

EL ROL DEL DERECHO Y DE LOS ABOGADOS EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Miguel Ángel Torres Morales¹

SUMARIO

- I. Introducción.
- II. La Responsabilidad Social Empresarial.
- III. Los Grupos de Interés.
- IV. La Responsabilidad Social estratégica.
- V. El marco normativo en el Perú.
- VI. El Rol del Abogado en la RSE.

¹ Abogado por la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad de Lima. Estudios en Harvard University Extension School. Estudios de Responsabilidad Social Empresarial en el Programa de Alta Especialización de la Escuela de Post Grado de ESAN. Jefe del Área de Responsabilidad Social Empresarial de Torres y Torres Lara Abogados. Miembro del Área Tributaria de Torres y Torres Lara – Abogados. Presidente del Directorio Ejecutivo de la Revista Peruana de Derecho de la Empresa. Miembro del Instituto Peruano de Derecho de la Empresa. Asociado Activo del Instituto Peruano de Derecho Tributario – IPDT. Docente en las universidades de Lima y Esan. El presente artículo ha sido elaborado con la colaboración de la Srta. Lyndabelle Gutiérrez Velarde, miembro del área de RSE de Torres y Torres Lara – Abogados.

I. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, la Responsabilidad Social Empresarial ha tomado un rol protagónico en muchas empresas dentro del Perú. Su positiva adopción en el marco internacional y los evidentes resultados favorables que ella genera, son sin duda una de las razones por las cuales esta herramienta ha tenido una interesante aceptación por el empresariado peruano.

En efecto, de conformidad con diversas investigaciones, las empresas más grandes del mundo, registran una activa utilización de herramientas de RSE, lo que les permite no sólo la generación de mejores resultados para los inversionistas en las empresas, sino la constitución de alianzas estratégicas que permiten asegurar la sostenibilidad de los negocios.

En el Perú, esta tendencia ha venido siendo reconocida y adoptada por las empresas, siendo importante resaltar que uno de los hitos más importantes en torno a ello ha sido sin duda la aparición de la Asociación Civil Perú 2021, organismo que nació en 1994 con el objetivo de articular una visión nacional compartida hacia el bicentenario de la independencia del Perú, por medio de la difusión y promoción de la Responsabilidad Social como metodología que permite a las grandes, medianas y pequeñas empresas convertirse en agentes de cambio para alcanzar el desarrollo sostenible nacional.

Teniendo en cuenta lo señalado, resulta importante analizar cuál es el marco jurídico de nuestro país en el que la Responsabilidad Social Empresarial se viene desarrollando y, develar de esta manera, el rol que los abogados deben asumir para su correcta implementación.

II. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Existen diversas definiciones de Responsabilidad Social Empresarial. Las más elaboradas, -como por ejemplo la contenida en la Norma ISO 26000-, precisa que la RSE 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”².

Por su parte el **Foro de Expertos en RSE** del Ministerio de Trabajo estableció en España la siguiente definición: “La responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y de los impactos que se derivan de sus acciones”³.

En general, instituciones como la Corporate Social Responsibility (CSR-Europe), Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social, Institute of Social and Ethical Accountability, lo definen como la relación que una empresa establece con todas los grupos de interés (*stakeholders*) en el corto, mediano y largo plazo.

Teniendo en cuenta lo señalado, parecería bastante apropiado considerar que la RSE ha traído consigo una nueva definición de la Empresa, como aquella organización que no sólo es creada como una fuente de generación de riqueza para sus accionistas o titulares, sino como una organización que busca la atención de cada uno de los grupos de interés que se desarrollan alrededor de ella.

Resulta ilustrativo verificar que dicha definición inicialmente no fue pacíficamente aceptada. Basta, para ello, recordar la discusión que tuviera lugar entre el economista Milton Friedman, -quien en la

² Norma ISO 26000:2010. Términos y definiciones.

³ Forética. Disponible en: <http://foretica.org/index.php/conocimiento-rse/que-es-rse?lang=es>. Fecha de consulta 13 de mayo de 2015.

década de los 70 aseguraba que la única responsabilidad social de las empresas es aumentar sus beneficios, pues la maximización de las utilidades es por sí una justificación para la empresa (mientras que la filantropía era un tema que podía estar a cargo de sus accionistas)-, y el empresario John Mackey, quien aseguraba que las empresas pueden existir para fines o propósitos distintos a la generación de sus resultados.

