

**ESPACIO
ABIERTO**

Cuaderno Venezolano de Sociología

Volumen 32 N° 4 (octubre/diciembre) 2023, pp.264-280

ISSN 1315-0006. Depósito legal pp 199202zu44

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10108119>

Políticas y estrategias de Responsabilidad Social de la empresa de generación eléctrica San Gabán, Puno-Perú

Jesús Evaristo Tumi Quispe

Resumen

El tema de la Responsabilidad Social, normalizado por el ISO-26000, no obstante que su legalidad es de conocimiento de las organizaciones e instituciones del contexto nacional e internacional; la aplicación de sus políticas y estrategias presenta límites y posibilidades, los cuales pertenecen aun al terreno de las hipótesis o especulaciones. El estudio analiza la relación de las políticas de responsabilidad social con las estrategias y programas que implementa la empresa de generación eléctrica San Gabán de Puno-Perú. El diseño de investigación es no experimental y transversal; descriptivo-correlacional, nivel de análisis micro y dimensión socioambiental. La población teórica está conformada por 6,832 habitantes del distrito San Gabán; la muestra, determinada por conveniencia y al azar simple, es de 155 jefes de familia. Las técnicas de recolección de datos están conformadas por un cuestionario estructurado, complementado por el procedimiento de registro. La prueba de hipótesis se realizó mediante el coeficiente de correlación no paramétrica del Chi Cuadrado. Resultados: Las políticas de responsabilidad social de la empresa de generación eléctrica San Gabán son adecuados y concordantes con el marco jurídico-legal; pero según la percepción de los actores locales, no tienen su correlato con el proceso de implementación de las estrategias y programas sociales, debido a que tienen un carácter esporádico, focalizado y cobertura limitada. Conclusión: Las políticas de responsabilidad social de la empresa San Gabán no tienen su correlato efectivo con la implementación de sus estrategias y programas sociales.

Palabras clave: Responsabilidad Social; empresa; percepciones; políticas; estrategias; programas.

Politics and strategies of Social Responsibility of the electricity generation company San Gabán, Puno-Perú

Abstract

The issue of the Social Responsibility, standardized by ISO-26000, despite the fact that its legality is known to organizations and institutions in the national and international context; the application of its policies and strategies presents limits and possibilities, which still belong to the realm of hypotheses or speculations. The study analyzes the relationship of social responsibility politics with the strategies and programs implemented by the electricity generation company San Gabán de Puno-Perú. The research design is non-experimental and cross-sectional; descriptive-correlational, level of micro analysis and socio-environmental dimension. The theoretical population is made up of 6,832 inhabitants of the San Gabán district; the sample, determined by convenience and simple random, is 155 heads of family. The data collection techniques are made up of a structured questionnaire, complemented by the registration procedure. The hypothesis test was performed using the non-parametric Chi Square correlation coefficient. Results: The social responsibility politics of the San Gabán electricity generation company are adequate and consistent with the legal-legal framework; but according to the perception of local actors, they do not have a correlation with the implementation process of social strategies and programs, due to their sporadic, focused nature and limited coverage. Conclusion: The social responsibility politics of the San Gabán company do not have an effective correlation with the implementation of its social strategies and programs.

Keywords: Social Responsibility; company; perceptions; politics; strategies; programs.

Introducción

La temática de la Responsabilidad Social desde sus inicios, tradicionalmente, fue asignada al rol que deben cumplir las organizaciones empresariales en beneficio del contexto interno y externo. Frente a esta percepción reduccionista, resulta fundamental, realizar una aproximación panorámica sobre los alcances de los estudios sobre responsabilidad social (RS) según su atributo empresarial (RSE) o corporativo (RSC), considerando los siguientes ejes de análisis: concepción de RS, línea de tiempo de la RS, estructura de la RS y nivel de logro y madurez de la RS.

En relación a la concepción de Responsabilidad Social, se tiene diferentes imágenes: desde el marco normativo se considera como el compromiso de una organización ante

los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético (ISO-26000). Desde la visión empresarial, se concibe como la respuesta a las expectativas de los sectores sociales involucrados (factor interno) y en el aporte a la comunidad (factor externo: clientes, proveedores, accionistas, distribuidores, sociedad), que le permitió desarrollarse (Correa Jaramillo, 2007) o como el nuevo escenario que tienen los empresarios para orientar y tomar decisiones basadas en las expectativas, objetivos y valores de la sociedad (Carroll, 1999). Desde la perspectiva del capital humano se conceptúa a la RS como el compromiso con el cuidado del medio ambiente, el apoyo a la sociedad y a su desarrollo económico con la implementación de estrategias éticas y responsables (López Salazar et al., 2017). Dado la diversidad de imágenes y visiones, la responsabilidad social como categoría polisémica y naturaleza multidimensional (económico, social, ambiental y ético) es menester articularla en perspectiva del desarrollo humano sostenible.

En lo relativo a la línea de tiempo de la Responsabilidad Social, cuyos fundamentos y preceptos datan desde inicios de la década del 50 del siglo pasado, es un fenómeno que ha adquirido mayor notoriedad en las últimas décadas (Akyildiz, 2021; Barchiesi & Fronzetti Colladon, 2021; Bhumika, Priya & Sinha, 2022; Jouber, 2022; Tosun et al., 2022; Al-Shammari et al., 2022; Anlesinya & Abugre, 2022; Blasi & Sedita, 2022; Conte et al., 2022; Camilleri, 2022; Kim et al., 2022; Karatas-Ozkan et al., 2022; Madero Gómez et al., 2022; Rintala et al., 2022; Miethlich et al., 2022; Silva et al., 2022); configurándose como un factor estratégico para el proceso de funcionamiento, reproducción y desarrollo de las organizaciones empresariales (Soliz Aguayo, 2017; Rodríguez Cala et al., 2021; Ibarra Padilla, 2014; Carrillo Punina, 2017), al extremo de constituirse a nivel global en una nueva filosofía de la gestión estratégica organizacional.

