

EL ROL DEL DERECHO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ¿LÍNEA BASE, PROMOCIÓN O LIMITACIÓN?

THE ROLE OF LAW IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: BASELINE, PROMOTION, OR LIMITATION?

Miguel Ángel Torres Morales*

Universidad de Lima
Perú

Recibido: 3 de febrero del 2025

Aprobado: 9 de febrero del 2025

RESUMEN

En las últimas décadas la responsabilidad social empresarial (RSE) ha sido identificada no sólo como una estrategia para el desarrollo de las empresas, sino como esencia de las mismas, resultando importante, en consecuencia, analizar el rol que el Derecho desempeña frente a este enfoque empresarial. Para ello, es necesario repasar la finalidad del Derecho, desde una concepción integral como la efectuada por la teoría tridimensional, que analiza el Derecho como integración de la conducta, la norma y el valor, contrastándola con los retos que presenta el desarrollo de la RSE. Si bien se considera que la RSE tiene un carácter voluntario, es imposible negar que el Derecho se constituye no sólo como su “línea base”, como un factor que puede impulsar o, por el contrario, afectar y desincentivar su desarrollo, ya sea mediante cargas regulatorias excesivas, normas poco claras o incentivos mal diseñados. En esa línea, el objetivo de la investigación es buscar el rol que tiene y debiera tener el Derecho peruano frente al desarrollo de la RSE.

La metodología utilizada en la presente investigación es de tipo correlacional-explicativo con el objetivo de analizar el rol del Derecho frente a la estrategia y enfoque empresarial identificada como RSE, así como las consecuencias que pueda generar. Además, la línea de enfoque es cualitativa, buscando explicar el rol fundamental del Derecho en la RSE.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, social corporativa, grupos de interés, teoría Tridimensional del Derecho.

ABSTRACT

In recent decades, Corporate Social Responsibility (CSR) has been understood not only as a business development strategy but as an essential component of corporate identity itself. Consequently, it becomes important to analyze the role that law plays in relation to this business approach. To do so, it is necessary to revisit the purpose of law from a comprehensive perspective, such as the one proposed by the Three-Dimensional Theory, which examines law as the integration of conduct, norms, and values, and to contrast this with the challenges posed by the development of CSR. Although CSR is generally considered voluntary in nature, it is undeniable that the law serves not only as its baseline but also as a factor that can either promote or, on the contrary, hinder and discourage its development through excessive regulatory burdens, unclear rules, or poorly designed incentives. In this context, the aim of this research is to identify the role that Peruvian law currently plays—and should ideally play—in the development of CSR.

The methodology used in this study is correlational-explanatory, with the purpose of analyzing the role of law in relation to the business strategy and approach identified as CSR, as well as the potential consequences it may generate. The research adopts a qualitative approach, seeking to explain the fundamental role of law within CSR.

Keywords: corporate social responsibility, corporate social responsibility, stakeholders, three-dimensional theory of law.

Para citar este artículo: Torres Morales, M. Á. (2026). El rol del derecho en la responsabilidad social empresarial: ¿línea base, promoción o limitación? Vox Juris, 44(2), [pp. 157–175]. DOI: <https://doi.org/> [DOI-asignado]

* Miguel Ángel Torres Morales. Abogado. Universidad de Lima, Perú. Magister en Gobierno de las Organizaciones por la Universidad de Piura. Docente universitario en Derecho Tributario y Constitucional. ORCID: 0000-0003-1776-2549. Correo: mtorresm@ulima.edu.pe

SUMARIO

I. Introducción. II. Metodología. III. Desarrollo y resultados de la investigación. IV. Mecanismos que aseguren normas acordes con la RSE. V. Conclusiones. VI. Bibliografía.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy, el desarrollo de la actividad empresarial por parte de las personas nos resulta lógico y coherente con la naturaleza humana. Es innegable que muchos encuentran en el emprendimiento una forma de trascender, vinculada a la búsqueda de sentido y propósito, es decir, a comprender por qué y para qué existimos.

En ese sentido, es propio de nuestra especie procurar la satisfacción de nuestras necesidades, tanto materiales, cognitivas y afectivas, por medio del desarrollo empresarial o de la interacción con las empresas.

En síntesis, es razonable sostener que, para el desarrollo integral de la persona, contar con condiciones que permitan una vinculación productiva con empresas u otras organizaciones constituye un medio idóneo para generar riqueza, ampliar conocimientos y concretar proyectos con impacto personal y comunitario.

En esta línea, se han desarrollado investigaciones entre las que destaca la de Juan Antonio Pérez López, en las que se advierte que, en la búsqueda de la satisfacción de las necesidades del ser humano, es indispensable reconocer la actividad empresarial como una herramienta para tal fin, siempre que se mantenga una perspectiva antropológica y sociológica (Pérez López, 1998).

Desde mi perspectiva, en las últimas décadas la responsabilidad social empresarial (RSE) no solo se ha consolidado como una estrategia relevante para el crecimiento y sostenibilidad de las empresas, sino también como un componente clave para el bienestar integral de quienes se relacionan con ellas. Considero que la RSE contribuye a satisfacer necesidades psico-corpóreas, cognitivas y afectivas, tanto de los propietarios como de trabajadores, clientes y comunidades vinculadas a la actividad empresarial.

Bajo mi criterio, la responsabilidad social empresarial puede concebirse como el comportamiento ético y transparente que la empresa debe mantener con todos los grupos de interés vinculados a su actividad. Considero que la motivación que impulsa un comportamiento socialmente responsable se manifiesta en acciones orientadas a atender las necesidades y expectativas de accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, comunidad, Estado y demás actores relacionados con la empresa.

Ahora bien, teniendo en claro que la empresa y en especial que el sistema de gestión conocido como responsabilidad social empresarial se constituye en una herramienta que permite la satisfacción de las necesidades materiales, cognoscitivas y emocionales, de todo aquel que se vincule con las empresas, es importante analizar el rol que el Derecho desempeña frente a ella.

Para mayor ilustración y claridad conceptual, se precisan a continuación las definiciones de empresa, responsabilidad, en un enfoque aplicado al ámbito empresarial, y responsabilidad social empresarial, sustentadas en autores reconocidos en la literatura especializada.

- La empresa es una entidad en la que las personas se organizan para satisfacer necesidades materiales, cognitivas y sociales, orientando su actividad hacia la creación de valor y la trascendencia más allá de la sola obtención de utilidades. Esta concepción se alinea con la visión de Drucker (1954), quien sostiene que la finalidad esencial de la empresa es crear valor al satisfacer necesidades humanas, y con Barnard (1938), que define a la organización como un sistema cooperativo basado en la coordinación consciente de esfuerzos para alcanzar objetivos comunes.
- Por otro lado, la responsabilidad con un enfoque aplicado al ámbito empresarial se entiende como la obligación de una entidad de asumir los impactos que sus decisiones y actividades generan en la sociedad y el medio ambiente, actuando mediante un comportamiento ético y

transparente. Esta definición es consistente con lo establecido por la ISO 26000 (International Organization for Standardization, 2010), que vincula la responsabilidad con la rendición de cuentas por los impactos generados, y con el planteamiento de Carroll (1991), quien integra la dimensión ética como parte esencial de la responsabilidad empresarial.

- Y, finalmente la definición de responsabilidad social empresarial es un enfoque estratégico y un sistema de gestión que integra el comportamiento ético y transparente de la empresa, orientado a la creación de valor económico, social y ambiental, con el fin de contribuir al desarrollo sostenible y atender las expectativas de sus grupos de interés. Esta definición es coherente con la propuesta de la ISO 26000 (International Organization for Standardization, 2010), que concibe la RSE como la integración de prácticas responsables en la gestión organizacional, y con el enfoque de Porter y Kramer (2011), quienes sostienen que la empresa puede generar valor económico creando simultáneamente valor social.

En ese sentido, en la presente investigación se buscará dar respuestas a las siguientes interrogantes, ¿cuál es el rol del Derecho en la responsabilidad social empresarial?, ¿el carácter voluntario de la responsabilidad social empresarial implica una autonomía del marco jurídico al que se somete una empresa?, ¿el Derecho se comporta sólo como línea base para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial, o puede generar la promoción o desincentivo de comportamientos socialmente responsables?, ¿deben los operadores del Derecho, en especial los legisladores, tener presente la necesidad de expedir normas que permitan a las empresas alinearse con este tipo de conductas o estrategias empresariales?