Al parecer, los años han permitido que ambos extremos hayan podido reconciliarse y más aún, reconocerse como compatibles y no como antagónicos, pues tiempo más tarde se ha sostenido que considerando que las empresas no pueden funcionar de manera aislada, debe atender a los grupos de interés que se desarrollan alrededor de ella, a efectos de lograr los mejores resultados económicos posibles.

En efecto, Michael Porter y Mark Kramer, han precisado al respecto 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, ésta 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."⁴

Así pues, dentro del desarrollo de la RSE, se ha evidenciado la posibilidad de contemplar una posición en la que, sin que la empresa deje de tener como uno de sus principales objetivos la obtención de resultados económicos, lo haga beneficiando a los

⁴ PORTER, MICHAEL. KRAMER, MARK. *La filantropía empresarial como ventaja competitiva*. En: *Harvard Deusto Business Review*. No. 112 p.9.

diferentes grupos de interés. Es más, tal como se podrá apreciar en el punto IV. del presente artículo, se ha podido identificar una directa relación entre la RSE estratégica y los resultados positivos de una empresa.

A efectos de terminar de definir el concepto de RSE, es interesante observar cómo Eliana Ames Vega, precisa en su artículo "Implicancias de la Responsabilidad Social Corporativa", la cronología de los modelos de intervención empresarial.

En dicha cronología sostiene Ames que "la participación de las empresas en iniciativas de asistencia social data desde el siglo XIX, fundamentalmente como obras de "caridad". Posteriormente, a comienzos del siglo XX se desarrolla la "filantropía" (...); desde los años ochenta, comienza a emerger el concepto de "inversión social", caracterizado por una visión en la que las acciones de las empresas en materia social no deben ser asistencialistas, sino que deben promover el desarrollo de las comunidades en un sentido amplio y no contentarse con la mera satisfacción de necesidades. (...) Desde mediados de los años noventa, comienza a utilizarse (aunque con variaciones según los países) la expresión "Responsabilidad Social Empresarial" – RSE"⁵.(...)

La referida cronología nos permite, a su vez, introducir los elementos que caracterizan la filantropía, inversión social y responsabilidad social, que tan claramente Baltazar Caravedo presenta⁶ a continuación:"

	Filantropía	Inversión social	Responsabilidad social
Motivación	Exclusivamente altruista.	Principalmente, obtención de beneficios para la empresa a través de beneficios a la	Principalmente, obtención de beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad en

⁵ AMES VEGA, ELIANA. *Implicancias de la Responsabilidad Social Corporativa*. En: *Revista Peruana de Derecho de la Empresa*. No. 64. Año XXII. P. 291-292

⁶ CARAVEDO, BALTAZAR. *Perú: empresas responsables*. Lima: SASE y Perú 2021, 1998.

		comunidad.	la que se asienta, con la finalidad de obtener beneficios para la empresa en el mediano y largo plazo.
Fuente de recursos	Exclusivamente utilidades.	Principalmente, fondos del presupuesto de la empresa.	Utilidades, fondos presupuestales, equipos y recursos humanos de la empresa.
Impacto deseado	Mejorar la calidad de vida de la sociedad.	Mejora de vida en la comunidad de influencia de la empresa.	Mejorar la calidad de vida de la sociedad, de la comunidad de influencia de la empresa y de la productividad de los trabajadores.
Localización del impacto	Entorno externo de la empresa.	Entorno externo de la empresa.	Entorno externo e interno de la empresa.
Beneficios esperados por la empresa	Satisfacción personal.	Mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa.	Incremento de la reputación e imagen de la empresa. Incremento de las utilidades de la empresa. Satisfacción personal.
Instrumentos	Reportes de	Evaluaciones	Balance social o

de medición de los efectos del impacto	actividades de la institución ejecutora.	de proceso no periódicos. Eventualmente, evaluaciones de impacto. Apreciaciones sobre la repercusión de la acción.	similares. Evaluaciones de impacto. Métodos de mercadotecnia social.
Instancias que participan en la toma de decisiones	Directorio.	Presidencia del Directorio. Gerencia General. Comités especiales.	Presidencia del Directorio. Directorio. Gerencia General. Comités especiales. Socios.