En cuanto a la estructura de la Responsabilidad Social (empresarial o corporativa), los estudios hacen referencia a su configuración por variables externas e internas (Reyes Ramírez et al., 2022). Dentro de las primeras, se considera el entorno de la organización, afianzando su accionar en los aspectos económicos y sociales (Sharma & Sathish, 2022), la sostenibilidad (Batat, 2021) y el impacto ambiental (Huang, 2022). A nivel interno, según Reyes Ramírez et al. (2022), con base a la referencia de diversos estudios, considera que la responsabilidad social está estructurada por el liderazgo, valores organizacionales, concepción estratégica, diseño organizacional, comunicación institucional, competencias laborales y satisfacción laboral. Dentro de la dinámica de la organización, tanto las variables externas e internas, interactúan bajo una relación indisoluble para configurarse en una organización potencial que contribuya al desarrollo humano sostenible.

En lo referente al logro y nivel de madurez de la RSC, se enfatiza que ambos aspectos no obstante su relación indisoluble, presentan expresiones vinculados a aspectos diversos. El logro de la RSC se expresa en la prestación de un servicio de calidad acorde a los requerimientos de los clientes (Ahn & Lu, 2021; Akbari et al., 2020), en la respuesta a demandas de conservación ambiental (Alda, 2019; Adomako & Nguyen, 2020) y la contribución al desarrollo del territorio (Bhatia & Makkar, 2020; Boğan et al., 2021). En tanto que el nivel de madurez de la RSC se expresa en el posicionamiento del liderazgo que ejerce la empresa y su comportamiento responsable (Aftab et al., 2022; Bardos et al., 2020), la influencia de sus valores organizacionales (Hoepner & Schopohl, 2020) y valores sociales (Kim et al., 2022) y la conducción estratégica de la organización (Abugre & Anlesinya, 2020).

A manera de balance, Reyes et al. (2022), sostiene que los estudios en la actualidad se focalizan más en los aspectos externos de la RS y su impacto en el entorno social; en menor medida examinan las variables internas que influyen en el posicionamiento de la responsabilidad social; más aún, son poco conocidos los estudios que establezca la relación indisoluble entre los factores internos y externos.

Frente a esta problemática compleja y de múltiples determinaciones, el estudio priorizando la importancia de los factores internos de la RSC, con base a la percepción de los actores sociales involucrados da respuesta a la siguiente interrogante central: ¿Cuál es la relación que existe entre los principios y orientaciones de las políticas de responsabilidad social con las estrategias y programas sociales que implementa la empresa San Gabán de Puno-Perú?

Materiales y métodos

Ámbito de Estudio: El contexto de estudio comprende la configuración político administrativa del distrito de San Gabán, provincia de Carabaya y departamento de Puno, que alberga una población total de 6,832 habitantes (INEI, 2018), potenciales participantes de los beneficios de responsabilidad social que brinda la empresa San Gabán

Diseño y Tipo de investigación: El estudio es no experimental y transversal; enfoque cuantitativo y documental; por su profundidad es de carácter descriptivo y correlacional, dimensión socio-ambiental y nivel de análisis micro.

Población y muestra: El Universo de estudio son 1,366 familias del distrito de San Gabán; la población operacional, determinado por conveniencia y al azar simple, está conformado por 155 jefes de familia.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos: La encuesta a través de un cuestionario estructurado, fue autoadministrado a los actores locales del distrito de San Gabán, para obtener información acerca de sus percepciones sobre las políticas y estrategias de responsabilidad social de la empresa San Gabán, teniendo como horizonte temporal el año 2018. Registro de información secundaria para caracterizar las unidades de análisis, información institucional sobre los principios y orientaciones estratégicas (visión, misión, objetivos y líneas de desarrollo) de las políticas de responsabilidad social y la dinámica de implementación de los programas en el entorno local.

Procesamiento y análisis: La sistematización y procesamiento de información, así como el análisis descriptivo, inferencial y prueba de hipótesis se realizó con el Software estadístico SPSS. Se realizó la prueba estadística no paramétrica del chi-cuadrado para establecer el nivel de correlación existente entre las políticas de responsabilidad social y las estrategias y programas sociales implementadas.

Resultados

Los resultados del estudio se organizan en torno al análisis de las políticas de Responsabilidad Social de la empresa San Gabán, las estrategias y programas sociales que implementa y sus relaciones mutuas; tomando como eje de análisis las percepciones de los actores locales.

1. Políticas de responsabilidad social de la empresa San Gabán

1.1. *Orientaciones y principios de las políticas de Responsabilidad Empresarial*

El marco estratégico de las políticas de Responsabilidad Social de la empresa San Gabán se advierte en la visión (“ser empresa moderna con calidad, modelo de gestión”), misión (“generar energía eléctrica con calidad y responsabilidad social y capital humano competente contribuyendo al desarrollo de la región y país”) y principios organizacionales (competitividad, sostenibilidad, gestión integrado, eficiente, transparente y ético); cuyo accionar se plasma en la magnitud de la utilidad neta obtenida en su proceso de funcionamiento, reproducción y desarrollo.

La utilidad neta de la empresa San Gabán, a lo largo de la línea de tiempo presenta un carácter cíclico (caídas y alzas), siendo de 12.1 millones de soles en el 2010 y 50,4 millones de soles en el 2015 (Figura 1).

A pesar del carácter cíclico, la empresa siempre ha obtenido utilidades netas para ser reinvertidas en la promoción del desarrollo social.