La doctrina del Derecho ha sido ampliamente desarrollada por diversos filósofos. Sócrates, Platón y Aristóteles lo abordaron desde la justicia y el Derecho natural. Santo Tomás de Aquino le dio un fundamento teleológico en la Edad Media, mientras que Hobbes, Locke y Rousseau destacaron la razón como su fuente en la Edad Moderna. Posteriormente, Kelsen fue un exponente del positivismo, centrado en el concepto normativo, y juristas como Savigny en la corriente sociológica priorizaron la eficacia. Finalmente, Carlos Fernández Sessarego y Miguel Reale propusieron la *teoría tridimensional*, que integra las perspectivas valorativa, normativa y social para comprender el Derecho

En efecto, respecto del motivo y de los alcances que puede lograr el Derecho, conviene advertir que existen distintas corrientes que han buscado explicarlo, la realista, que lo entiende como instrumento para satisfacer necesidades concretas; la idealista, que lo orienta hacia un ideal superior de nuestra realidad; la positivista, que lo concibe como un mecanismo que ordena más allá de valorar las razones que la originan o hacia lo que se aspira; y la tridimensional, formulada por Miguel Reale (1996) y desarrollada en el Perú por Fernández Sessarego (2011), que sostiene que los tres planos, norma, hecho o conducta y valor, deben considerarse de manera concomitante y dialogante, a efectos de comprender el verdadero rol que desempeña el Derecho en la sociedad.

Cabe precisar que, para el análisis de nuestra investigación, será esta última la que utilizaremos para desentrañar la verdadera naturaleza del Derecho, buscando encontrar la correlación que, sospechamos, se mantiene presente entre el marco jurídico de un Estado en el que se desempeña una empresa, y las políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) que estas puedan adoptar.

Resulta oportuno advertir que la importancia de la presente investigación radica en que usualmente se considera que la función del Derecho no encuentra mayor relación con las estrategias de desarrollo comercial como la responsabilidad social empresarial (RSE).

En efecto, como señalan Porter y Kramer (2006), los enfoques estratégicos de desarrollo corporativo resaltan la necesidad de contar con un actuar querido por la empresa, y con ello por quienes se encargan de su desarrollo, por otro lado, los profesionales del Derecho, como De Belaunde López de Romaña, Parodina y Muñoz (2001) reconocen que el marco normativo de un Estado, siendo de carácter obligatorio, debe ser observado por cualquier emprendimiento que se efectúe, más allá de la voluntariedad.

Así las cosas, debe evidenciarse que, si bien el acto de una empresa puede o no desarrollarse a libre albedrío de quienes toman las decisiones correspondientes, es inevitable que en dicha deliberación

tengan presente que el marco normativo de cada Estado se presentaría como el punto de partida mínimo sobre el cual deberán construir no sólo la estrategia que deseen implementar, sino el propio comportamiento que deben observar.

Adicionalmente a lo señalado, gracias a la presente investigación podremos determinar si el ordenamiento jurídico, no sólo plantea la línea base de un comportamiento socialmente responsable, sino el tipo de desencadenantes que dicho ordenamiento genera en la actualidad.

En efecto, estimamos que, las normas y el sistema jurídico de un Estado, puede convertirse en una herramienta de desarrollo y fomento de actitudes socialmente responsables, pero también en obstáculos que impidan a un grupo importante de empresas poder cumplir siquiera con los mínimos requeridos para que ello se produzca. Tal sería el caso de normas, que ajenas a la realidad en la que nos desarrollamos, imponga exigencias irracionales o excesivas, sin considerar por ejemplo las dimensiones, el rubro o la ubicación en el que determinada actividad se desenvuelve.

Bajo el orden de ideas descrito, el presente artículo no sólo permitirá identificar los puntos de conexión entre estrategia y ordenamiento jurídico, sino que advertirá las consecuencias que, la expedición de normas en materia empresarial, pueda generar en el comportamiento socialmente responsable de las empresas, pues se estima que así como pueden existir normas razonadas que promuevan su aplicación, también se presume la existencia de normas que las alejan de la posibilidad de desarrollarse de manera sostenible.

II. METODOLOGÍA

El alcance del estudio, en el que se concentrará la investigación es de tipo correlacional- explicativo, pues el objetivo de la misma es analizar el rol del Derecho frente a la estrategia empresarial identificada como responsabilidad social empresarial, así como las consecuencias que ello podría generar.

Se busca con esta metodología determinar si existe o no una relación entre el Derecho y la responsabilidad social empresarial (RSE), verificando si la norma se ha comportado solo como una línea base o si puede gatillar el fomento o desincentivo del desarrollo de la RSE en el Perú. Esta relación ya ha sido estudiada a nivel internacional y nacional: por ejemplo, Buhmann (2006) identificó cómo el Derecho puede desempeñar un rol más activo en la promoción de la RSE, trascendiendo un enfoque meramente voluntario y generando incentivos o marcos regulatorios que condicionan la conducta empresarial; mientras que en el contexto peruano, Belaunde, Muñoz y Parodi (2001) evaluaron el marco legal e institucional aplicable a la RSE, mostrando que la arquitectura normativa puede facilitar o limitar su desarrollo dependiendo del diseño y la implementación de las reglas.

La línea de enfoque de nuestra investigación será fundamentalmente cualitativa, buscando explicar el rol que cumple el Derecho en la responsabilidad social empresarial. Para estos efectos además del análisis bibliográfico que se han desarrollado sobre la finalidad del derecho, así como de la gestión socialmente responsable de las empresas, se desarrollaran entrevistas a especialistas del derecho y de la gestión empresarial.

Es decir, recopilaremos las experiencias y comentarios de los especialistas en diferentes ramas del derecho, así como de quienes han desarrollado una importante expertise sobre la gestión de empresas, administración, responsabilidad social, gerencia social, entre otros.

Conforme se puede observar, se buscará, a través de la literatura científica y de la experiencia y opinión de los especialistas, encontrar los puntos de conexión, así como los efectos que entre ambos conceptos pueden presentarse.

III. DESARROLLO Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Habiéndose precisado que, a primeras luces, la relación entre el Derecho y la RSE se postularía paradójica, pues mientras la norma jurídica se caracteriza por su obligatoriedad, la RSE se sustenta

en la voluntariedad, resulta necesario revisar brevemente cuál es la finalidad del Derecho como sistema normativo y qué persigue la RSE como estrategia y enfoque de gestión empresarial. Solo así podremos abordar el papel que el primero puede desempeñar en el segundo y la relevancia de comprender adecuadamente su interacción.

1. EL MOTIVO DEL DERECHO

Tal y como se ha adelantado, desentrañar no solo el objeto en el que se concentra el Derecho, sino el fin que esta ciencia persigue, no es una novedad para filósofos y juristas.

Desde la Edad Antigua, los principales filósofos Sócrates, Platón y Aristóteles, analizaron el Derecho a partir de la noción de justicia, tomando como fundamento el Derecho natural, entendido como un orden moral que legitima las normas positivas. Aunque sus planteamientos presentan diferencias, coincidían en reconocer una relación esencial entre moral y norma jurídica. En esa tradición, diversos autores contemporáneos han retomado la idea del Derecho como valor; en particular, García-Hirschfeld Travesí (2020) sostiene que el estudio histórico del Derecho revela cómo las concepciones clásicas de justicia y moral han influido en la evolución del pensamiento jurídico hasta nuestros días.

En efecto, tal como relata García-Hirschfeld (2020), mientras que para Sócrates se presentaba una coincidencia entre la moral y la ley, pues el hombre conoce y quiere actuar de manera correcta, Platón aseguraba que la segunda se originaba de la primera y Aristóteles, más bien, las vinculaba a través del desarrollo y cultivo de virtudes que permitieran alcanzar la felicidad por medio de una justicia distributiva o correctiva.

La Edad Media no dejó de analizar el rol del Derecho; atendiendo al giro de la atención propio de la época y buscó un fundamento teleológico en él. En ese sentido, Santo Tomás de Aquino llegó a precisar la existencia de una ley eterna, una ley natural y por supuesto una ley humana que, si bien tenía carácter temporal y dinámica, respondía sin duda a la naturaleza dispuesta por la creación divina (Rubio, 2020).

