratégicas y/o éticas. El análisis también reveló que las actividades de RSE están estrictamente relacionadas con el sector de actividad, la orientación de la empresa y el entorno nacional. Por lo tanto, se concluye que hay una ausencia de un marco estructurado para establecer y medir los compromisos de RSE de las empresas en la industria de calefacción.

Además, Li et al. (2020), buscó establecer una relación entre la percepción de los empleados respecto a la responsabilidad social corporativa y comportamientos innovadores sostenibles. La metodología empleada consistió en la realización de una exhaustiva encuesta a 758 empleados. Los resultados demostraron que la percepción de los empleados respecto a la responsabilidad social corporativa influye positivamente en el comportamiento innovador sostenible. Por lo tanto, se concluye que las empresas deben invertir en formación y programas de sensibilización sobre responsabilidad social corporativa para motivar a los empleados a innovar más de forma sostenible.

Mientras que, Huy et al. (2020), buscaron determinar si la responsabilidad social empresarial estratégica contribuye al mejor rendimiento organizacional a través de la integración con una puntuación del sector público. Utilizando un enfoque empírico para recopilar datos de un país en desarrollo, los resultados demuestran que si hay una correlación significativa entre el desempeño organizacional y la responsabilidad social. Es decir, hay evidencia para sugerir que el cumplimiento con pautas éticas lleva a mejoras a corto y largo plazo en el rendimiento organizacional. En función de la evidencia, se llega a la conclusión de que la incorporación de acciones de responsabilidad social empresarial estratégica en la puntuación de un sector público contribuye a mejorar los resultados de la organización.

Así mismo, Cezarino et al. (2020), estudiaron los desafíos que enfrentan las empresas al integrar la Responsabilidad Social Corporativa (RSE) en sus estrategias de desarrollo. Además, explora oportunidades para la mejora del desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa. Se utilizó una combinación de análisis cualitativo e instrumental para probar la teoría. Se incluyeron entrevistas a directivos de empresas, encuestas a empleados y participantes, y análisis de datos estadísticos. Los resultados confirmaron que la estrategia de RSE puede contribuir a fortalecer la sostenibilidad. Se concluyó que la RSC es una excelente oportunidad para mejorar las relaciones con los clientes y potenciar los resultados económicos de las empresas.

De forma complementaria, se puede exponer lo señalado por Ruan et al. (2022), en donde plantearon establecer si existe una correlación entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño de la innovación verde. Utilizando un enfoque de medición de capacidad compartida como variable mediadora y la flexibilidad de los recursos como variable moderadora, se recopilaron datos a través de cuestionarios de 255 pares gerente-subordinado entre empresas chinas. El análisis estadístico mostró que el enfoque de medición de la capacidad compartida medía el vínculo entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño de innovación verde, y también que la flexibilidad del recurso moderaba esta relación. Finalmente, los resultados apoyaron la conclusión hipotetizada de que el enfoque de medición de la capacidad compartida proporcionaba una vía para comprender la relación entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño de la innovación verde, al tiempo que la flexibilidad de recursos moderaba esta plataforma.

Cabe reconocer que, Han et al. (2020), realizaron un análisis de la responsabilidad social corporativa de las empresas chinas 'zombie' y se enfocaron en la consistencia de sus prácticas en materia de RSE. Para ello, el autor combinó una metodología cuali-cuantitativa que implicó el propio análisis de los indicadores financieros y la inclusión de entrevistas con expertos del ámbito. Los resultados indican que tales empresas por lo general son inconsistentes en sus acciones de RSE, mientras que se profundiza aún más en la comprensión de los comportamientos diferenciados entre ellas. La conclusión es que muy a menudo las actividades de RSE de las empresas chinas 'zombie' generan un distanciamiento entre sus actividades específicas de RSE y la realidad de sus prácticas financieras.