1.2 *Percepciones de los actores locales sobre las políticas de responsabilidad social de la empresa San Gabán*

Los efectos de la política de responsabilidad social de la empresa San Gabán se advierte en la promoción del desarrollo social en los siguientes niveles (Tabla 1):

Tabla 1: **Políticas de responsabilidad social de la empresa de generación eléctrica San Gabán**

DIMENSIÓN	LÍNEA DE PROMOCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Promoción del desarrollo educativo	Construcción de IE	0	0.0%
	Ampliación de IE	1	0.6%
	Remodelación de IE	8	5.2%
	Ninguna	146	94.2%
Promoción del saneamiento Ambiental	Promoción de agua segura	1	0.6%
	Promoción de saneamiento básico	2	1.3%
Promoción de la salud pública	Promoción de alcantarillado	1	0.6%
	Ninguna	151	97.4%
	Prevención de enfermedades	17	11.0%
	Promoción de la salud	5	3.2%
Promoción de mecanismos de comunicación	Campañas de intervención	2	1.3%
	Ninguna	131	84.5%
	Charlas o reuniones	22	14.2%
	Boletines o folletos	2	1.3%
Otros medios	Otros medios	9	5.8%
	Ninguna	122	78.7%
	Total	155	100.0%

Fuente: Encuesta socioambiental, San Gabán, 2018

En la promoción del desarrollo educativo, según la percepción de más del 94.2% de actores locales, tuvo un mínimo efecto positivo promovido por la acción empresarial. En todo caso, el reducido apoyo al mejoramiento de la infraestructura educativa, sólo es advertido en el 5.2% de la población en relación a la remodelación de la infraestructura de las instituciones educativas de nivel básico y escasamente en el 0.6% de la población en la ampliación de la infraestructura de instituciones educativas de nivel primario.

En consecuencia, el mejoramiento de la calidad de la educación básica (inicial, primaria y secundaria), en la práctica continua sujeta a los límites y posibilidades de la política educativa del MINEDU y la escasa e insuficiente asignación presupuestaria. Situación que se ve agudizada por la insuficiencia de los recursos humanos (docentes y administrativos) y precariedad de la infraestructura y equipamiento. Siendo la educación base del desarrollo social, se denota que la empresa no contribuye con el fortalecimiento de capacidades ni de infraestructura educativa.

En la promoción de la salud, ocho de cada diez actores locales perciben desconocer o no han formado parte de la cobertura de atención de los programas de salud ofertados; en tanto que sólo alrededor del 15% señalan haber participado en algunos de los programas, especialmente en el programa de prevención de enfermedades de los niños (11%) para combatir la anemia y en los programas de promoción de la salud (3.2%), siendo mínimo la cobertura de participación en campañas de atención primaria.

Por tanto, la promoción de programas de salud, campañas de prevención de enfermedades, seguro médico familiar y asistencia social, bajo responsabilidad de la empresa San Gabán es mínima o casi inexistente; en todo caso la promoción de la salud como política de responsabilidad social se configura como un reto o desafío estratégico.

El efecto sobre saneamiento ambiental promovida por la empresa San Gabán se denota sólo en la construcción de proyectos de desagüe y agua potable; la misma que tiene un carácter focalizado y de mínima cobertura; incluso algunos proyectos promovidos no han sido concluidos adecuadamente.

Por consiguiente, los efectos de la política de responsabilidad social de la empresa San Gabán en los programas de educación, salud y medio ambiente es mínima y de cobertura limitada; situación que es sustentada por la percepción de los actores sociales e institucionales locales.

El efecto de las políticas de RSE en acceso a información, es percibido sólo en el 21.3% de los actores locales; de los cuales, el mecanismo más utilizado son las charlas o reuniones de las juntas vecinales (14,2%); en menor medida los folletos o boletines (1.3%) y otros medios alternativos.

En consecuencia, la discordancia en el acceso a los diversos mecanismos de comunicación que implementa la empresa San Gabán y la percepción social de los actores locales sobre los efectos de la política de responsabilidad social, denota la ineficacia, carácter focalizado y temporal de dichos medios.

2. Estrategias y programas de responsabilidad social de la empresa San Gabán

2.1 *Objetivos y programas de la estrategia de responsabilidad social*

Las estrategias de responsabilidad social de la empresa San Gabán, es posible advertirlas en los objetivos (actuar en función de necesidades y demandas, adecuado desempeño, asegurar comunicación y cooperación, lograr integración e involucramiento y completa satisfacción del cliente), en los programas de RSE que se vienen implementando orientado a grupos de interés interno (trabajadores y colaboradores) y externo (autoridades, sectores, centros poblados) localizadas en el ámbito local.

La eficacia y efectividad de la implementación de los programas de RSE tienen su correlato en los presupuestos financieros asignados y ejecutados a lo largo de la línea de tiempo (Tabla 2).

Tabla 2: Estrategias de responsabilidad social empresarial: Presupuestos asignados para financiamiento de programas sociales

Programas de RSE	2015	2016	2017		2018	
			Ppto. Asignad	Ppto. Ejecut	Ppto. Asignad	Ppto. Ejecut
Plan lector	Mejora de la comprensión lectora.	Se distribuyó material educativo y capacitación de docentes.	s/. 100,000 00	s/. 52,085 00	s/. 80,000 00	s/. 58,563 00
Campañas de salud		Desarrollo de (07) campañas de salud.	s/. 40,000 00	s/. 43,027 00	s/. 56,801 00	s/. 54,414 00
Charlas de salud para estudiantes		Desarrollo de (49) charlas de salud para estudiantes y adultos.	s/. 10,000 00	s/. 18,559 00	s/. 9,314 00	s/. 9,314 00
Charlas de salud para adultos	El 2015 solo se muestra la lista de programas y menciona la ejecución ptpal.	El 2016 no hubo datos de presupuestos asignados a los programas. Se describe actividades realizadas.	s/. 10,000 00	s/. 9,322 00	s/. 8,699 00	s/. 8,699 00
Mi amiga la electricidad	Cumplió con la ejecución de los programas.	Campaña navideña en (25) comunidades	s/. 20,000 00	s/. 9,746 00	s/. 20,186 00	s/. 20,186 00
Campaña navideña		Implementación viveros forestales y elaboración proyecto de canalización de fuentes financiamiento (Agroidea)	s/. 60,000 00	s/. 29,000 00	s/. 60,000 00	s/. 36,973 00
Proyectos de desarrollo social, económico, productivo		Se realizaron charlas a adultos y alumnos	s/. 20,000 00	s/. 19,000 00	s/. 20,000 00	s/. 19,492 00

Fuente: Memoria Anual de la empresa San Gabán, 2018.