Por su parte la Edad Moderna, con su enfoque en el ser humano como centro de atención, decididamente aseguró que era la razón la fuente del derecho natural y con ello, diferentes estudiosos, como Hobbes, Locke y Rousseau sostenían con naturalidad que el ser humano, en virtud a este raciocinio, logra implementar un sistema jurídico organizando a las personas en la sociedad (Welzel, 2011).

Conforme puede ser apreciado, en las diferentes edades de nuestra civilización, el concepto valorativo del Derecho, concretado en la justicia, fue considerado su motivo principal. Welzel (2011), explica que el *iusnaturalismo*, corriente en la que los podemos agrupar, sostiene que el fin del Derecho es la búsqueda de la justicia, y considerando su visión axiológica (valorativa) asegura que el derecho debe encargarse del “deber ser” de las cosas, reconociendo un orden natural, sea que ello se origine o descubra por intermedio del sentido común, la fe o la razón.

En buena cuenta, podríamos aseverar que el Derecho es cobijado por la sociedad porque quienes se someten a ella a través de la norma la consideran justa.

En contraposición con el *iusnaturalismo*, alrededor del siglo XIX, aparece la teoría del positivismo, y con ello el concepto normativo del derecho fue identificado como el fin que este persigue. Avocado en la validez de las leyes, desarrollará juicios de valor sobre los hechos para establecer un orden que es impuesto incluso a través de la fuerza, pero siempre dinámico (Pérez-Luño, 1997). Es importante observar que el positivismo, conforme lo advierte, corresponde a la lógica jurídica.

La visión deontológica en la que se apoya esta teoría y que tiene como uno de sus mayores exponentes a Kelsen, asegura que el verdadero valor del Derecho no se encuentra en el deber ser (sostenido, como hemos visto, por el *Iusnaturalismo*) sino en el proceso que si bien concluye en ello, se inicia con el reconocimiento de los hechos (el ser). La norma, tiene pues la función de asegurar, a través de una autoridad competente y de disposiciones ordenadas y vigentes,

la validez de la disposición, corroborando que esta se cumpla como consecuencia del poder coactivo del Estado (García Toma, 2019).

En contra posición a las anteriores teorías, aparece la corriente sociológica, también identificada o relacionada con la corriente realista y materialista. En ella, se asegura que el objeto principal del Derecho es la búsqueda de la eficacia, para lo cual es indispensable que la atención se centre en los hechos o en la conducta (en el ser) para que así pueda disponerse de una normatividad en donde la costumbre y la experiencia sean sus principales fuentes (Álvarez, 1995).

Álvarez (1995) explica que esta visión fenomenológica, en la que participan juristas como Savigny, entiende que la norma no es sino una predicción de lo que debe acontecer ante un eventual suceso, por ello, sitúa en el centro de su preocupación la eficacia de la norma, es decir si esta es efectivamente observada o no.

Teniendo en cuenta lo señalado, resulta claro que abordar el motivo que moviliza al Derecho puede ser efectuado desde diferentes perspectivas y ello no necesariamente implica que deban excluirse una de otras. En esa línea, Fernández Sessarego (2011) y Reale (1996), cada uno de manera independiente, llegaron a esta conclusión originando la aparición de la denominada *teoría tridimensional del Derecho*.

Fernández Sessarego (2011) sostiene que las tres perspectivas a las que hemos hecho referencia: valorativa, normativa y social, son necesarias para poder descubrir la misión del Derecho. En efecto, si bien ambos profesores presentan tenues diferencias en el desarrollo de la teoría, coinciden plenamente en que, a efectos de entender la misión del Derecho, resulta indispensable comprender que la ciencia jurídica implica ontología, lógica y axiología. Es decir que para interiorizar en su plenitud el objeto del Derecho deberemos partir del reconocimiento de hechos que trascienden la esfera individual del ser humano (al impactar en otras personas) y reconocer que ellos deben alcanzarse, a través de un nivel estimativo, los valores deseados en una comunidad, todo ello a través de un plexo normativo.

Así, asegura Miguel Reale (1996) que:

“El Derecho, antes que nada, es una actitud humana, es una conducta del hombre. Si no existiesen hombres viviendo en comunidad, produciendo cosas útiles, concordando o discutiendo ideas e intereses no existiría Derecho. Lo esencial en el Derecho, en primer lugar, es la relacionalidad, o sea la bilateralidad. El fenómeno jurídico es un fenómeno de conducta social jurídica (...) pero él es un hecho social en cuanto tiende a un valor. No existe derecho donde no existe tentativa de realización de lo justo o de un valor justo. (...) Toda vez que los hombres procuran realizar un valor, esta búsqueda tiene como resultado el surgimiento de preceptos imperativos de conducta. La conducta se rige por sí misma a través de los valores a realizar” (pp. 7-8).

Por su parte Fernández Sessarego (2017) afirma que:

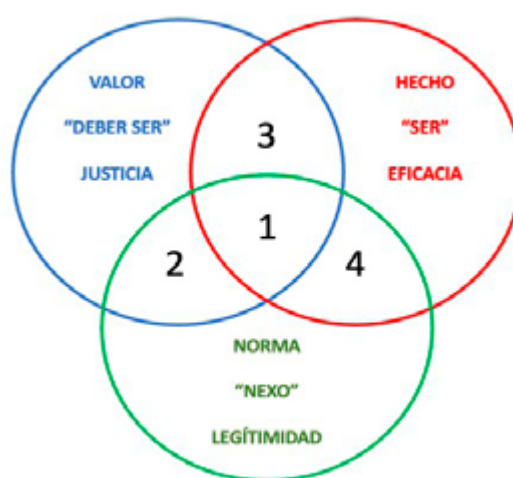
“No hay derecho sin conducta humana en su interferencia intersubjetiva, sin valores inmanentes a ella, sin dejar por esto de ser objetivos, sin normas que representen a la conducta estimativa, y que comportan una coacción. Podemos desplegar aquellos elementos y hacerlos tema, respectivamente, de la ontología, la estimativa y la lógica jurídicas; más si queremos apreciar el Derecho, “lo jurídico” tenemos que considerarlos en su inescindible unidad, en su mutuo exigencia. No existe derecho sin conducta humana en su interferencia intersubjetiva, ni valoración sin conducta, ni conducta, sin valoración, ni conducta estimativa, sin una estructura lógica-gnoseológica de pensamiento que la manifieste y sirva para interpretarla” (pp. 154-155).

Resulta interesante advertir que el resultado de las tres perspectivas, a las que hacen mención ambos juristas, esto es la ontológica, la deontológica y la axiológica, genera que podamos identificar el espacio en el cual logremos conseguir una disposición jurídica eficaz, válida y justa. Un sistema normativo que sea respetado no sólo por conversar con la realidad, o amén de la acción coercitiva que pueda imprimir el Estado, sino porque adicionalmente busca que el ser humano se libere de ataduras injustas, se presenta como la norma ideal para atender a las personas en comunidad (Reale, 1996).

En efecto, la referida confluencia, conforme se verá a continuación, nos permitirá advertir no sólo el espacio en el que se debe desenvolver la normatividad en torno a acciones como las de responsabilidad social, sino que nos hará entender cuándo nos encontramos ante disposiciones utópicas, innecesarias o, peor aún, injustas.

Lo señalado, puede advertirse en el siguiente gráfico, el mismo que será objeto de un mayor análisis en una posterior evaluación de la presente investigación.

Figura 1
Planos de la teoría tridimensional y puntos de conexión



Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta lo señalado, el Derecho, visto desde los tres planos que propone la *teoría tridimensional*, debe convertirse en un diálogo coherente y armónico entre la conducta que se identifica, la norma que lo regula y el objetivo que se espera. Sólo así podremos asegurar que el Derecho se pone a disposición del ser humano y de sus emprendimientos y no en el sentido contrario.

2. EL MOTIVO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Conocida también como responsabilidad social corporativa, ella se constituye en un sistema de gestión que permite el desarrollo de la actividad empresarial valorando el impacto de sus acciones respecto de quienes se desarrollan alrededor de una compañía.