Mientras que, Quirk (2020), cómo un curso de responsabilidad social empresarial afecta la actitud de los estudiantes de negocios. Para esto, se dividió a estudiantes de negocios en un programa de cursos regulares y un programa de cursos acreditados en la responsabilidad social, para examinar los cambios en la actitud de los estudiantes antes y después de tomar el curso. Los resultados mostraron que los

estudiantes que participaron en el curso modificado tenían un mayor compromiso con la responsabilidad social. Por lo tanto, el curso pareció tener éxito en promover un grado mayor de entendimiento y compromiso con la responsabilidad social de parte de los estudiantes de negocios. Como conclusión, esta investigación sugiere que los programas de educación en responsabilidad social empresarial pueden apoyar los esfuerzos de los estudiantes para desarrollar compromisos responsables con la sociedad.

Además, Jindra et al. (2019), evaluaron la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el contexto de las cadenas de valor globales, tomando en cuenta el caso de la empresa Fairphone en China. El objetivo era observar cómo el desarrollo de la empresa impacta en la RSE de los trabajadores y cómo afecta a toda la cadena de valor. La metodología fue una revisión de la literatura sobre el tema de la RSE en China y de los programas de la empresa Fairphone que se relacionan con la RSE. Los resultados indican que la empresa es consciente de que los aspectos sociales y ambientales tienen que ser tomados en cuenta y sostenidos en sus adquisiciones. Estos programas también han permitido a los trabajadores obtener mejores condiciones de trabajo en la cadena de abastecimiento, energía verde y uso de tecnología avanzada para mejorar la gestión del negocio. La conclusión es que la RSE es un tema que el mundo empresarial debe abordar y que Fairphone ha mostrado que se pueden alcanzar un alto grado de compromiso y compromiso con la RSE en la cadena de abastecimiento global.

4. Discusión

En referencia con la importancia de la responsabilidad social empresarial en las empresas, se puede señalar que Lu et al. (2021), han revelado que la responsabilidad social corporativa juega un papel moderador en la relación entre la gobernanza corporativa interna y la rentabilidad empresarial en Pakistán. Los investigadores encontraron evidencia para sustentar su hipótesis de que una mejor gobernanza corporativa interna se asociaba con una mayor rentabilidad empresarial, sin embargo, esta asociación fue moderada por la responsabilidad social corporativa. De esta forma, se observó que, cuando las empresas invirtieron en responsabilidad social corporativa, la asociación entre la gobernanza corporativa interna y la rentabilidad disminuía. Estos resultados sugieren que, a pesar de que la responsabilidad social corporativa no es una variable directamente relacionada con la rentabilidad, influye en la asociación entre la gobernanza interna y la rentabilidad de una empresa.

En coherencia con lo señalado, Mela y Putra (2020), han manifestado que la responsabilidad social corporativa es una importante variable de moderación en el entorno de la sociedad. Los resultados demostraron que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de una empresa puede tener un impacto profundo en el valor de la empresa. Esto se debe a la influencia de factores como el clima, el entorno regulatorio, la naturaleza de los recursos ambientales y el tipo de liderazgo que existe en una organización. Los datos recolectados mostraron que una elevada responsabilidad social corporativa estaba asociada con un alto valor de la empresa. La investigación también reveló que los niveles de RSC afectan la prosperidad colectiva y el desarrollo.

Además, Sánchez et al. (2021), han manifestado que la responsabilidad social empresarial (RSE) es un concepto relativamente moderno, que gana cada vez más terreno entre los responsables de la toma de decisiones empresariales. Si bien las instituciones académicas se han destacado como promotores de los principios básicos de RSE, se ha demostrado en recientes investigaciones que los factores principales que influyen en la divulgación de información sobre responsabilidad social empresarial en los sitios web de universidades son la edad, el tamaño de la universidad, la región y la disponibilidad de recursos. Los resultados de la investigación señalan que los factores de edad y tamaño son los más relevantes, seguidos por recursos disponibles y localización geográfica.

De igual modo, Pawlowska et al. (2021), han puesto en evidencia que la mayoría de las compañías evaluadas están adoptando un enfoque de sostenibilidad y están invirtiendo tiempo y recursos en la implementación de planes corporativos de responsabilidad social.