En consecuencia, si bien es cierto que la empresa San Gabán a lo largo de su línea de tiempo de intervención, ha asignado importantes montos de financiamiento para la

implementación de los programas de responsabilidad social, la ejecución presupuestal estuvo sujeta a la deficiente capacidad técnica tanto de los funcionarios de la empresa como la débil capacidad de organización y canalización de las demandas de los actores locales.

2.2. Percepciones de actores locales sobre alcances de la estrategia y programas de Responsabilidad Social

Los límites y posibilidades de las estrategias de Responsabilidad Social de la empresa San Gabán, según la percepción de los actores locales se advierte en la implementación de los programas de acceso a beneficios económicos, productivos y preservación del medio ambiente.

El acceso a los beneficios económicos que brindó la empresa San Gabán es mínima y muy focalizado; dado que sólo el 15.5% de los actores locales sostienen que las organizaciones e instituciones locales hayan sido beneficiados. De los cuales, el 10,3% señalan que los beneficios económicos de la empresa fueron al gobierno municipal y organizaciones barriales, en tanto que el 1,3% manifiestan la donación económica a establecimientos de salud y el 3,9% a instituciones educativas (Figura 2).

En lo relativo al fortalecimiento de capacidades para el mejoramiento de la estrategia productiva y gestión empresarial, según la percepción de los actores locales, presenta las siguientes referencias (Figura 3):

- El apoyo para el mejoramiento de la producción agrícola es ausente según la percepción del 92.3% de los actores locales; en tanto que sólo el 7.7% expresan haber recibido charlas de fortalecimiento de capacidades en técnicas de cultivo.
- En fortalecimiento de capacidades sobre emprendimiento empresarial que brinda la empresa como parte de su estrategia de responsabilidad social, el 96.8% de los actores locales expresan no haber recibido ninguna capacitación; en tanto que sólo el 3.2% han recibido charlas de capacitación en gestión empresarial.

En consecuencia, el apoyo al fortalecimiento de capacidades productivas y emprendimiento empresarial, según la percepción de los actores locales es mínima; pese a que la empresa San Gabán tiene como objetivo asegurar la satisfacción de los clientes, brindando oportunidades para afianzar el desarrollo local sostenible.

En cuanto a la generación de oportunidades de empleo y pago de remuneraciones que brinda la empresa San Gabán, se presentan las siguientes referencias (Tabla 3):

Tabla 3. Estrategias de responsabilidad social empresarial: oportunidades de empleo y condición de remuneraciones

Línea de actividad	Condición	Frecuencia	Porcentaje
Generación de oportunidades de empleo	Permanente	8	5.2%
	Temporal	56	36.1%
	Ocasional	4	2.6%
	Ninguno	87	56.1%
	Total	155	100.0%

Cont.... Tabla 3.

		Siempre	6	3.9%
Condición de pago de remuneraciones	Casi siempre	21	13.5%	
	A veces	32	20.6%	
	Nunca	96	61.9%	
	Total	155	100.0%	

Fuente: Encuesta socioambiental, San Gabán, 2018.

- El 43.9% de los actores locales expresan su reconocimiento a la empresa en la generación de oportunidades laborales; de los cuales, es predominante el acceso a empleo temporal (36.1%) y en menor medida a condición de empleo permanente (5.2%) y empleo ocasional (2.6%), evidenciando su compromiso relativo con la fuerza laboral.
- El 38.1% expresan que la empresa realiza el pago de remuneraciones relativamente justas a sus trabajadores; aunque este señalamiento presenta diversas categorías, tales como: que a veces (20.6%) o casi siempre (13.5%) o siempre (3.9%) reciben una remuneración justa.

En consecuencia, el reto y desafío estratégico de la empresa en RS, está condicionado por la transparencia y rendición de cuentas; como forma de lograr su posicionamiento y compromiso con el desarrollo social.

El apoyo al fortalecimiento de la conciencia ambiental se advierte en las líneas de gestión de RS, conservación de especies nativas y el medio ambiente, sobre el cual se presentan las siguientes referencias (Tabla 4):

Tabla 4. Estrategias de responsabilidad social empresarial: Fortalecimiento de capacidades y conciencia ambiental

Línea de actividad	Fortalecimiento y promoción de capacidades ambientales	Frecuencia	Porcentaje
Gestión de residuos sólidos (RS)	Separación de RS aprovechables	21	13.5%
	Reducción de uso de plástico	1	0.6%
	Reutilización de RS	5	3.2%
	Ninguna acción	128	82.6%
	Total	155	100.0%
Conservación de especies nativas	Prohibición de caza de animales	14	9.0%
	Prohibición de la deforestación	2	1.3%
	Preservación de áreas protegidas y reservas naturales	2	1.3%
	Ninguna acción	137	88.4%
	Total	155	100.0%
Conservación del medio ambiente	Plantación de arboles	8	5.2%
	Cuidado de bosques y ríos	6	3.9%
	Reducción de la contaminación	4	2.6%
	Ninguna acción	137	88.4%
	Total	155	100.0%

Fuente: Encuesta socioambiental, San Gabán, 2018.

- El apoyo sobre fortalecimiento de capacidades en gestión de residuos sólidos se denota en el 17.4% de los actores locales; de los cuales, el 13,5% manifiestan apoyo en separación

de residuos aprovechables, el 0,6% en reducción de consumo de plástico, el 3,2% en reutilización de residuos.