III. LOS GRUPOS DE INTERÉS.

Es importante advertir que a la fecha un concepto indispensable para la definición de la RSE son los denominados "Grupos de Interés". Estos son en buena cuenta, a quienes afecta de una u otra manera las acciones y decisiones que tome la empresa en el transcurrir de su operatividad.

Torres y Torres Lara, varias décadas atrás, precisó al respecto lo siguiente:

“(...) la empresa como objeto es un centro de “intereses” no sólo diversos sino de naturaleza diferente, pública, social o privada. (...) Así tenemos que una sociedad anónima (...), está integrada por un grupo de socios que tienen un interés lucrativo referido a la actividad económica que han organizado. Pero resulta que hay otros grupos de interés referidos igualmente a la misma empresa. Esos grupos de interés no son los titulares de la empresa, pero el derecho positivo cada día les otorga más facultades (...),

entre ellos tenemos a los inversionistas, trabajadores, usuarios, comunidad, comercio, Estado, tecnocracia ."⁷

Resulta indispensable reconocer y aceptar que cada uno de estos grupos de interés tiene sus propias pretensiones, todas válidas. Así por ejemplo, mientras el accionista o titular de la empresa busca la maximización de los resultados (lo que le proveerá el mayor beneficio económico); los trabajadores, buscan condiciones laborales justas (incluido un salario adecuado); la comunidad, un crecimiento conjunto con la empresa que permita a las personas que la integran lograr el desarrollo de sus capacidades; al Estado, la participación de los resultados que le genere los recursos necesario para poder atender a la población; a los proveedores, buenos negocios y precios adecuados; a los consumidores productos y servicios de calidad, etc.

Cabe precisar que una visión amplia y moderna, nos llevará a la conclusión que cada una de esas pretensiones no son excluyentes o combativas entre ellas, sino por el contrario, de lograr su correcto alineamiento sólo generará los mejores resultados para cada uno de los grupos de interés.

Claro ejemplo de lo señalado es la creciente atención que se le da, al día de hoy, a la atención del clima laboral en el que los trabajadores se desempeñan, pues ello no solo se produce como un reconocimiento a las condiciones ideales de un trabajo, sino a la generación de productos y servicios de alta calidad que generan a su vez los mejores resultados económicos.

Otro ejemplo que en la actualidad del Perú resalta, es la necesidad indispensable de conciliar los intereses de la sociedad/comunidad, quienes reclaman que se comparta el crecimiento económico de las empresas y el cuidado del ambiente, con los de los titulares o inversionistas de la empresa, quienes válidamente buscan la maximización de su inversión. Pretender que esto último se puede sin lo primero, sólo arrojaría resultados como el truncamiento de diversos

⁷ TORRES Y TORRES LARA, CARLOS. *Testimonio empresarial. Colección Homenaje*. Lima: Asesorandina publicaciones, 2002, p. 72-75

proyectos mineros (tal y como ha sucedido desde la década del 2000 en nuestro país).

IV. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ESTRATÉGICA.

Al haber definido a la Responsabilidad Social Empresarial, así como a los grupos de interés, resulta natural llegar al concepto que viene siendo reconocido en los últimos años como la "Responsabilidad Social Estratégica"⁸.

A nuestro entender la Responsabilidad Social Estratégica, busca que las empresas utilicen las mejoras prácticas en responsabilidad social, no solo a efectos de atender las necesidades de cada uno de los grupos de interés, sino previendo intencionalmente un retorno económico favorable para la empresa.

Es indispensable precisar que si bien, este interés concomitante entre un impacto favorable en alguno de los grupos de interés junto con el de generar resultados económicos favorables podría ser entendido como un comportamiento poco loable, debemos observar que ello sería un terrible error.