De acuerdo con el efecto de la responsabilidad social empresarial en las empresas, Han et al. (2020), han señalado que en el contexto de la crisis médica mundial generada por el Covid-19 y su impacto en los negocios turísticos internacionales. Estudió el comportamiento de los viajeros y la

actitud, conocimiento, ansiedad psicológica y responsabilidad atribuida para los mismos. El impacto de la responsabilidad social empresarial es clave para el éxito de los negocios turísticos, ya que les permite adaptarse a las necesidades únicas de los viajeros afectados por el covid-19. Los negocios turísticos se han visto obligados a replantear sus estrategias para fomentar las mejores prácticas de responsabilidad social, tales como el compromiso con el medio ambiente, el respeto a los derechos humanos y la protección de la seguridad de los viajeros.

Además, Thompson y Buertey (2023), han puesto en manifiesto la relevancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la dirección de empresas. Esta investigación relaciona los resultados de la aplicación de machine learning con los factores de la RSE que afectan a la supervivencia financiera de las empresas. Los resultados muestran que las empresas que toman medidas concretas para mejorar la RSE en sus procesos, para reducir la huella de carbono y para productos y servicios sostenibles, experimentan resultados financieros positivos en el ámbito económico. Esto sugiere que el estudio es útil para comprender el efecto de la RSE en el desempeño financiero de las empresas. El estudio también señala que cuando las empresas se comprometen con la RSE, mejoran sus resultados financieros, lo que a su vez refuerza el hecho de que la RSE es importante para el éxito de una empresa.

Mientras que, Kuzior et al. (2021), han señalado que es bien conocido el efecto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las empresas. Estudios como el antes mencionado muestran un enfoque más certero y estratégico, hacia la adopción de prácticas de Responsabilidad Social. El estudio permite identificar, evaluar y abordar los desafíos futuros, al tiempo que ofrece a las empresas el conocimiento y el marco necesario para adoptar y mejorar sus prácticas de Responsabilidad Social. Al adoptar prácticas de Responsabilidad Social, las compañías están en la mejor posición para satisfacer las necesidades y expectativas de sus distintos grupos de interés.

Así mismo, de acuerdo con el efecto en la sociedad de las empresas de la responsabilidad social empresarial, Wang y Liao (2021) han manifestado que la RSE es una tendencia creciente entre las empresas modernas, con el objetivo de fomentar la inclusión social, persuadir a los consumidores para ser más amigables con el medio ambiente y mejorar la imagen de la empresa a través de su contribución a la sociedad, El artículo señala que RSE también es útil para mejorar la calidad de vida de los empleados, así como para disminuir los niveles de incumplimiento interno.

Así mismo, Ramdhan et al. (2022) han planteado que, la RSE está estrechamente relacionada con la satisfacción laboral de los empleados, la motivación y el rendimiento laboral. El autor sostiene que, si las empresas pretenden aumentar su rendimiento y beneficiar a su entorno, necesitan aplicar prácticas de responsabilidad social. Si una compañía está alineada con los objetivos de la RSE, esto mejorará la satisfacción de los empleados, su motivación y su rendimiento. El estudio argumenta además que una compañía responsable de sus acciones contribuirá a mejorar su imagen corporativa, la cual generará más ventajas competitivas. Además, una compañía responsable ayudará a mejorar la calidad de vida de la comunidad y contribuirá a promover el desarrollo sostenible. De igual modo, Islam et al. (2021), han demostrado que la RSE se relaciona con una mejor reputación corporativa, satisfacción del cliente y confianza. Estas características se relacionan entre sí y establecen una estrecha relación con la lealtad del cliente. Por este motivo, las empresas deberían tener en cuenta los resultados del estudio a la hora de crear, implementar y gestionar estrategias de RSE.

La responsabilidad social empresarial es una forma de contribuir al bienestar de la comunidad y mejorar las expectativas de la sociedad hacia la compañía. La responsabilidad social es un factor clave en el marketing mix de una empresa porque refuerza la imagen de la marca y permite a los consumidores establecer una conexión emocional con ella. Los consumidores que creen en los valores de los que habla la responsabilidad social, tienden a establecer un mayor nivel de lealtad con la marca. A su vez, esta lealtad se traduce en un mayor respaldo a las actividades comerciales de la empresa. Esta relación con el consumidor puede servir como un impulso al marketing mix de la compañía al crear una red de seguidores leales y un aumento en el volumen de ventas.