- En conservación de especies nativas, el 9% de actores locales manifiestan apoyo para prohibir caza de animales, el 1,3% apoyo para la prohibición de la deforestación y el 1,3% posee acceso a áreas de reservas naturales.
- El apoyo en conservación del medio ambiente es advertido sólo en el 11.6% de los actores locales; de los cuales, el 5,2% manifiestan apoyo en plantación de árboles, el 3,9% en el cuidado de bosques y ríos y sólo el 2,6% perciben que la empresa promueve la reducción de la contaminación del medio ambiente.

3. Relación de las políticas con las estrategias y programas de responsabilidad social de la empresa San Gabán

Para establecer la relación entre las políticas de RSE con las estrategias y programas sociales implementadas, se considera tres ejes de análisis: los principios y orientaciones de las políticas de RSE, la percepción de los actores locales y la prueba estadística no paramétrica del chi cuadrado.

El marco estratégico de las políticas de RS de la empresa San Gabán, se advierten en la visión, misión y principios organizacionales, los cuales son concordantes con el marco jurídico legal; en tanto que las estrategias se plasman en los programas y subprogramas sociales que se implementan. La relación de ambos tiene su concreción en la asignación de recursos financieros de la empresa como parte de sus utilidades netas para la ejecución de los programas sociales.

En la percepción de la mayoría de los actores locales, se considera que el nivel de aplicación de la responsabilidad social de la empresa San Gabán, si bien es cierto que es adecuado al marco jurídico-legal en lo relativo a las políticas; pero es deficiente en la implementación de las estrategias y programas de desarrollo, dado su alcance focalizado, cobertura limitada y carácter esporádico.

Los resultados de la prueba estadística no paramétrica del chi cuadrado, se expresan en los siguientes valores:

Prueba de chi cuadrado

	Valor	Gf	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,045	3	,003
Razón de verosimilitudes	10,393	3	,016
Asociación lineal por lineal	6,283	1	,012
N° de casos válidos	155		

La prueba de chi cuadrada calculada muestra un valor de 14,045, comparada con el valor de chi cuadrada tabulada con 3 grados de libertad es 7,82 (7.815), donde la primera es superior a la segunda y siendo el valor de probabilidad de error de 0,003 inferior al parámetro 0,05 se evidencia que la prueba es significativa al 95% de confianza. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que sostiene la existencia de relación entre los principios y orientaciones de las políticas de responsabilidad social con las estrategias y programas sociales que implementa la empresa San Gabán.

Discusión

La investigación tuvo como propósito analizar la relación entre las políticas de responsabilidad social de la empresa San Gabán con las estrategias y programas que implementa; para lo cual, se tuvo como sustento las fuentes documentales de la empresa, la percepción de los actores locales y la prueba estadística.

4.1 En relación a las políticas de responsabilidad social de la empresa San Gabán, el estudio demuestra que sus orientaciones y principios programáticos no obstante ser concordantes con el marco jurídico-legal; según la percepción de los actores locales, no tienen su correlato en la promoción del desarrollo social y ambiental, denotando sólo un rol muy secundario y de mínimo impacto.

Estos resultados se contrastan con estudios que abordan las políticas de responsabilidad social desde la óptica conceptual, formulación doctrinaria e impactos generados.

En la óptica conceptual, Carroll (1979) sostiene que la responsabilidad social abarca el abanico de obligaciones que tienen las empresas con la sociedad en la producción de bienes y servicios; en tanto que la sociedad espera que las empresas cumplan su misión con arreglo al marco legal; y Canessa & García (2021) hacen referencia a la teoría de la pirámide, que establece una priorización de dimensiones desde la responsabilidad económica a la categoría filantrópica. En el plano doctrinario, Cajiga (2015), sostiene que la sustentabilidad radica en el compromiso consciente de cumplir con la finalidad de la empresa, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de los actores locales con respeto y valores éticos. Desde el punto de vista ético, Vives & Peinado (2011) sostienen que la RSE será socialmente responsable en tanto esté enmarcado dentro del desarrollo sostenible, donde la cultura, las conductas cotidianas y las lógicas económicas, sociales y ambientales se encuentren coherentemente articuladas.

En consecuencia, la exigencia de la RSE es contribuir al desarrollo social, fortaleciendo las capacidades de los actores sociales e institucionales locales y la preservación del medio ambiente en perspectiva sostenible. En este nivel, el rol de la empresa San Gabán fue mínima e embrionaria.

4.2 En relación a las estrategias de responsabilidad social de la empresa San Gabán, el estudio demuestra que los objetivos estratégicos y líneas de intervención no obstante que teóricamente son concordantes con las orientaciones y principios de las políticas; según la percepción de los actores locales, la implementación de los programas sociales tiene un carácter esporádico, focalizado y cobertura limitada.

Estos resultados, en el caso peruano se corroboran con el estudio de Espinoza (2015), respecto a que la gestión de RSE impactó negativamente en el desarrollo sostenible local; porque los niveles de sostenibilidad de las comunidades son socialmente no sostenibles, dado que cuentan con una economía sub desarrollada y medio ambiente degradado. En el plano internacional, Cuesta (2004), sostiene que la RSE presenta cuatro dimensiones (económica, social, moral y ética), similar a la óptica de Mercado & García (2007) que conciben a la RS estructurado por cuatro componentes (ética empresarial, preservación del medio ambiente, calidad de vida en el trabajo y vinculación empresa-sociedad). En tanto que Barroso (2008) sino que se requiere contribuir con todos los que participan en ellas para hacerlas más competitivas y enfrentar un mundo cada vez más globalizado. Para lograr esto deben emprender acciones de responsabilidad social empresarial (RSE, sostiene que la RSE tiene como eje de contribución la mejora de la calidad de vida del personal y

de la sociedad. En este nivel, el impacto de las estrategias de la empresa San Gabán, fue mínimo en lo económico, social y ambiental e inexistente en cuanto a lo ético y moral.