En efecto, buscar un retorno en favor de la empresa, no debe ser valorado de manera aislada ni negativo, sino por el contrario considerarlo una visión panorámica que nos advertirá la importancia en este retorno, pues solo contando con él las empresas podrán dar sostenibilidad a los programas de RSE que implementen.

Lo señalado resulta acertado si se considera que el ideal de un programa de Responsabilidad Social Empresarial, es su permanencia más allá del ciclo económico en el que se encuentre (bonanza o recesión) y ello sólo es imaginable si dicho programa no sólo genera un impacto favorable en los grupos de interés sino que se constituye como un excelente negocio.

⁸ Para mayor información, revisar: PORTER, MICHAEL E. Y KRAMER, MARK R. *Estrategia y sociedad*. En: *Harvard Business Review*, 2006, Vol. 84. No. 12, p. 45-56; y GUZMÁN, FRANCISCO; BECKER-OLSEN, KAREN. *Strategic corporate social responsibility*. En: *Innovative CSR: From risk management to value creation*, 2010, p. 196.

A continuación describiremos algunos ejemplos en los que este concepto ha sido materializado:

4.1 Cementos Mexicanos:

La compañía cementera mexicana Cemex diseñó en el año 1998 el programa Patrimonio Hoy, a partir de la investigación que realizó sobre el fenómeno de la vivienda precaria. Patrimonio Hoy, cumple con ser al mismo tiempo un programa de RSE y un modelo de negocios, pues vincula a los beneficiarios, por medio de alianzas celebradas con poblaciones de bajos recursos, a la cadena de valor al convertirlos en sus clientes.

La empresa fomenta el ahorro en los participantes y facilita el acceso al crédito para la compra de materiales para la construcción o mejoramiento de viviendas. Los beneficiarios cuentan, además, con asesoría técnica para el desarrollo de los proyectos, lo que finalmente da como resultados la mejora del bienestar y calidad de vida de las familias, que podrán posteriormente acceder a nuevos créditos por contar con un historial crediticio.⁹

4.2 Cisco Systems:

Esta empresa global líder en soluciones de redes, desarrolló el programa educativo "Cisco Networking Academy", que cuenta con más de un millón de estudiantes en 165 países y que tiene el respaldo y apoyo de diversos gobiernos, instituciones educativas y ONG. Este programa tiene el objetivo de formar y capacitar administradores de redes informáticas, lo que evita que la empresa vea limitado su crecimiento al contar con personal calificado para operar con sus productos, ofreciendo al mismo tiempo atractivas oportunidades de desarrollo profesional a sus graduados, lo que se traduce en un impacto positivo en el desarrollo económico.

⁹ SALAZAR-CANTÚ, JOSÉ DE JESÚS. *Microfinanciamiento para la vivienda progresiva en México: evaluación de los efectos sociales de Patrimonio Hoy en Zinacantepec, Estado de México*. En: *Economía, sociedad y territorio*, 2011, vol. 11, no 35, p. 225-251.

4.3 Apple:

Una de las compañías con mejor reputación a nivel mundial, encontró un canal para expandir su mercado potencial por medio de las donaciones de computadoras a escuelas. De esta manera, logró introducir sus productos entre jóvenes estudiantes y profesores, convirtiéndolos en compradores más sofisticados, mientras que generaba un beneficio social a dichas escuelas.

4.4 Safeco:

Por medio de sus acciones de RSE orientadas al trabajo con diversas organizaciones sin fines de lucro para la mejora de la seguridad pública y el incremento de la oferta de viviendas asequibles, la empresa de seguros y servicios financieros, logró generar un importante crecimiento en las ventas de sus productos.

4.5 Sodimac:

Desde el 2005, el programa Círculo de Especialistas Sodimac, la empresa y sus proveedores se relacionan con maestros de la construcción y contratistas, principales clientes de Sodimac, quienes pueden acceder a capacitaciones gratuitas, becas educativas, asesorías empresariales, ferias de salud, y formar parte de una serie de actividades que facilitan la fidelización de dicha clientela.