En efecto, la Norma ISO 26000 (2010) precisa que la responsabilidad social empresarial es:

“(...) la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”.

Si bien el concepto de la RSE fue desarrollado por Howard Bowen en 1953, han sido diversos los autores que profundizando en su naturaleza la han perfilado y diferenciado de otros, como la filantropía y la inversión social.

En efecto, como analiza Caravedo Molinari (1998), la filantropía focaliza su impacto en el entorno externo de la empresa, buscando mejorar la calidad de la vida de la sociedad y atiende una motivación netamente altruista; y, la inversión social concentra su impacto en el entorno externo, buscando mejorar la calidad de vida solo de la comunidad donde la empresa tiene una influencia, atendiendo, como consecuencia de ello, un interés por generar beneficios para la

empresa a través de beneficios a la comunidad; en el caso de la responsabilidad social, esta atiende tanto el entorno interno como externo de la empresa generándose, por ello, múltiples receptores de su impacto y una motivación en la obtención de beneficios para cada uno de ellos.

Conforme se puede apreciar, es determinante resaltar que dentro del concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), adquiere vital importancia la *teoría de los grupos de interés (stakeholder theory)*, desarrollado en la década de los 80 por Freeman (2010), mediante la cual se propone la atención de cada uno de los grupos de personas o entidades que se desarrollan alrededor de la empresa, a efectos de poder crear valor en la actividad empresarial y con ello, por supuesto, lograr la satisfacción de las necesidades del ser humano.

Bajo este orden de ideas, es lógico afirmar que la motivación que activa un comportamiento socialmente responsable se traduce en acciones que buscan atender las necesidades y expectativas que accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, comunidad, Estado, entre otros, mantienen de manera legítima alrededor de una compañía.

Recordemos que décadas atrás, el motivo de la creación y del desenvolvimiento de estas entidades era enfocado en la generación de utilidades, precisando que todo impacto adicional, en especial de carácter filantrópico, debía ser dejado en manos de los accionistas, quienes recibiendo los resultados de dicha actividad mercantil podían ayudar a la comunidad. Entre los que sostenían esta posición se encuentra el economista Milton Friedman, quien precisaba que el único acto de responsabilidad de la empresa era la maximización de sus beneficios (Friedman, 2007). Sin embargo, de manera posterior, surgieron voces contrarias que alegaron que el objetivo de estas organizaciones no podía constituirse únicamente en la obtención de utilidades, sino que ella debía responder a un motivo más integrador dentro de la sociedad (Porter y Kramer, 2006).

Así, Mackey y Sisodia (2014), entre algunos otros, aseguraba que las empresas pueden existir para fines o propósitos distintos a la generación de sus resultados.

Producto del debate apasionado entre ambas visiones, se fueron desarrollando diferentes alcances respecto a las motivaciones y motivos que deben alcanzar las empresas, generándose como resultado de ello, que exista un aparente consenso en que la generación de resultados no es, ni debe ser, excluyente a un comportamiento sostenible de las empresas en nuestra sociedad, así como en la satisfacción de las necesidades de todo aquel que interactúe con la empresa. Esto ha sido claramente precisado por Porter y Kramer (2006), al señalar lo siguiente:

“Es cierto que los objetivos económicos y sociales se han considerado diferentes y, a menudo, en competencia desde hace mucho tiempo. Sin embargo, esta es una falsa dicotomía que representa una perspectiva cada vez más obsoleta en un mundo de competencia abierta basada en el conocimiento. Las empresas no funcionan de manera aislada con respecto a la sociedad que las rodea. De hecho, su capacidad para competir depende en gran medida de las circunstancias de los lugares en los que operan. (...) Cuanta más relación con el negocio de una empresa tiene una mejora social, más conduce también a generar beneficios económicos”.

En efecto, en la actualidad es reconocido que las empresas no pueden funcionar de manera aislada, o de espaldas a los grupos de interés que las rodean. Deben, necesariamente, contar con un comportamiento ético y transparente que les permita crecer económicamente, sin perjudicar a quienes acompañan su desarrollo empresarial e incluso lograr que dicho acompañamiento sea efectuado de la manera más integral posible, es decir, atendiendo las necesidades de carácter material, cognoscitivo y afectivo (ISO, 2010).

El sistema de gestión conocido como responsabilidad social empresarial (RSE) se constituye en una herramienta que debe permitir no sólo la satisfacción de las necesidades materiales, sino de aquellas cognoscitivas y emocionales de todo aquel que se vincule con las empresas.

Cabe precisar que, con el devenir de los tiempos, la denominación “responsabilidad social empresarial” ha pretendido ser reemplazado por el de “sostenibilidad” y luego por el de “enfoque ambiental, social y de gobernanza (ESG)”. Dichos cambios responderían, según

señalan, a que la conducta que debe ser alcanzada por parte de las empresas debe ser una mayor a la producida por el mero impacto en programas sociales, con una mirada estratégica que atienda las necesidades de cada uno de los grupos de interés y con unas métricas que permitan advertir riesgos y oportunidades para la empresa (Alonso, Vázquez y Fernández, 2022).

Al respecto, queda claro que al margen de que el cambio de denominaciones ameritaría una investigación independiente, es importante destacar que la referencia a la responsabilidad social que hacemos en el presente documento es uno donde efectivamente atiende a la relación que tiene la empresa con cada uno de los grupos de interés, generando valor que sea corroborado a través de indicadores objetivos.

Este modelo, sea denominado RSE o sostenibilidad o ESG, se le identificada como uno antropológico, diferenciándose de los modelos mecanicistas y psicosociológicos, al atender de manera integral la motivación humana en donde confluyen motivos extrínsecos, intrínsecos y trascendentes (Torres Morales, 2020).

En efecto, Ferreiro y Alcázar (2017), nos recuerda que Aristóteles definía al ser humano como uno poseedor y con ello, la autora, precisa que existen tres niveles de necesidades que buscan ser atendidas: la posesión material (motivo extrínseco), la posesión cognoscitiva (motivo intrínseco) y la posesión ética (motivo trascendental), esta última en la cual se desarrollan las virtudes.

Cabe precisar que quienes han estudiado a profundidad sistemas de gestión desde la perspectiva antropológica reconocen que la empresa debe alinearse con las necesidades de las personas.

En efecto, Pérez (1998) identifica de manera clara tres objetivos de toda organización que, alineados con las necesidades del ser humano (una externa y dos internas) requieren ser atendidos, siendo ellas la eficacia, la atractividad y la unidad. Al respecto el autor precisa lo siguiente:

- “(...) Eficacia: Medida en que la organización es capaz de conseguir la adhesión de los individuos a través de la satisfacción de motivaciones extrínsecas.
- Atractividad: Medida en que los individuos se adhieren a la organización movidos por motivaciones internas, es decir, tanto por motivaciones intrínsecas como trascendentes. Significa, en último término, la medida en que una organización es capaz de atraer individuos por motivos distintos a los que la organización pueda darles. Expresa, pues, ese atractivo que una organización puede tener para una persona en virtud de lo que esa persona puede hacer y no por lo que pueda recibir.
- Unidad: Medida en que la adhesión a la organización es debida específicamente a la motivación trascendente de los individuos. La unidad (el grado de utilidad, para ser más precisos) expresa la medida en que los individuos se mueven de acuerdo con las conveniencias de la organización porque estiman- y eso les motiva a actuar así que de ese modo están satisfaciendo necesidades de otras personas”.

Tal como puede ser apreciado, los motivos alineados con la eficacia buscan la satisfacción de necesidades psico-corpóreas, los dirigidos hacia la atractividad atienden a las necesidades cognoscitivas y las encaminadas a la unidad se desarrollan en búsqueda de saciar las necesidades afectivas. En ese sentido, se atiende a la satisfacción de una necesidad externa (psico-corpórea) y una interna, aunque esta última es separada como intrínseca (cognoscitiva) y trascendente (afectiva).

Bajo este orden de ideas, y reconociendo que las políticas de responsabilidad social empresarial otorgan una importancia transversal a la satisfacción de los tres tipos de necesidades, resulta claro que su implementación presenta una curiosa coincidencia con los tres planos descritos en la teoría tridimensional del derecho, tal como observaremos a continuación, aspecto que como se apreciará puede ayudarnos a entender la simbiosis que existe entre Derecho y RSE.

