

EXPERIENCIAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS, PRIVADAS Y DEL TERCER SECTOR EN EL PERÚ

Julianna Ramírez Lozano

¿Cómo se entiende la responsabilidad social en las organizaciones públicas, en las privadas y en el denominado tercer sector? ¿Cuáles son las diferencias y beneficios de la gestión de sus políticas y prácticas de responsabilidad social? Para responder a estas inquietudes se analizaron los casos concretos de Petroperú, del BBVA Continental y de Cáritas del Perú.

Después de la revisión bibliográfica y de realizar un estudio comparativo de la gestión de responsabilidad en las 3 instituciones, se realizaron 41 entrevistas en profundidad en las mismas empresas y 48 a los *stakeholders*.

La investigación permitió constatar que los programas sociales son acciones muy efectivas en cualquiera de los tipos de em-

presas estudiados; asimismo, deben responder a las políticas y lineamientos de la empresa. Para que estos sean exitosos, trátense de temas educativos, ambientales, de salud, de desarrollo de capacidades u otros, es necesario que se establezcan diversas alianzas: técnicas, económicas, académicas, etcétera, con organizaciones de los diferentes sectores.

Los programas sociales son la acción más visible de las organizaciones y empresas; en este sentido, es favorable para su imagen y reputación; sin embargo, estas deben entenderse como un resultado; no como un objetivo.

El aspecto más difícil de la gestión de los programas sociales es su sostenibilidad en el tiempo, por lo cual las instituciones deben realizar acciones que cumplan con

la premisa del «ganar-ganar», es decir, que la acción debe traducirse en beneficios que impacten positivamente en los grupos de interés.

En el proceso de puesta en marcha de la responsabilidad social en las organizaciones, la comunicación es una herramienta clave, debido a que ayuda a conocer y mantener el diálogo con los grupos de interés.

La investigación ha hecho posible la construcción de diversos indicadores para la elaboración de proyectos sociales así como estrategias de responsabilidad social. Del mismo modo, se realizaron tres videos para uso académico sobre la experiencia de los proyectos estudiados:

- Proyecto «Adopción del colegio Alejandro Taboada», de Petroperú, Tala-

LOS PROGRAMAS SOCIALES SON LA ACCIÓN MÁS VISIBLE DE LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS; SIN EMBARGO, [...] ESTAS DEBEN ENTENDERSE COMO UN RESULTADO; NO COMO UN OBJETIVO.

ra, Piura (<http://www.youtube.com/watch?v=-R3D1oyQ60c>).

- Programa «Leer es estar adelante», de BBVA Continental (<http://www.youtube.com/watch?v=Hwu1hQnBFKE>).
- Proyecto «Ally Micuy», de Cáritas del Perú y Antamina, distrito de Cashapampa, provincia de Siguaná, Áncash (<http://www.youtube.com/watch?v=mA5GsF-qjwM>). ❖