5. Conclusiones:

Se ha podido concluir que la RSE, llega a ser considerada como el compromiso que llega a tener la entidad en cuanto a las acciones sociales, con la finalidad de responsabilizarse de la comunidad, en consecuencia, de la repercusión que puede tener su actividad económica, beneficiando con ello a un mayor índice de aceptación, una mayor sostenibilidad en el tiempo y un mejor posicionamiento e identidad de marca.

Se ha concluido que, la RSE llega a ser importante para las organizaciones, debido a que esta permite que se pueda mantener una mejor gobernanza corporativa interna y ofrece garantías de rentabilidad empresarial, en donde existe evidencia que las entidades que la practican de manera sostenida, llegan a aumentar su valor, no solo desde la percepción por parte de los usuarios, sino desde el conjunto de acciones corporativas que le permiten posicionarse dentro de un mercado.

Además, se ha concluido que, el efecto que la responsabilidad social empresarial tiene en las empresas corresponde a permitir que los negocios se adapten hacia las necesidades de los usuarios, buscando que se puedan establecer estrategias de mayoritario compromiso no solo con sus colaboradores, sino con la sociedad, lo cual les beneficia en poder mantener una supervivencia financiera que les brinde un sostén económico y un adecuado desempeño financiero.

De igual modo, se ha concluido que la RSE llega a tener un efecto positivo en la sociedad, principalmente en aumentar el compromiso que las entidades tienen para promover la mejora de la calidad de vida de la sociedad en donde se desarrolla la actividad económica; así como, el beneficiar dicho entorno, ofreciendo ventajas competitivas en referencia con la aceptación que se recibe por parte de los usuarios; además, siendo complementado con el posicionamiento de marca.

6. Referencias

- Bila, O.; Gontareva, O.; Babenko, V.; Kovalenko, O. y Glibova, N. (2020) Organizational and methodological guidelines for training education managers to implement the strategy of corporate social responsibility. *International Journal of Circuits, Systems and Signal Processing*, 14, (1), 679 - 685. DOI: 10.46300/9106.2020.14.87
- Castaño, A. y Arias, S. (2020). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: una revisión sistemática. *Revista de la Universidad y Empresas*, 23 (40), 1 – 25. <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v23n40/2145-4558-unem-23-40-122.pdf>
- Certanec, A. (2019) The Connection between Corporate Social Responsibility and Corporate Respect for Human Rights. *Danube*, 10, (2), 103 - 127. DOI: 10.2478/danb-2019-0006
- Cezarino, L.; Liboni, L.; Hunter, T.; Pacheco, L. y Martins, F. (2022) Corporate social responsibility in emerging markets: Opportunities and challenges for sustainability integration. *Journal of Cleaner Production*, 362, (15), 1 - 12. DOI: 10.1016/j.jclepro.2022.132224
- Fernández, J. (2019). La responsabilidad social corporativa como respuesta a la corrupción en el entorno empresarial. *Revista SSIAS*, 12 (1), 1 – 7. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/SSIAS/article/view/1140/972>
- Fernández, J. (2019). La responsabilidad social corporativa como respuesta a la corrupción en el entorno empresarial. *Revista SSIAS*, 12(1), 1-7. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/SSIAS/article/view/1140/972>
- Galimullina, N.; Korshunova, O. y Geokistova, I. (2019) Corporate social responsibility as a factor of increasing the investment attraction of agrarian-industrial business. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 315, (2), 1 - 12. DOI: 10.1088/1755-1315/315/2/022086
- Gong, Z.; Guo, K. y He, X. (2021) Corporate Social Responsibility Based on Radial Basis Function Neural Network Evaluation Model of Low-Carbon Circular Economy Coupled Development. *Complexity*, 2021, (1), 1 - 12. DOI: 10.1155/2021/5592569
- Guo, Y.; Zou, H. y Liu, Z. (2022) Analysis of Heteronomy Strategies for Platform Corporate Social Responsibility Under Government Intervention. *IEEE Access*, 10, (1), 101292 - 101304. DOI: 10.1109/ACCESS.2022.3202163