3. DERECHO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Conforme ha sido analizado en el apartado anterior, dentro de los diferentes sistemas de gestión empresarial, se encuentra uno de corte antropológico que permite, a diferencia de los modelos mecanicistas y modelos psicosociológicos, atender de manera integral la motivación humana (motivos extrínsecos, intrínsecos y trascendentes).

En el siguiente cuadro, elaborado en base a los conceptos desarrollados por Ferreiro y Alcázar (2017), podremos observar las características de ella en comparación con las anteriores:

Tabla 1
Modelos o sistema de gestión empresarial

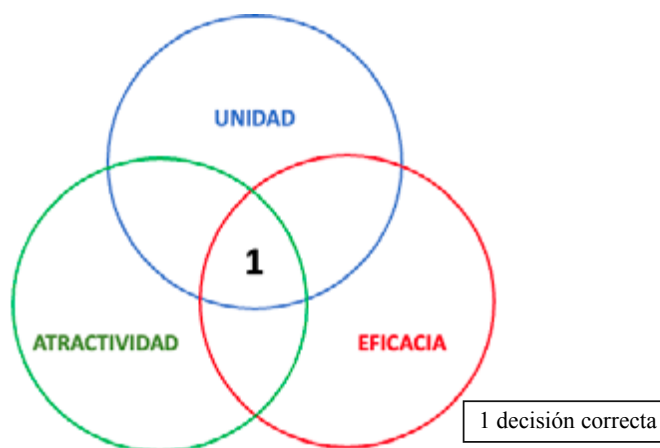
Modelo o sistema	Mecanicista	Psico-sociológico	Antropológico
Centro	Psico-corpóreas	Cognoscitivo	Afectivas
Resultado	Material	Atractividad	Unidad
Necesidad atendida	Extrínseca	Intrinseca	Extrínseca, intrínseca y trascendental
Valor obtenido	Eficacia	Eficiencia	Consistencia
Dimensión	Tener	Saber	Dar

Fuente: Elaboración propia.

Conforme se aprecia, si bien, los modelos mecanicistas centrándose en las necesidades psico-corpóreas de las personas, buscan un resultado extrínseco relacionado con el ámbito material, pretende alcanzar la eficacia en una organización o sistema, y por su parte los modelos psicosociológicos centran su atención en las necesidades cognoscitivas del ser humano, pretendiendo alcanzar una atractividad del sistema; en el modelo antropológico se contempla no sólo cubrir las necesidades extrínsecas e intrínsecas sino satisfacer aquellas trascendentales para las personas (las necesidades afectivas). De esta manera se pretende lograr la unidad de la organización.

Bajo este orden de ideas, hay quienes no dudan como, Ferreiro y Alcázar (2017), que en la toma de decisiones para que esta sea la correcta deben confluir los tres niveles, anteriormente descritos y que se ilustran a continuación:

Figura 2
Tres niveles de motivación



Fuente: Ilustración 25. Gobierno de personas en el empresa. Ferreiro y Alcázar (2017). Elaboración propia.

Teniendo en cuenta lo señalado, es importante advertir que una decisión empresarial fundada en la responsabilidad social, y en su evolucionado concepto de sostenibilidad, es una decisión correcta, toda vez que atiende los motivos alineados con la eficacia (generación de resultados económicos para la empresa), los dirigidos hacia la atractividad (generación de conocimientos que me permitan operar con cada uno de los grupos de interés que se desarrollen alrededor de la empresa) y las encaminadas a la unidad (generación de satisfacción en tanto y en cuanto se atiendan las necesidades de los grupos de interés).

Lo sostenido en el párrafo anterior, encuentra correlato con lo señalado por Pérez (1998):

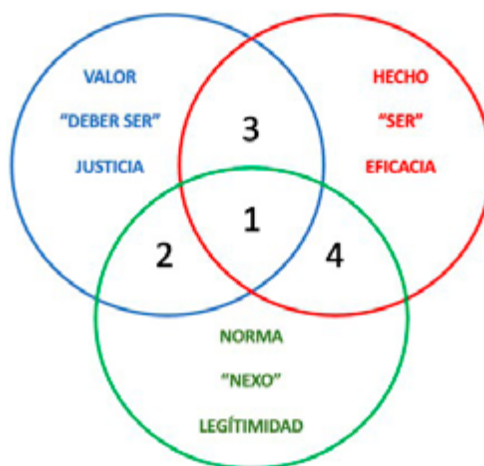
“(…) en el fondo no hay más que una virtud moral: aquella que consiste en la capacidad de actuar valorando de modo efectivo a los otros como si fuesen uno mismo, es decir la capacidad de moverse por motivación trascendente evaluando la necesidad ajena como si fuese propia. A efectos prácticos la ética analiza aquella única virtud moral distinguiendo cuatro virtudes de segundo orden que la constituyen. Dichas virtudes las denomina la prudencia, justicia, fortaleza y templanza” (p. 67).

Así las cosas, es evidente que un accionar socialmente responsable (sostenible) se fundamenta en la ética, aquella virtud, que, conteniendo a la prudencia, justicia, fortaleza y templanza, nos permite alcanzar la trascendencia deseada.

Ahora bien, teniendo claro el tipo de sistema de gestión y de decisiones empresariales que deseamos tener, es el objeto de la presente investigación determinar el rol que al Derecho atañe para el desarrollo de este modelo.

Para estos efectos, resulta indispensable, reiterar una vez más que la descripción del motivo del Derecho que se acerca, a nuestro entender, de manera más acertada es el de la *teoría tridimensional del Derecho*, esto es que la naturaleza de ella sólo puede ser apreciada a través de la perspectiva valorativa, normativa y social. Es decir que para interiorizar en su plenitud el objeto del Derecho deberemos partir del reconocimiento de hechos que trascienden la esfera individual del ser humano (al impactar en otras personas) y reconocer que ellos deben alcanzar, a través de un nivel estimativo, los valores deseados en una comunidad, todo ello a través de un plexo normativo. Tal y como se aprecia a continuación:

Figura 3
Planos de la teoría tridimensional y puntos de conexión



Fuente: Elaboración propia.

Así, como fuese adelantado en acápites anteriores, el Derecho, visto desde los tres planos que propone la *teoría tridimensional*, nos permite advertir que dentro del mundo jurídico podríamos encontrar diferentes disposiciones normativas. Algunas (las más deseables) donde

se cuide en tener en cuenta las tres perspectivas mencionadas y otras (las más reiteradas) que más bien dejen de lado alguno de estos prismas.

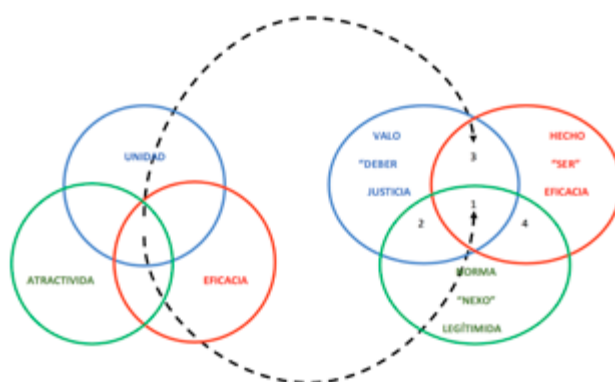
Así pues, la zona identificada en el gráfico como la Nro. 4, sin duda se estaría refiriendo a una disposición normativa demagógica o populista, puesto que quien ha dispuesto de ella tiene como objetivo atender una situación en concreto (un hecho) y otorgarle una “solución” o una consecuencia al mismo. Obsérvese que como en este supuesto, la disposición no toma en consideración la función valorativa del Derecho, su consecuencia no alcanzará la solución correcta: esto es ser sostenible en el tiempo y en busca de un principio o valor superior. Estamos pues ante una disposición efectivista que seguro solucionará un reclamo inmediato pero que no aspira a la trascendencia.

Por otra parte, la zona Nro. 2, corresponde a aquellas disposiciones normativas utópicas o alejadas de la realidad, aquellas que si bien buscan una finalidad justa no se condice con la realidad de las cosas. Así, por ejemplo, tenemos aquellas normas que con el objetivo de atender las mejores prácticas posibles terminan por regular en exceso, generando que las empresas prefieran encontrarse al margen de la norma. Este tipo de disposiciones es sin duda uno de los grandes responsables de la informalidad en nuestro país.