4.6 LAN:

"Cuido mi Destino", es el programa desarrollado por una de las principales aerolíneas en Sudamérica y el Perú, cuyo principal objetivo es la promoción del turismo sostenible y el cuidado del medio ambiente en ciudades donde opera la empresa. Estos trabajos de recuperación de espacios públicos emblemáticos se realizan con la participación activa de estudiantes de instituciones educativas de la localidad beneficiada y colaboradores de la compañía, a través del voluntariado corporativo. El programa, que viene implementándose desde hace cinco años, permite la puesta en valor de atractivos del patrimonio cultural y ambiental, fomentando el turismo en la zona.

4.7 Qorichacra:

Proyecto implementado de forma exitosa con la participación de Fundación Syngenta y Arcos Dorados (franquiciado de McDonald's), que permitió incluir a pequeños productores de hortalizas (en especial lechugas) de la ciudad del Cusco, en la cadena de suministros del restaurante de comida rápida. Las empresas no sólo participaron a través del compromiso de la adquisición de los productos, sino en el desarrollo y fortalecimiento de las capacidades de los productores. Así por ejemplo, han sido desarrollados temas como la calidad, la operatividad asociativa y la formalización en sus operaciones. El resultado ha arrojado un aprovisionamiento adecuado de insumos para la empresa y el crecimiento económico para los productores.

4.8. Asesorandina:

Fundada en 1972, es una empresa del grupo TYTL, dedicada a brindar servicios de asesoría legal de manera subvencionada a pequeñas empresas permitiendo que los emprendimientos sean sostenibles en el tiempo. La adecuada asesoría a precios subvencionados, se presta con el objetivo de asegurar el correcto crecimiento de las micro o pequeñas empresas en aspectos legales como los contractuales, tributarios, laborales, etc. El retorno previsto por la empresa llegará en el momento en el que estas pequeñas empresas fidelizadas con el grupo TYTL hayan crecido y formen parte de los clientes de Torres y Torres Lara Abogados (integrante del grupo TYTL), asumiendo los precios de las asesorías y consultorías de acuerdo al mercado.

V. EL MARCO NORMATIVO EN EL PERÚ.

Teniendo en cuenta que la RSE, tiene principios como los de transparencia, rendición de cuentas, comportamiento ético, respeto

a los derechos humanos y respeto a la legalidad, no es difícil advertir que el marco normativo de un país es pieza indispensable para su desarrollo.

En efecto, las normas de un país constituyen en sí la línea base (punto de partida) de toda empresa que desea tener un comportamiento socialmente responsable.

Una empresa no podría considerarse socialmente responsable, si por ejemplo no respetara los derechos laborales de sus trabajadores, sus obligaciones tributarias ante el fisco, las normas de protección al consumidor con relación a su clientela, la normatividad ambiental, etc.

Ahora bien, es importante advertir que la normatividad no sólo debe ser revisada a efectos de encontrar dicha línea base, sino que debe ser analizada a efectos de advertir aquellas oportunidades que el legislador ha contemplado a efectos de maximizar el impacto de las empresas respecto a sus grupos de interés.

A continuación desarrollaremos, a manera de ejemplo, cómo la legislación se presenta como línea base en nuestra normatividad, y cómo lo hace también como oportunidad de desarrollo.

5.1. Como línea base.

A) Respeto a los clientes.

Nuestra normatividad ha venido reconociendo al consumidor como un sujeto de derechos y la normatividad desarrollada en torno a él es frondosa. Bastará advertir para ello, por ejemplo, que en nuestra Constitución Política del Perú, a través de su artículo 61, se restringe las prácticas que limitan la libre competencia y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas porque en un monopolio son los consumidores los que siempre se encuentran en desventaja. Asimismo observamos que el artículo 65 de nuestra Carta Magna reconoce que los consumidores y usuarios tienen derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado.

Resulta ilustrativo también, considerar la existencia del Código de Protección y Defensa del Consumidor cuya finalidad es que los consumidores puedan acceder a productos y servicios idóneos, delineando los derechos y mecanismos efectivos para su protección, y reduciendo la asimetría informativa. Este código establece una serie de principios y disposiciones de obligatorio cumplimiento, referidos a aspectos como la exhibición de la lista de precios de los productos; los medios de pago; la publicidad (con criterios específicos para la publicidad dirigida a menores de edad); los servicios de reparación; la prohibición de cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, agresivos o engañosos, entre otras medidas, las cuales deben ser cuidadosamente implementadas por las empresas que tienen a los consumidores (de acuerdo a la definición adoptada por el Código) como uno de sus principales grupos de interés, sobre todo teniendo en cuenta que su incumplimiento trae como consecuencia la imposición de sanciones por parte de Indecopi, además del impacto negativo en la reputación e imagen de la compañía.