4.3 En lo concerniente a la relación entre las políticas y estrategias de responsabilidad social de la empresa San Gabán, el estudio demuestra que, si bien es cierto que existe una débil correlación, se denota que las políticas de responsabilidad social empresarial no tienen su correlato y plasmación efectiva en las estrategias y programas sociales implementadas; situación que se encuentra condicionada por la voluntad política de los funcionarios de la empresa y la débil capacidad de negociación y demanda de los actores sociales e institucionales locales.

En perspectiva, dada la discordancia relativa entre los principios y orientaciones de las políticas de responsabilidad social con las estrategias y programas sociales que implementa la empresa San Gabán, resulta fundamental realizar un proceso de reingeniería económica, social y ambiental y ética, tomando en consideración las enseñanzas y lecciones de experiencias similares desarrolladas en el contexto nacional e internacional. Al respecto, Mora & Martínez (2018) proponen que es imperativo realizar una evaluación de la toma de decisiones empresarial, analizar sus efectos considerando la relación entre responsabilidad social corporativa, desarrollo local sostenible y emprendimiento social dentro del ámbito territorial. En tanto que Ormaza et al. (2020), en el marco de la Agenda 2030, proponen el cambio de paradigma que conduzca a un progreso sostenible en lo social, económico y ambiental y un compromiso ético del Estado, comunidad, academia, empresas públicas y privadas, como ejes transversales de su sistema de gestión. A su vez, Rodríguez et al. (2021) consideran que la adopción de un enfoque de gestión que integra la RSC en las organizaciones es una tendencia en aumento que da respuesta a las demandas de la sociedad relacionadas con la sostenibilidad, la ética y la transparencia. Finalmente, Lara & Sánchez (2021) sostienen que la RSE es un elemento que propicia la competitividad de la organización. En definitiva, dichas propuestas y estrategias alternativas, para su aplicación deben validarse en concordancia con el contexto sociocultural altiplánico y el entorno de la empresa San Gabán.

Conclusiones

Las políticas de responsabilidad social de la empresa San Gabán, si bien es cierto que sus orientaciones y principios están en concordancia a lo establecido por el marco jurídico-legal; pero en su proceso de aplicación no tienen su correlato en la promoción del desarrollo social y ambiental, denotando sólo un rol muy secundario y de mínimo impacto. Esta situación se encuentra condicionado por la voluntad política de los funcionarios de la empresa, la débil capacidad de negociación y demanda de los actores sociales e institucionales y el accionar de la institucionalidad ambiental local y regional.

Las estrategias de responsabilidad social de la empresa San Gabán, no obstante que sus objetivos y líneas de intervención son concordantes con las orientaciones y principios de las políticas; según la percepción de los actores locales se denota que tanto las acciones de promoción de la educación, salud y fortalecimiento de capacidades en emprendimiento empresarial son deficientes y de cobertura limitada dado que abarca sólo la población de su entorno inmediato. Contrariamente, el efecto de los programas y proyectos de responsabilidad social son inexistentes tanto a nivel distrital y provincial, especialmente en cuanto a la promoción del desarrollo económico local y conservación del medio ambiente.

En definitiva, la implementación de los programas sociales tiene un carácter esporádico, focalizado y cobertura limitada.

Las orientaciones y principios de las políticas de responsabilidad social de la empresa San Gabán no tienen su correlato y plasmación efectiva con las estrategias y programas sociales que se implementan; situación que se encuentra condicionada por la falta de identidad de los funcionarios de la empresa con la promoción del desarrollo social, la débil capacidad de negociación y demanda de las organizaciones de la sociedad civil e ineficacia y precariedad del accionar de la institucionalidad ambiental local y regional.

Referencias

ABUGRE, J. B., & Anlesinya, A. (2020). “Corporate social responsibility strategy and economic business value of multinational companies in emerging economies: The mediating role of corporate reputation”. **Business Strategy and Development**. Volumen 3, Nro. 1, 4–15. <https://doi.org/10.1002/bsd2.70>

ADOMAKO, S., & Nguyen, N. P. (2020). “Interfirm collaboration and corporate social responsibility expenditure in turbulent environments: The moderating role of entrepreneurial orientation”. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**. Volumen 27, Nro. 6, 2668–2678. <https://doi.org/10.1002/csr.1991>

AFTAB, J., Sarwar, H., Amin, A., & Kiran, A. (2022). “Does CSR mediate the nexus of ethical leadership and employee’s job performance? Evidence from North Italy SMEs”. **Social Responsibility Journal**. Volumen 18, Nro. 1, 154–177. <https://doi.org/10.1108/srj-09-2020-0393>

AHN, J., & Lu, S. (2021). “Examining the relative role of CSR activity and service experience on cruise customers’ behavior”. **Social Responsibility Journal**. Volumen 18, Nro. 3, 453–468. <https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2020-0298>

AKBARI, M., Nazarian, A., Foroudi, P., Seyyed Amiri, N., & Ezatabadipoor, E. (2020). How corporate social responsibility contributes to strengthening brand loyalty, hotel positioning and intention to revisit? **Current Issues in Tourism**. Volumen 24, Nro. 13, 1897-1917. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1800601>

AKYILDIZ, F. (2021). “CSR and Turkish Universities in ARWU 2018: An evaluation of the strategic plans and performance reports”. **Eurasian Studies in Business and Economics**. Volumen 20, 321–341. https://doi.org/10.1007/978-3-030-85304-4_20

AL-SHAMMARI, M. A., Banerjee, S., Shah, T., Doty, H., & Al-Shammari, H. (2022). “El valor de la experiencia: cómo la experiencia en responsabilidad social corporativa del director ejecutivo y la junta directiva mejora los efectos financieros de las iniciativas de responsabilidad social corporativa de las empresas”. **Society and Business Review**. <https://doi.org/10.1108/SBR-10-2021-0183>