Son las zonas 1 y 3 donde, a nuestro entender, encontramos el espacio de una política socialmente responsable, es decir una decisión correcta que impacta en el mundo jurídico sosteniéndose en la voluntad o en el denominado *ius imperium* conforme se grafica a continuación:

Figura 4

Relación entre teoría tridimensional y resultado de los 3 sistemas de gestión empresarial



Fuente: Elaboración propia.

En efecto, aquella decisión de gestión empresarial que busque la eficacia, atractividad y unidad (es decir la “decisión correcta”) puede ser acogida sea de manera voluntaria o a través de la exigibilidad legítima de una norma, generando con ello que las decisiones empresariales tengan el sustento suficiente para su ejecución.

Lo señalado cobra sentido, si se repara en el hecho que existen en nuestra realidad un sinnúmero de decisiones adoptadas por las empresas a partir de determinados hechos o acciones generadas frente a distintos grupos de interés, que buscan libremente, lograr un valor sin que para ello sea necesaria el nacimiento de una disposición normativa.

De hecho, tradicionalmente, es este espacio (el Nro. 3) el que regularmente ha sido identificado como el patio de maniobras de la responsabilidad social, toda vez que a partir de un hecho concreto y sólo con motivo de la voluntad de los decisores, buscan un resultado que abone a la sostenibilidad de la relación entre la empresa y el grupo de interés al que se encuentra dirigido.

Ejemplos de este tipo de actos de responsabilidad social empresarial, vendrían a ser las políticas de clima laboral, los principios de buen gobierno corporativo, la selección ética de proveedores,

la certificación ambiental, las prácticas de *marketing* ético, el apoyo a los programas sociales y comunitarios, entre otros.

Obsérvese que todos estos actos se encuentran soportados o son gatillados como consecuencia exclusiva de la voluntad de la empresa, o de quienes toman las decisiones en ellas. Es decir que, a partir de un hecho concreto, esto es su relacionamiento con cada uno de los grupos de interés, la empresa voluntariamente aspira a la atención de las necesidades de cada uno de ellos, asegurándose que reciban lo que en virtud les corresponde.

Ahora bien, conforme puede irse intuyendo, los actos de responsabilidad social no están circunscritos única y exclusivamente a las decisiones voluntarias (espacio Nro. 3), sino que es importante advertir que la norma jurídica, aquella que cumple con reconocer un hecho que trascienden la esfera individual del ser humano y vía un plexo normativo busca valores deseados por la sociedad como la justicia o la libertad, puede identificar determinadas obligaciones como una línea base para el desarrollo de actos de responsabilidad social empresarial o incluso como una acción merecedora de un reconocimiento y promoción (zona Nro. 1).

En efecto, el Derecho se comporta como línea base para la responsabilidad social cuando exige por intermedio de disposiciones de corte constitucional, legal o incluso reglamentario, el cumplimiento de una serie de disposiciones. Así, por ejemplo, los artículos del 23 al 29 de la Constitución Política del Perú exigen que se respete la dignidad del trabajador, se pague los beneficios sociales, se otorgue una jornada justa que incluya el descanso semanal y anual, se brinde igualdad de oportunidades, se reconozca el derecho a la negociación colectiva y la huelga; los artículos 95 y 96 de la Ley General de Sociedades (Ley 26887) desarrollan los derechos de los accionistas de control y administración, y derechos de propiedad (derecho al voto a la participación en utilidades, a intervenir en la juntas generales, a impugnar decisiones o incluso a separarse de la misma); el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley 29571) donde se ampara el derecho a que los cliente puedan acceder a productos y servicios idóneos, la Ley de la no Discriminación Laboral (Ley 30709) donde se establece los aspectos que deben ser evaluados para garantizar la igual remuneración por igual trabajo, sin perjuicio del sexo al que corresponda el trabajador, entre otros muchos ejemplos.

Lo señalado resulta lógico, pues bajo el entender unívoco de especialistas tanto en Derecho como en gestión empresarial, no podríamos pretender que exista una empresa socialmente responsable que no cumpla con sus obligaciones de carácter tributario, laboral, ambiental, etc.

Sin perjuicio de lo señalado, es indispensable observar que las disposiciones jurídicas no se limitan única y exclusivamente a delinear la línea base de un comportamiento socialmente responsable (podría decirse socialmente aceptable), sino que con el tiempo ha encontrado que su *ius imperium* no solo puede verse traducido en una exigibilidad coercitiva (y por tanto sancionadora), sino en la promoción de determinadas conductas. Cabe precisar que, en este último supuesto, la obligatoriedad no es la característica principal de la disposición normativa, al menos en lo referido al acto esperado por la empresa, sino que más bien se alienta a que voluntariamente esta actúe de determinada manera a efectos de que el sistema jurídico le reconozca (obligatoriamente) un reconocimiento, normalmente de corte económico, a efectos de que se promueva la repetición de este tipo de comportamientos.

Así pues, el Derecho se comportará como un promotor de conductas socialmente responsable, cuando prevé en su ordenamiento disposiciones como la ejecución de sistemas como el de obras por impuestos (Ley 29230), por medio del cual se reconoce a la empresa los gastos incurridos en la ejecución de una inversión pública como crédito contra sus obligaciones tributarias; cuando a través de la normatividad se reconoce los beneficios de operar a través de proveedores que debidamente formalizados ejecutan sus acciones a través de mecanismos asociativos como las cooperativas de servicios (Leyes 29683 y 31335), o la norma que promueve el uso de la bicicleta reconociendo días de descanso adicional a sus trabajadores entre otros muchos ejemplos.

Tal como puede ser observado, el Derecho puede ser de suma utilidad a efectos de delinear el punto de partida para las empresas que deseen actuar de manera socialmente responsable o promover la adopción de estas medidas generando de esta manera una guía hacia un camino de decisiones ejemplares en la sociedad.

Sin perjuicio de lo señalado, es importante reiterar los límites que este tipo de normas deben observar a efectos de evitar que dejen de establecer o impulsar decisiones correctas y socialmente responsables.

En efecto, es indispensable advertir que la evaluación que debe efectuar sobre todo el legislador al momento de establecer normas que busquen fomentar las decisiones correctas por parte del empresariado, deben estar siempre conectadas a la realidad, y permanentemente buscando la justicia (es decir combinar el plano normativo con las otras dos dimensiones en la teoría tridimensional del Derecho), de lo contrario, conforme hemos advertido, podrán producirse:

- Disposiciones utópicas, dignas de ser enmarcadas y ensalzadas pero que difícilmente podrían ser puestas en práctica, o peor aún, que habiéndolas puesto en ejercicio tienen como consecuencia que la empresa desista de mantenerse en el mundo de la formalidad. En efecto, en el Perú la sobrerregulación en temas laborales, tributarios y sectoriales ha sido terrible para el desenvolvimiento de los negocios. Según Marquina, Avolio, Del Carpio y Fajardo (2022), señalan que el ranking de competitividad mundial evidencia que entre los años 2008 al 2022 el Perú en lo que se refiere a la puntuación de la eficiencia del gobierno, específicamente en el concepto denominado “Legislación para los negocios” ha perdido más de 12 puntos (de 50.6 a 38.2), lo que ha significado que nuestro posicionamiento empeore desde el puesto 42 al 53 del referido *ranking*.

Es importante advertir que, dentro de este espacio, también se encontraría aquellas normas que supuestamente otorgan algún tipo de beneficio, pero que ya sea por su propia concepción o su posterior reglamentaria deformación dejan de ser atractivas y por tanto pasan a ser inútiles.

Ejemplo de este tipo de disposiciones son las constantes exoneraciones a impuestos como el impuesto general a las ventas (impuesto al valor agregado en el Perú) que se incorporan. Tal cual, si bien se pudiese pensar que una exoneración sería bienvenida para cualquier negocio, lo cierto es que, en el caso de un tributo dirigido al consumo, pero bajo la administración y pago del vendedor, el beneficio puede jugar en contra de este último. En efecto, en este caso quien vende, al encontrarse exonerada su operación, no puede trasladar el impacto económico del impuesto que ha pagado previamente en los diferentes eslabones de la cadena de producción y comercialización, debiendo entonces asumir esto como parte de su estructura de costos.