De igual manera, nuestra normatividad ha contemplado la exigencia para todo negocio de contar con el denominado "Libro de Reclamaciones", herramienta de naturaleza física o virtual que permite a los consumidores registrar quejas o reclamos formales frente a la empresa.

B) Con relación a los trabajadores.

Al igual que en el caso de los consumidores, nuestra legislación ha considerado una serie de derechos y herramientas a favor de los trabajadores.

En la Constitución Política del Perú, podemos encontrar, por ejemplo, su artículo 23, a través del cual se declara que las relaciones laborales no deberán limitar el ejercicio de los derechos constitucionales sino que por el contrario, deben ser respetuosas de la dignidad del trabajador, especialmente de la madre, el menor de edad y las personas con discapacidad; o su artículo 24 donde se establece el derecho de todo trabajador al pago de sus beneficios

sociales así como de una remuneración equitativa y suficiente, reconociendo que son conceptos que gozan de prioridad sobre cualquier otra obligación del empleador.

De igual manera, la Carta Magna, a través de su artículo 25, reconoce la jornada de trabajo de ocho horas diarias o cuarenta y ocho horas semanales, junto con el derecho al descanso semanal y anual remunerados; en su artículo 26 declara que todo empleador debe tener en cuenta los principios que regulan las relaciones laborales, que exigen la igualdad de oportunidades sin discriminación, dotan de carácter irrenunciable a los derechos laborales y establecen la interpretación en favor del trabajador. Asimismo, a través de su artículo 27 protege al trabajador contra el despido arbitrario; con el artículo 28 se reconoce que las relaciones colectivas laborales deben ser gestionadas por los empleadores respetando los derechos de sindicación, negociación colectiva y huelga y; con su artículo 29 otorga a los colaboradores el derecho a participar en las utilidades de la empresa.

Cabe precisar que, dichas premisas constitucionales se han visto ampliamente desarrolladas en la legislación laboral vigente. Así, podemos resaltar la Ley de productividad y competitividad laboral L) y el Reglamento de Ley de Fomento al Empleo, herramientas jurídicas que constituyen actualmente el marco legal principal en materia laboral en el país.

Son en base a estas normas con las que los empleadores pueden determinar aspectos básicos de la relación laboral como los elementos que la diferencian de un contrato de servicios¹⁰, o los conceptos que tienen naturaleza de remuneración¹¹. Permiten, asimismo, conocer las causales válidas para la suspensión del contrato de trabajo¹² y la extinción del mismo¹³, así como el procedimiento que todo empleador debe observar para poder efectuar un despido respetuoso de los derechos del trabajador, que no genere contingencias a la empresa.

¹⁰ Artículo 9 de la LPCL.

¹¹ Artículo 6 de la LPCL.

¹² Artículos 11 a 15 de la LPCL.

¹³ Artículo 16 de la LPCL.

Referencia aparte merece, sin duda la normatividad generada en torno a la seguridad y salud de los trabajadores, pues con la aprobación en el año 2011 de la Ley 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, se reconoció la importancia de promover una cultura de prevención de riesgos laborales en el país. Es importante observar que para cumplir con este objetivo, se asignó un rol de liderazgo al empleador que le exige un real compromiso con las actividades que desarrolle la empresa en materia de seguridad y salud¹⁴. Asimismo, se establecieron una serie de obligaciones para los empleadores entre las que cabe destacar la realización de exámenes médicos cada dos años a la generalidad de trabajadores, mientras que para los que desarrollen actividades de alto riesgo, deberán someterse a estos exámenes antes, durante y al finalizar la relación laboral¹⁵.