ALDA, M. (2019). “Corporate sustainability and institutional shareholders: The pressure of social responsible pension funds on environmental firm practices”. **Business Strategy and the Environment**, Volumen 28, Nro. 6, 1060–1071. <https://doi.org/10.1002/bse.2301>

ANLESINYA, A., & Abugre, J. B. (2022). “Prácticas de RSE estratégicas, orientación estratégica y creación de valor comercial entre subsidiarias multinacionales en Ghana”. **Society and Business Review**, Volumen 17, Nro. 2, 257–279. <https://doi.org/10.1108/SBR-02-2021-0021>

Barchiesi, M. A., & Fronzetti Colladon, A. (2021). “Valores corporativos fundamentales y responsabilidad social: lo que realmente le importa a quién”. **Technological Forecasting and Social Change**, Volumen 170. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120907>

BARDOS, K., Gupta, N., & Hughenhughen, L. (2020). “Reacción del precio de las acciones al ser nombrado líder internacional en sostenibilidad”. **La Revista Internacional de Sostenibilidad Social En El Contexto Económico, Social y Cultural**. Volumen 16, Nro. 2, 15–28. <https://doi.org/10.18848/2325-1115/CGP/v16i02/15-28>

BARROSOTANOIRA, F. G. (2008). “La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán”. **Contaduría y Administración**. Volumen 226, 73–91. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2008.638>

BATAT, W. (2021). “Una exploración fenomenológica de la sostenibilidad en la industria de servicios de alimentos en la región MEA”. **Journal of Services Marketing**. Volumen 35, Nro. 7, 918–932. <https://doi.org/10.1108/JSM-06-2020-0243>

BHATIA, A., & Makkar, B. (2020). “Etapa de desarrollo de un país y divulgación de la RSE: las fuerzas impulsoras latentes”. **International Journal of Law and Management**. Volumen 62, Nro. 5, 467–493. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-03-2020-0068>

BHUMIKA, Priya, K. R., & Sinha, A. K. (2022). “Bases de las contribuciones sociales: conceptualización de patrones de comportamiento entre líderes socialmente contributivos en India”. **Social Responsibility Journal**. Volumen 18, Nro. 2, 221–239. <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2019-0311>

BLASI, S., & Sedita, S. R. (2022). “Mapeando el surgimiento de una nueva forma organizacional: Una exploración de la estructura intelectual de la investigación B Corp”. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**. Volumen 29, Nro. 1, 107–123. <https://doi.org/10.1002/csr.2187>

BOĞAN, E., Dedeoğlu, B., & Balıkçioğlu Dedeoğlu, S. (2021). “El efecto de la percepción de los residentes sobre la responsabilidad social del hotel en la actitud general hacia el turismo”. **Tourism Review**. Volumen 76, Nro. 5, 1104–1122. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2019-0353>

CAJIGA CALDERÓN, J. F. (2015). El concepto de responsabilidad social empresarial. In *Cemefi*. https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

CAMILLERI, M. A. (2022). Walking the talk about corporate social responsibility communication: An elaboration likelihood model perspective. *Business Ethics, Environment and Responsibility*. <https://bit.ly/3PhVGJ2>

CANESSA ILLICH, G., & García Vega, E. (2021). **El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el Mundo**. Lima Peru: Sklos sociedad de responsabilidad limitada (ed.); Primera Edición. https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/abc_de_la_rse_en_el_peru_y_el_mundo.pdf

CARRILLO PUNINA, A. P. (2017). “Responsabilidad social en las pymes latinoamericanas y españolas: limitaciones, objetivos y estrategias”. **CienciAmérica: Revista de Divulgación Científica de La Universidad Tecnológica Indoamérica**. Volumen 6, Nro. 2, 61–65. <https://bit.ly/3jLjMpO>

CARROLL, A. B. (1979). “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”. **Corporate Social Responsibility**. Volumen 4, Nro. 4, 497–505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>

CARROLL, A. B. (1999). “Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct”. **Business & Society**. Volumen 38, Nro. 3, 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800302>

org/10.1177/000765039903800303

CONTE, F., Sardanelli, D., Vollero, A., & Siano, A. (2022). “Señalización de RSE en industrias controvertidas y no controvertidas: políticas de RSE, estructuras de gobierno y herramientas de transparencia”. **Revista Europea de Gestión**. Volumen 41, Nro. 2, 274-281 <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.12.003>

CORREA JARAMILLO, J. G. (2007). “Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social”. **Semestre Económico**. Volumen 10, Nro. 20, 87-102. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=165013675005>

CUESTA, M. (2004). Responsabilidad social corporativa: la creación de valor. Universidad San Pablo CEU.

ESPINOZA GUADALUPE, L. (2015). *La gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno - periodo 2004-2014* [Universidad San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/1857>

HOEPNER, A. G. F., & Schopohl, L. (2020). “Fondos de Pensiones Estatales y Responsabilidad Social Empresarial: ¿Los Valores Políticos de los Beneficiarios Influyen en las Decisiones de Inversión de los Fondos?”. **Journal of Business Ethics**. Volumen 165, Nro. 3, 489-516. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4091-z>

HUANG, D. Z.-X. (2022). “Una teoría integrada del enfoque de la empresa para el desempeño ambiental, social y de gobierno”. **Accounting and Finance**. Volumen 62, Nro. S1, 1567-1598. <https://doi.org/10.1111/acfi.12832>

IBARRA PADILLA, A. M. (2014). “Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico Colombiano”. **Revista de Derecho**. Volumen 41, Nro. 41, 51-82. <http://www.scielo.org.co/pdf/dere/n41/n41a03.pdf>

JOUBER, H. (2022). “Women leaders and corporate social performance: do critical mass, CEO managerial ability and corporate governance matter?”. **Management Decision**. Volumen 60, Nro. 5, 1185-1217. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2020-0953>