- Disposiciones demagógicas o populistas que sólo tienen un sustento en un discurso político que trata de encandilar a los ciudadanos o de conectar con ellos a costa de dejar de hacer lo correcto o lo necesario por parte de quien gobierna.

En nuestro país, este tipo de normas han invadido el espectro jurídico, amén de un desmedido deseo, por parte de algunos candidatos o incluso funcionarios ya elegidos, de ser aceptados o acogidos por la sociedad. Las encuestas de opinión, muchas de ellas, cuestionablemente elaboradas, ayudan con frecuencia a esta tendencia.

Dentro de este tipo de disposiciones se encuentran algunas normas de carácter declarativo, entendiéndose como tal a aquellas a través de las cuales un poder del Estado se inmiscuye en las potestades de otro poder de ese mismo Estado, alegando que sólo se trata de una norma en el que se sugiere determinada actuación. Ello, en realidad, lo que genera es que nuevamente se engañe a la ciudadanía buscando popularidad, sin lograr el imperio de la justicia como valor.

Un caso que puede ser identificado como tal es el de nombramiento por parte del parlamento de personal del Ejecutivo en determinadas condiciones laborales o modalidades contractuales. Claramente, esta no debería ser una disposición dictada por el Congreso, quien buscando popularidad puede afectar el tesoro público administrado por el Ejecutivo, y generar con ello injusticias para otros sectores.

IV. MECANISMOS QUE ASEGUREN NORMAS ACORDES CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Tal como ha sido visto en los apartados precedentes, resulta claro que la existencia de la responsabilidad social empresarial (RSE) no se reduce a la preexistencia de normas que así lo prevean. En efecto, sin norma sí puede existir RSE, máxime si se considera que este sistema de gestión empresarial de corte antropológico, nace como uno voluntario y se ha mantenido en gran cantidad de expresiones según la discrecionalidad de las compañías.

Ahora bien, esa independencia que se presenta, en nada implica que la RSE, se encuentre al margen del Derecho pues si bien no requiere de ella para su existencia, es imposible pensar en una empresa que pretendiendo serlo, lo logre incumpliendo el marco normativo al que se encuentra sometido.

Es más, tal como ha sido precisado, el Estado en busca de lograr normas que puedan ser eficaces, legítimas y justas, requiere ser consciente que será él quien establecerá un mínimo exigible y dependerá también de él, que se promueva todo acto que vaya en dirección de la RSE.

Ahora bien, ser un punto de partida o una norma promotora es sin duda importante, pero más aún lo es, el evitar que una disposición vaya en sentido contrario, pues la consecuencia de ello serían normas injustas, ilegítimas o irreales conforme se ha visto anteriormente.

Siendo esto así, parece necesario determinar si en la actualidad nuestro sistema prevé una valuación de proyectos de ley que verifique si estas se encuentran alineadas o no en el sentido que promueve la RSE.

Al respecto, es importante advertir que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 75 del Reglamento del Congreso de la República del Perú (2022), todo proyecto de ley debe contener una exposición de motivos donde se desarrolle los siguientes aspectos:

1. El problema que se pretende resolver y fundamento de la propuesta.
2. Antecedentes legislativos.
3. Efecto de la vigencia de la norma sobre la legislación nacional.
4. Análisis costo – beneficio.
5. Incidencia ambiental, cuando corresponda.
6. Relación con la agenda legislativa y el acuerdo nacional.

Conociendo lo expuesto, uno podría estar tentado a exigir que se incorpore como un requisito independiente la valoración del impacto de sostenibilidad o de responsabilidad social empresarial, cuando esta corresponda. Sin embargo, ello no es necesario toda vez que ya en el apartado de costo beneficio, el reglamento precisa que, el mismo debe ser desarrollado identificando los grupos de interés, así como los beneficios o perjuicios que se generarán como consecuencia de ello.

El tema no pasa entonces por la exigencia normativa de que las leyes se elaboren teniendo en cuenta el impacto que el mismo generará en cada uno de los *stakeholders*, sino en que sean los propios legisladores los que cumplan con la evaluación correspondiente, teniendo en claro que lo que deben buscar son normas eficaces, legítimas y justas.

Seamos conscientes entonces que, si bien el acto de RSE puede ser voluntario, no podemos pretender que siquiera lo sea, si es que las normas que se aprueban no permiten que las empresas puedan actuar con eficacia, atractividad y unidad en sus decisiones.

V. CONCLUSIONES

1. Conforme a la teoría tridimensional, el rol del Derecho es solo descubierta a través de perspectivas valorativa, normativa y social, es decir que la ciencia jurídica implica ontología, lógica y axiología. Así, para interiorizarla deberemos partir del reconocimiento de hechos que trascienden la esfera individual del ser humano y reconocer que ellos deben alcanzar, a través de un nivel estimativo, los valores deseados en una comunidad, todo ello a través de un plexo normativo que asegure su cumplimiento.
2. La responsabilidad social empresarial se constituye en una herramienta que debe permitir no sólo la satisfacción de las necesidades materiales, sino de aquellas cognoscitivas y

emocionales de cada uno de los grupos de interés que se vincule con las empresas.

3. A la RSE se le identifica como un sistema antropológico. Una decisión empresarial fundada en la responsabilidad social, y en su evolucionado concepto de sostenibilidad, es una decisión eficaz (generación de resultados económicos para la empresa), con atractividad (generación de conocimientos) y encaminada a la unidad (generación de satisfacción a diferentes grupos de interés).
4. Si bien tradicionalmente se ha considerado que la RSE tiene un carácter voluntario, ello no excluye el Derecho se constituya no sólo como su “línea base”, sino también como un elemento que promocióne o desincentive el desarrollo de este sistema antropológico.
5. No puede concebirse a una empresa como Socialmente Responsable, si ella no cumple con el marco jurídico base de un país. Así, no podremos considerar que una empresa es socialmente responsable si no cumple con sus tributos, obligaciones laborales, exigencias ambientales, transparencia en sus operaciones o brindar un producto o servicio que no afecte la integridad de sus clientes, entre otros.
6. Considerando que el Derecho no solo desarrolla lo mínimo (el punto de partida), sino que el mismo puede incentivar o desincentivar diferente tipo de comportamiento; es importante reconocer que ello también sucede en lo que atañe a la responsabilidad social de las empresas.
7. Al momento de normar el legislador deberá tener presente los hechos, de lo contrario brindará una disposición que, si bien pretende ser exigible, pues buscaría un valor en concreto, este sería de imposible aplicación; siendo además que, al ser un supuesto inalcanzable, no podría ser considerado como una práctica socialmente responsable.
8. De dictarse una norma, esta debe responder siempre a determinados valores a los que aspira una sociedad. En caso no hacerlo, podremos estar ante una disposición que pudiera aplacar, al corto plazo, una necesidad específica, pero ello no será sostenible en el tiempo, al carecer de un motivo más elevado, con lo cual difícilmente podría derivar en un comportamiento socialmente responsable.
9. En caso una disposición normativa sea emitida inobservando la forma jurídica adecuada o incluso prescindiendo de ella o de mecanismos que aseguren el cumplimiento de la misma, resultará evidente que dicha disposición tenderá a ser incumplida o inobservada, constituyéndose en una de corte netamente declarativo que, si bien puede estar alineada a un comportamiento socialmente responsable, lo cierto es que no requeriría entonces de la propia norma.

Siendo que el Derecho no es un requisito *sine qua non* para la existencia de la responsabilidad social, debe advertirse que lo mismo no sucede en el sentido inverso. Considerando que la norma es el punto de partida o que debe promocionar este comportamiento, debe cuidarse que al momento de la elaboración de las disposiciones no se produzca más bien su desincentivo. En ese sentido habrá que asegurarnos que los legisladores tengan presente los hechos, los valores y la idoneidad que una norma debe perseguir.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Albareda, L., Lozano, J. M., & Ysa, T. (2007). Public policies on corporate social responsibility: The role of governments in Europe. *Journal of Business Ethics*, 74, pp. 391–407. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9514->.

Albareda, L., Lozano, J. M., Ysa, T., Roscher, H., & Marcuccio, M. (2007). *Governments and corporate social responsibility: public policies beyond regulation and voluntary compliance*. Palgrave Macmillan.