Por otro lado, la norma determina que el empleador debe garantizar la capacitación oportuna y apropiada en seguridad y salud en el centro de trabajo, según sea el puesto o función que ocupen los trabajadores¹⁶. Sobre este punto cabe destacar que si el empleador incumple sus deberes de prevención, se verá obligado al pago de indemnizaciones a las víctimas o a sus derechohabientes, por aquellos accidentes o enfermedades profesionales.

Finalmente, las empresas deben considerar que esta Ley requiere que los empleadores adopten un enfoque de género para la determinación del proceso de identificación de peligros y evaluación de riesgos anual, reconociendo el derecho de toda trabajadora en estado de gestación de ser transferida a otro puesto, sin menoscabo de su remuneración ni categoría, en caso que el que ocupe actualmente implique un riesgo para su salud integral¹⁷.

C) Respecto a los accionistas.

La Ley General de Sociedades reconoce una serie de derechos a los accionistas, que pueden ser clasificados en derechos de control y

¹⁴ Artículo 48 de la LSST.

¹⁵ Literal d, artículo 49 de la LSST.

¹⁶ Literal g, artículo 49 de la LSST.

¹⁷ Artículo 66 de la LSST.

administración, y derechos de propiedad (también denominados derechos económicos), establecidos en los artículos 95 y 96 de dicha norma. Así, los accionistas se encuentran protegidos bajo esta norma para ejercer sus derechos a voto, a la participación en las utilidades, a fiscalizar la gestión de los negocios sociales, a intervenir en las juntas generales, a impugnar los acuerdos que lesionen otros de sus derechos, a separarse de la sociedad en los casos previstos, entre otros.

Por otra parte, es importante advertir la presencia de la Ley del Mercado de Valores, cuyo Texto Único Ordenado fue aprobado mediante Decreto Supremo No. 093-2002, y que promueve el desarrollo ordenado y transparente del mercado de valores, que viabiliza otorgar una adecuada protección a los inversionistas.

Esta norma permite, por ejemplo, mantener reservada la identidad de los inversionistas que actúen como tales en el mercado de valores, o que los mismos puedan acceder a toda la información que resulte necesaria para la toma de decisiones, a través del prospecto informativo. Asimismo, reconoce el derecho de suscripción preferente que asiste a los accionistas, el mismo que podrá ser ejercido respecto de las acciones que emita la sociedad como resultado de aumentos de capital, como también respecto de bonos convertibles.

De otra parte, se cuenta con el Código de Buen Gobierno Corporativo para las sociedades peruanas, instrumento publicado en el año 2013 por la Superintendencia de Mercado de Valores, que recoge los mejores estándares de buen gobierno corporativo aplicables a la realidad peruana, que aborda aspectos vinculados a los derechos de los accionistas, la junta general de accionistas, el directorio, la alta gerencia, los riesgos, cumplimientos y la transparencia de la información.

Si bien su adopción es voluntaria, al igual que los Principios de Buen Gobierno para las Sociedades Peruanas, las empresas que decidan asumir el cumplimiento de este Código, deberán ser capaces de demostrar su adhesión a través de sus estatutos, reglamentos, políticas o normas internas.

d) Ambiente.

En el caso Ambiental, nuestra Constitución Política del Perú, a través de sus artículos 66, 67, 68 y 69, ha designado al Estado como encargado de la política nacional del ambiente y de la promoción del uso sostenible de sus recursos naturales, de la conservación de la diversidad biológica, y del desarrollo sostenible de la Amazonía.

En virtud a ello, se ha desarrollado la Ley General del Ambiente, la misma que si bien es de reciente data, ha sabido captar la conciencia del cuidado del medio ambiente y del uso sostenible de los recursos naturales. En ella se cobijan los principios que rigen la Política Nacional Ambiental, los programas de adecuación y manejo ambiental, los planes de descontaminación y el tratamiento de pasivos ambientales, el manejo integral y prevención en la fuente, entre otros aspectos, todos ellos de gran importancia para las empresas, especialmente aquellas cuya gestión ambiental se encuentra constantemente fiscalizado ya sea por las entidades especialmente designadas para esta función – como la OEFA – como por los diversos grupos de interés alrededor de éstas – como sucede, por ejemplo, en el caso de las empresas dedicadas a actividades extractivas.