- Gutiérrez, M. (2021). Responsabilidad Social Empresarial Interna: entre el imaginario social y lo real. *Revista científica digital de psicología*, 11 (2); 1 – 9. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/psiquemag/article/view/2107/1819>
- Han, H.; Lee, S.; Kim, J. y Ryu, H. (2020) Coronavirus disease (Covid-19), traveler behaviors, and international tourism businesses: Impact of the corporate social responsibility (csr), knowledge, psychological distress, attitude, and ascribed responsibility. *Sustainability (Switzerland)*, 12, (20), 1 - 18. DOI: 10.3390/su12208639
- Han, S.; Li, G.; Lubrano, M. y Xun, Z. (2020) Lie of the weak: Inconsistent corporate social responsibility activities of Chinese zombie firms. *Journal of Cleaner Production*, 253, (1), 31 - 38. DOI: 10.1016/j.jclepro.2019.119858
- Hidalgo, O. (2019). Influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen institucional de las entidades financieras de Tacna, año 2017. *Veritas Et Scientia*, 7(2), 896 - 904. <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/vestsc/article/view/66>
- Huy, P. y Phuc, V. (2020) Does strategic corporate social responsibility drive better organizational performance through integration with a public sector scorecard? Empirical evidence in a developing country. *Processes*, 8, (5), 1 - 12. DOI: 10.3390/PR8050596
- Islam, T.; Islam, R.; Pitafi, A.; Xiaobei, L.; Rehmani, M.; Irfan, M. y Mubarak, M. (2021) The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, (1), 123 - 135. DOI: 10.1016/j.spc.2020.07.019
- Jan, N.; Karn, A.; Li, Z. y Liu, X. (2021) The relationship between corporate social responsibility reporting and firm performance and the moderating role of firm life cycle stages: Evidence from China. *Sustainability (Switzerland)*, 13, (18), 1 - 12. DOI: 10.3390/su131810038
- Javeed, S.; Teh, B., Ong, T.; Chong, L.; Abd, M. y Latief, R. (2022) How Does Green Innovation Strategy Influence Corporate Financing? Corporate Social Responsibility and Gender Diversity Play a Moderating Role. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, (14), 1 - 12. DOI: 10.3390/ijerph19148724
- Jindra, B.; Hatani, F.; Steger, T. y Hiemer, J. (2019) Social upgrading and cooperative corporate social responsibility in global value chains: the case of Fairphone in China. *Global Networks*, 19, (3), 371 - 393. DOI: 10.1111/glob.12232
- Kuzior, A.; Ober, J. y Karwot, J. (2021) Stakeholder expectation of corporate social responsibility practices: A case study of pwik rybnik, Poland. *Energies*, 14, (11), 1 - 12. DOI: 10.3390/en14113337
- Ledi, K. y Ameza, E. (2023) Rippling effect of corporate governance and corporate social responsibility synergy on firm performance: The mediating role of corporate image. *Cogent Business and Management*, 10, (2), 1 - 12. DOI: 10.1080/23311975.2023.2210353
- Li, Y.; Zhang, G.; Wu, T. y Peng, C. (2020) Employee's corporate social responsibility perception and sustained innovative behavior: Based on the psychological identity of employees. *Sustainability (Switzerland)*, 12, (20), 1 - 15. DOI: 10.3390/su12208604
- Lin, W. Ho, J.; Lee, C. y Ng, S. (2020) Impact of positive and negative corporate social responsibility on automotive firms' financial performance: A market-based asset perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27, (4), 1761 - 1773. DOI: 10.1002/csr.1923
- Lu, J.; Javeed, S.; Latief, R.; Jiang, T. y Ong, T. (2021) The moderating role of corporate social responsibility in the association of internal corporate governance and profitability; evidence from pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, (11), 1 - 12. DOI: 10.3390/ijerph18115830
- Matos, G. (2019). Análisis de la deducción de gastos por responsabilidad social empresarial en el ordenamiento peruano. *Revista de derecho*, 19 (1), 2 – 31. <https://revistas.udep.edu.pe/derecho/article/view/1615>
- Medrano, M.; Masías, J.; Obeso, J.; Morón, G.; Moreano, L.; García, E. y Lulupu, C. (2019). La responsabilidad social empresarial en la relación comunidades campesinas y empresas mineras. *Revista de la facultad de derecho y ciencia política*, 17 (23), 1 – 12. <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/1681/1798>