Karatas-Ozkan, M., Özgören, Ç., Yamak, S., S., I., Tunalioglu, M. N. Pinnington, A., Nicolopoulou, K., & Baruch, Y. (2022). “Naturaleza dual de la relación entre responsabilidad social empresarial y gestión de recursos humanos: ¿una bendición o una maldición?”. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**. Volumen 29, Nro. 5, 1578-1594. <https://doi.org/10.1002/csr.2305>

KIM, M., White, C., & Kim, C. (2022). “Examen de las relaciones entre los factores culturales y las expectativas de la RSE”. **Journal of Communication Management**. Volumen 23, Nro. 4, 427-443. <https://doi.org/10.1108/JCOM-01-2019-0009>

LARA MANJARREZ, I. A., & Sánchez Gutiérrez, J. (2021). “Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México”. **Mercados y Negocios**. Volumen 22, Nro. 43, 97-118. <https://doi.org/10.32870/myn.voi43.7546>

LÓPEZ SALAZAR, A., Ojeda Hidalgo, J. F., & Ríos Manríquez, M. (2017). “La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso”. **Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review**. Volumen 20, Nro. 1, 36-46. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>

MADERO GÓMEZ, S., Olivas-Lujan, M. R., Leal Rubio, Y. L., & Yusliza, M. Y. (2022). “Gestión sostenible de recursos humanos: perspectivas de los practicantes Gestión de recursos humanos sostenible: perspectiva de los profesionales”. **Investigación de Gestión**. Volumen 20, Nro. 2, 111-128. <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-07-2021-1202>

MERCADO SALGADO, P., & García Hernández, P. (2007). “La responsabilidad social en empresas del valle Toluca (Mexico). Un estudio exploratorio”. **Estudios Gerenciales**. Volumen 23, Nro. 102, 119–135. [https://doi.org/DOI:10.1016/S0123-5923\(07\)70005-0](https://doi.org/DOI:10.1016/S0123-5923(07)70005-0)

MIETHLICH, B., Beliakova, M., Voropaeva, L., & Ustyuzhina, O. (2022). “Política Corporativa Interna: RSC y Satisfacción de los Empleados”. **Revista de Responsabilidades y Derechos de Los Empleados**. Volumen 35, 127-141. <https://doi.org/10.1007/s10672-022-09406-5>

MORAMAYORAL, M. J., & Martínez Martínez, F. R. (2018). “Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social”. **Equidad y Desarrollo**. Volumen 31, 27–46. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6642176>

ORMAZA ANDRADE, J., Ochoa Cres, J., Ramírez Valarezo, F., & Quevedo Vázquez, J. (2020). “Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030”. **Revista de Ciencias Sociales**. Volumen 26, Nro. 3, 175–193. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565475>

Responsabilidad social-Comité Perú. (2012). *ISO y la norma 26000 sobre responsabilidad social*.

REYES RAMÍREZ, L. A., Leyva del Toro, C., Pérez-Campdesuñer, R., & Sánchez Rodríguez, A. (2022). “Variables de la responsabilidad social corporativa. Un modelo de ecuaciones estructurales”. **Retos**. Volumen 12, Nro. 24, 286–305. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.06>

RINTALA, O., Laari, S., Solakivi, T., & Töyli, J. (2022). “Cumplimiento de expectativas o superación: el papel de los valores de mercado en el vínculo entre el desempeño ambiental y financiero”. **Business Strategy and the Environment**. Volumen 31, Nro. 3, 768–781. <https://doi.org/10.1002/bse.2916>

RODRÍGUEZ CALA, A., Calle Rodríguez, C., Durán García, N., Zöllner, B., & Pons Rodríguez, A. (2021). “Responsabilidad social corporativa en los centros de la red hospitalaria de utilización Pública de Cataluña”. **Gaceta Sanitaria**. Volumen 35, Nro. 1, 67–71. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.06.001>

SHARMA, E., & Sathish, M. (2022). “CSR leads to economic growth or not”: an evidence-based study to link corporate social responsibility (CSR) activities of the Indian banking sector with economic growth of India”. **Asian Journal of Business Ethics**. Volumen 11, 67–103. <https://doi.org/10.1007/s13520-022-00142-5>

SILVA, P., Carrizo Moreira, A., & Mota, J. (2022). “Percepción de los empleados sobre la responsabilidad social empresarial y el desempeño: los roles mediadores de la satisfacción laboral, el compromiso organizacional y la confianza organizacional”. **Revista de Estrategia y Gestión**. Volumen 16, Nro. 1, 92-111. <https://doi.org/10.1108/JSMA-10-2021-0213>

SOLIZ AGUAYO, N. (2017). “La Responsabilidad Social Empresarial: Caso Arca Continental. Ecuador”. **Revista Publicando**. Volumen 10, Nro. 2, 186–204. <https://bit.ly/3bI782Z>

TOSUN, C., Parvez, M. O., Bilim, Y., & Yu, L. (2022). “Efectos del liderazgo verde transformacional en el desempeño verde de los empleados a través del papel mediador de la responsabilidad social corporativa: Reflexión desde el norte de Chipre”. **Revista Internacional de Gestión Hotelera**. Volumen 103. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103218>

VIVES, A., & Peinado Vara, E. (2011). **La responsabilidad Social en America**

Latina. In A. Vives & E. Peinado Vara (Eds.), *Introducción a la administración* (Fondo Mult). Banco Interamericano de Desarrollo. <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>

Documento oficial:

INEI. (2018). *Puno: Resultados definitivos del censo nacional de población y vivienda 2017*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1563/

Agradecimiento

Deseamos expresar nuestro agradecimiento a la Universidad Nacional del Altiplano a través del Vicerrectorado de Investigación por el financiamiento de la investigación con fondos provenientes de FEDU UNA. A Sonia Sánchez Gárate en el marco de la Tesis de Sociología UNA “Nivel de aplicación de las políticas y programas de responsabilidad social que implementa la Empresa San Gabán” y mi participación en condición de director y asesor de Tesis.