5.2 Como oportunidades.

A) Gobierno – comunidad.

A partir del año 2008, con la entrada en vigencia de la Ley No. 29230, el Estado Peruano permitió la participación de las empresas privadas en la ejecución de proyectos de inversión pública a través del mecanismo de Obras por Impuestos. Esta novedosa herramienta coordina las acciones de universidades públicas, gobiernos regionales y locales así como de determinados sectores del gobierno nacional, con empresas privadas que financian - con cargo a su Impuesto a la Renta -, la rápida y eficiente ejecución de proyectos de alto impacto social.

Esto ha permitido que, desde el 2009 se hayan adjudicado proyectos bajo esta modalidad por un monto de S/. 1 621 millones, convirtiéndose en un valioso medio con que cuentan las empresas en el país, para impactar en sus grupos de interés y en el entorno social en el que desarrollan sus operaciones, todo esto alineado a sus políticas de RSE.

B) Proveedores – sociedad.

Si bien desde hace muchos años, nuestra legislación contiene diversas formas de organización jurídica, deben resaltarse disposiciones como la Ley 29683 o la Ley 29972, normas que han reconocido de manera directa o indirecta la naturaleza de un modelo organizacional que provee de una serie de beneficios de control y de desarrollo para las micro y pequeñas empresas: La Cooperativa.

En efecto, tal como se desprende de dichas normas (aunada a la Ley General de Cooperativas), el modelo permite eficiencia y eficacia para que pequeños empresarios puedan viabilizar sus operaciones con la mediana o gran empresa.

En la actualidad existen varios programas de RSE de distintas empresas que contemplan el desarrollo de proveedores articulándolos a través de modelos Cooperativos.

VI. EL ROL DEL ABOGADO EN LA RSE.

Resulta común que las personas vean con extrañeza la vinculación de los abogados con temas relacionados a la RSE. Frente a la idea de un abogado recurren a recuerdos relativos al litigio judicial o a procedimientos administrativos.

Sin embargo, debe reconocerse que la presencia de los abogados dentro de este campo, es completamente natural. Los abogados más allá de hacerse cargo de temas que le han sido tradicionalmente asignados, cumplen un rol determinante en la conducción de las empresas. Ellos, hoy por hoy, asesoran, guían y en muchas oportunidades conducen los desarrollos corporativos.

Teniendo en cuenta lo señalado, así como los conceptos analizados en el presente artículo, es de esperar que un abogado, guíe al empresariado en las buenas prácticas que las compañías deben observar para el desarrollo de sus negocios, no sólo por la exigencia normativa, sino por las alternativas que se ponen a disposición para dichos efectos.

Debemos reconocer que la RSE tiene como línea base al marco normativo de un país; y que en ese sentido, son los abogados los llamados a desarrollar herramientas que permitan cumplir con dichas obligaciones así como con alcanzar diversas oportunidades; todo ello dentro del desarrollo de la empresa conjuntamente con la atención a cada grupo de interés.

Lo señalado resulta evidente, si por ejemplo advertimos que un abogado, que ejerza de manera adecuada su profesión, no podría recomendar o asesorar a un cliente a efectos de que éste desconozca derechos a sus trabajadores, evada impuestos, elabore productos defectuosos o publicidad engañosa, dañe el medio ambiente, etc.

Así el abogado, se encuentra en la obligación profesional de marcar el sendero sobre el que el empresario deberá transitar, advirtiéndole sus obligaciones frente a cada uno de sus grupos de interés. Obligaciones que han sido reconocidas por nuestra legislación y que por supuesto son de obligatorio cumplimiento.

Finalmente, debemos concluir en que, todo abogado que se aprecie como asesor empresarial, debe tener la gran responsabilidad de no sólo advertir las limitaciones que el empresario tiene en el desarrollo de sus actividades, sino que debe señalar a sus clientes oportunamente las alternativas que la normatividad viene acogiendo a efectos de que éste pueda hacer uso de estas herramientas, y así pueda lograr mejores resultados de manera conjunta con cada uno de los grupos de interés que la rodean, logrando un beneficio propio conjuntamente con el beneficio de la sociedad, es decir, actuando con Responsabilidad Social Empresarial.