- Mela, N. y Putra, A. (2020) Company Value on Corporate Social Responsibility: Moderating Variable on Society Environment. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 469, (1), 23 - 64. DOI: 10.1088/1755-1315/469/1/012076
- Moreyra, A. y Bobadilla, M. (2022). La percepción de responsabilidad social empresarial y su influencia en el posicionamiento de la marca SODIMAC en Tacna - 2019. *Veritas Et Scientia*, 11(1), 47-57. <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/vestsc/article/view/604>
- Nana, R. y Beddewela (2021) The politics of corporate social responsibility in the mining industry in Burkina Faso. *Africa Journal of Management*, 5, (4), 358 - 381. DOI: 10.1080/23322373.2019.1676099
- Nguyen, T.; Nguyen, T. y Phan, T. (2021) The effect of corporate social responsibility on supply chain performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 9, (4), 927 - 940. DOI: 10.5267/j.uscm.2021.7.008
- Pasko, O.; Lagodiienko, N.; Kudlaieva, N.; Riabenko, L. y Gerasymenko, N. (2022) Does corporate governance moderate the effect of corporate social responsibility on a firm's financial performance?. *Problems and Perspectives in Management*, 20, (4), 588 - 601. DOI: 10.21511/ppm.20(4).2022.44
- Pawlowska, E.; Machnik, J.; Klosok, I.; Gono, M. y Gono, R. (2021) Corporate social responsibility of water and sanitation company in the Czech Republic—case study. *Energies*, 14, (13), 34 - 54. DOI: 10.3390/en14133981
- Pérez, B. (2020). Responsabilidad Social Empresarial y Grupos Económicos Familiares en México. *Investigación Valdizana*, 14(2), 61–71. <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/707>
- Pham, T. y Vo, T. (2020) Private Economy Development in Vietnam: Strengthening Corporate Competitiveness through Corporate Social Responsibility performance. *E3S Web of Conferences*, 210, (4), 1 - 12. DOI: 10.1051/e3sconf/202021013015
- Putri, M. y Naili, Y. (2023) Reconceptualisation of Corporate Social Responsibility Model in the Era of Sustainable Development. *Review of Economics and Finance*, 21, (1), 11 - 21. DOI: 10.55365/1923.x2023.21.2
- Quevedo, M.; Patiño, R. y Vinueza, S. (2021). Responsabilidad social empresarial en el contexto del coronavirus 2019 (COVID – 19). *Revista Socialium*, 5 (1), 75 - 85. <https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/socialium/article/view/813/998>
- Quirk, D. (2020) Change is possible: The effects of a corporate social responsibility course on business student attitudes. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 14, (1), 49 - 66. DOI: 10.1504/IJISD.2020.104241
- Ramdhan, R.; Kisahwan, D.; Winarno, A. y Hermana, D. (2022) Internal Corporate Social Responsibility as a Microfoundation of Employee Well-Being and Job Performance. *Sustainability (Switzerland)*, 14, (15), 1 - 12. DOI: 10.3390/su14159065
- Rengifo, C., Sánchez, S. y Obando, E. (2021). Responsabilidad Social Empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada. *Revista de Filosofía*, 39(100), 409-420. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30286/Corporate%20Social%20Responsibility%20and%20Sustainable%20Development%20Reflections%20from%20Applied%20Ethics.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivadeneira, K. y Echeverri, A. (2021). Micro y pequeñas empresas y las estrategias de responsabilidad social empresarial: una perspectiva desde el desarrollo sostenible. *Espacio y Desarrollo*, 37(1), 101-129. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espacioydesarrollo/article/view/24974/23716>
- Rocchetti, L., Medina, E., Cáceres, J. y Gambini, G. (2019). La responsabilidad social empresarial (RSE) y su influencia en los resultados económicos de las empresas industriales de la ciudad de Tacna, periodo: 2010 - 2011. *Ciencia & Desarrollo*, 1(15), 81–87. <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/cyd/article/view/329>
- Romaschenko, T. y Gersonskaya, I. (2020) Corporate social responsibility in state entrepreneurship. *E3S Web of Conferences*, 208, (1), 31 - 39. DOI: 10.1051/e3sconf/202020807001
- Ruan, R.; Chen, W. y Zhu, Z. (2022) Linking Environmental Corporate Social Responsibility with Green Innovation Performance: The Mediating Role of Shared Vision Capability and the