Alcázar, M. (2019). *Aprendizaje y eficacia en las organizaciones*. Promotora de Educación y Cultura.

Alcázar, M., & Ferreiro, P. (2017). *Gobierno de personas en la empresa*. Editorial Universidad de Piura.

Alonso, M. R., Vásquez, B., & Fernández, J. G. (2022). *Las relaciones entre el derecho y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*. Thomson Reuters-Civitas.

- Álvarez, M. I. (1995). *Introducción al derecho*. McGraw-Hill Educación.
- Buhmann, K. (2006). Corporate social responsibility: what role for law? Some Aspects of law and CSR. *Copenhagen Business School*. Recuperado de; https://research.cbs.dk/files/57766153/karin_buhmann_corporate_social_responsibility_what_role_for_law_acceptedversion.pdf
- Barnard, C. I. (1938). *The functions of the executive*. Harvard University Press.
- Belaunde López de Romaña, J., Muñoz, D., & Parodi, B. (2001). Cómo promover la *responsabilidad social empresarial en el Perú: Marco legal e institucional*. Universidad del Pacífico. <https://repositorio.up.edu.pe/item/117755d1-43b2-4bce-b021-55ce29f5b541>
- De Belaúnde López de Romaña, J., Parodi, B., & Muñoz, D. (2001). *Cómo promover la responsabilidad social empresarial en el Perú: Marco legal e institucional*. Universidad del Pacífico.
- Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- Cano-Nava, M. O. (2011). Modelo epistemológico de la teoría tridimensional del derecho. *Convergencia*, 8 (57), pp. 209–228.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Casillas, F. (2017). Teoría tridimensional del derecho. *Revista Conexión de Derecho y Ciencias Sociales*, 4 (11), pp. 19–28.
- Castro Mogrovejo, A. (2015, 15 de diciembre). Hacia una definición del derecho: Del iusnaturalismo a la teoría tridimensional del derecho. *Politécnico Grancolombiano*. <http://hdl.handle.net/10823/610>.
- Castillo, G. (2014). Hacia el descubrimiento de nuestro ser personal. *Colección Manuales y Estudios Generales*, N.º 3. Editorial Universidad de Piura.
- Congreso de la República del Perú. (2022). Reglamento del Congreso de la República del Perú. Lima: Congreso de la República. Recuperado de: <https://www.congreso.gob.pe/Docs/biblioteca/files/reglamento/reglamento-nov2022.pdf>
- De Trazegnies Granda, F. (2001). *Pensando insolentemente: Tres perspectivas académicas sobre el derecho, seguidas de otras insolencias jurídicas*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Del Pino Momosaki, M. C. (1990). *Estudio y análisis de la concepción del derecho como estructura tridimensional y su introducción en la legislación peruana*. (Tesis de licenciatura), Universidad de Lima.
- Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. Harper & Row.
- Fernández Sessarego, C. (1999). *Abuso del derecho: concepto y problemática en el ordenamiento jurídico peruano*. Motivensa.
- Fernández Sessarego, C. (2011). Reflexiones sobre el objeto de estudio y la finalidad del derecho. *THEMIS Revista de Derecho*, (60), pp. 285–293.
- Fernández Sessarego, C. (2017). *El derecho como libertad: la teoría tridimensional del derecho*. Motivensa.
- Freeman, E. (2010). *Strategic management: a stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. En *W. C. Zimmerli, M. Holzinger, & K. Richter (Eds.), Corporate ethics and corporate governance (pp. 173–178)*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-70818-6_14.
- García Belaúnde, D. (1990). Crítica egológica del tridimensionalismo jurídico. *Ius et Praxis*, (16), pp. 223–233.

- García-Hirschfeld Traves, C. (2020). *Análisis de las dimensiones del derecho en el sistema democrático actual: comparativa y evolución histórica*. Trabajo fin de grado, Universidad Pontificia Comillas. Repositorio institucional de la Universidad Pontificia Comillas. <http://hdl.handle.net/11531/39612>.
- García Toma, V. (2019). *Introducción al derecho*. Lex & Iuris.
- Goldschmidt, W. (1987). *Introducción filosófica al derecho: La teoría trialista del mundo jurídico y sus horizontes*. Depalma.
- International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000: Guidance on social responsibility*. ISO.
- Knudsen, J. S., & Moon, J. (2022). Corporate social responsibility and government: The role of discretion for engagement with public policy. *Business Ethics Quarterly*, 32, pp. 243–271.
- Kramer, M. R., & Porter, M. E. (2002). La ventaja competitiva de la filantropía corporativa. *Harvard Business Review (Edición América Latina)*, 80 (12), pp. 49–62.
- Kramer, M. R., & Porter, M. E. (2006). Estrategia y sociedad: El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. *Harvard Business Review*, 84 (12), pp. 42–56.
- Ledesma, J. de J. (2004). En torno a la teoría tridimensional del Derecho de Miguel Reale. *Jurídica. Anuario del Departamento de Derecho de la Universidad Iberoamericana*, (33), pp. 189–198.
- Lobato de Blas, J. M. (1980). La estructura tridimensional del derecho. *Persona y Derecho*, (7), pp. 243–254.
- Martínez Paz, E. (1940). *Sistema de filosofía del derecho*. El Ateneo.
- Marquina, P., Avolio, B., Del Carpio, L., & Fajardo, V. (2022). Resultados del Ranking de Competitividad Mundial 2022. *Centrum PUCP*. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/185975>.
- Méndez Cabrita, C. M., & Morillo Chamorro, M. G. (2020). La teoría tridimensional del derecho de Miguel Reale: Un enfoque crítico para una nueva epistemología del Derecho. *Revista Uniandes Episteme*, 7 (Extra 1), pp. 880–892.
- Misari Torpoco, D. (2014). Análisis de una nueva concepción jurídica trialista. *Academia.edu*. Recuperado de: https://www.academia.edu/3376986/An%C3%A1lisis_de_una_nueva_concepci%C3%B3n_jur%C3%ADdica_trialista.
- Moreno Prieto, R. (2015). Los *stakeholders* y la responsabilidad social corporativa. *En Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores, El gobierno corporativo en Iberoamérica* (pp. 474–537). Fundación IIMV. https://www.iimv.org/wp-content/uploads/2015/04/gobierno-corporativo_web.pdf
- Padilla López-Obrero, M. del C. (1964). Recasens Siches, Luis: Panorama del pensamiento jurídico en el siglo XX. *Anales de la Cátedra Francisco Suárez*, (4), pp. 221–222.
- Pérez-Luño, A. (1997). *Teoría del derecho: una concepción de la experiencia jurídica*. Tecnos.
- Pérez López, J. A. (1998). *Liderazgo y ética en la dirección de empresas: la nueva empresa del siglo XXI*. Deusto.
- Pisi de Catalini, M. (1991). La teoría egológica de Carlos Cossio y el tridimensionalismo jurídico de Miguel Reale. *Anuario de Filosofía Argentina y Americana*, pp. 8–9 y 49–89.
- Plazas Vega, M. (2009). *Del realismo al trialismo jurídico*. Temis.
- Porter, M. E. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.

- Reale, M. (1996). El término “tridimensional” y su contenido. *Derecho PUCP*, (50), pp. 5–9.
- Reale, M. (1997). *Teoría tridimensional del derecho*. Tecnos.
- Reale, M. (2016). Situación actual de la teoría tridimensional del Derecho. *Anales de la Cátedra Francisco Suárez*, 50, pp. 201–219. Recuperado de; <https://doi.org/10.30827/acfs.v50i0.5170>
- Rubio, M. (2020). *El sistema jurídico peruano: introducción al derecho*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Tirole, J. (2017). *La economía del bien común*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Torres y Torres-Lara, C. (1990). *Ensayos de introducción al derecho peruano*. Asesorandina.
- Varsi Rospigliosi, E. (2018). Creaciones e innovaciones jurídicas de validez universal por Carlos Fernández Sessarego. *Athina. Revista de Derecho*, (14), pp. 25–38. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/7372>
- Welzel, H. (2011). *Introducción a la filosofía del derecho: Derecho natural y justicia material*. Editorial BDEF, pp. 110-116.