- Moderating Role of Resource Slack. *Sustainability (Switzerland)*, 14, (24), 31 - 39. DOI: 10.3390/su142416943
- Sánchez, R.; Bolívar, M. y Hernández, A. (2021) Which are the main factors influencing corporate social responsibility information disclosures on universities' websites. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, (2), 1 - 23. DOI: 10.3390/ijerph18020524
- Sarhan, A. y Al, B. (2022) The influence of corporate governance and shareholding structure on corporate social responsibility: The key role of executive compensation. *International Journal of Finance and Economics*, 1, (1), 1 - 12. DOI: 10.1002/ijfe.2663
- Serna, E., Redondo, P. y Botello, A. (2019). Responsabilidad social empresarial de la industria minera, departamento de la guajira. In *Crescendo*, 9(4), 589-609. <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2059>
- Sun, X. y Li, G. (2022) The Core Value Strategy and Mentality Evolution of the New Era of Corporate Social Responsibility. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 1, (1), 12 - 19. DOI: 10.1155/2022/4122334
- Thompson, E. y Buerter, S. (2023) Which firms opt for corporate social responsibility assurance? A machine learning prediction. *Business Ethics, the Environment and Responsibility*, 32, (2), 599 - 611. DOI: 10.1111/beer.12517
- Trigoso, M. (2019). La empresa en el Perú: clasificación y la responsabilidad social empresarial. *Ius Inkarri*, 8(8), 493-507. <https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Inkarri/article/view/2736>
- Valverde, M., De Paz, A., Muro, J. Vilcarino, L. y Mariños, G. (2022). Responsabilidad social empresarial y el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca. *Llamkasun*, 3(1), 29-37. <https://llamkasun.unat.edu.pe/index.php/revista/article/view/80>
- Vásquez, M.; Zambrano, T. y Muñoz, M. (2019). Responsabilidad social corporativa: estrategia empresarial para el desarrollo sostenible. *Revista científica multidisciplinaria arbitrada Yachasun*, 4 (6), 1 - 7. <https://scholar.archive.org/work/66llkgiborb6bd4h7c57xy5jya/access/wayback/https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/download/1/1>
- Wabi, Y.; Daniel, C. y Abubakar, H. (2022) Impact of Corporate Social Responsibility on Internally Displaced Persons in North-East, Nigeria. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 18, (1), 952 - 961. DOI: 10.37394/232015.2022.18.91
- Wang, L. y Liao, Y. (2021) Employee quality, internal control and corporate social responsibility: An empirical study from a perspective of informatization management. *E3S Web of Conferences*, 251, (15), 1 - 12. DOI: 10.1051/e3sconf/202125103054
- West, A y Mestanza, E. (2019). Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial y la imagen de marca de la franquicia Starbucks Cajamarca. *Revista perspectiva*, 19 (4), 429-439. https://mail.upagu.edu.pe/files_ojs/journals/27/articles/602/submission/602-133-2166-1-2-20190131.pdf
- Wolniak, R.; Wyszomirski, A.; Olkiewicz, M. y Olkiewicz, A. (2021) Environmental corporate social responsibility activities in heating industry—Case study. *Energies*, 14, (7), 12 - 19. DOI: 10.3390/en14071930
- Wong, H. (2019). Los programas de responsabilidad social empresarial y su impacto en la Imagen Corporativa en la Empresa Azucarera Casa Grande - 2018. *YACHAQ*, 1(2), 117-144. <https://revista.uct.edu.pe/index.php/YACHAQ/article/view/72>
- Xin, D.; Yi, Y. y Du, J. (2022) Does digital finance promote corporate social responsibility of pollution-intensive industry? Evidence from Chinese listed companies. *Environmental Science and Pollution Research*, 29, (56), 85143 - 85159. DOI: 10.1007/s11356-022-21695-9
- Yang, Z.; Zhang, Y.; Gao, Y.; Gao, S. y Huang, K. (2019) Boundary conditions of the curvilinear relationships between environmental corporate social responsibility and new product performance: Evidence from China. *Sustainability (Switzerland)*, 11, (18), 1 - 12. DOI: 10.3390/su1111