



Responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible: Caso de una empresa de belleza en el Perú

Corporate social responsibility and sustainable development: Case of a beauty company in Peru

Carlos Centeno-Puchuri

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú

carlos.centeno@unmsm.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0003-3393-3539>

Daniel Amadeo Robles-Fabián

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú

daniel.robles1@unmsm.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0002-1975-4406>

Walter Hugo Arana-Mayorca

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú

walter.arana@unmsm.edu.pe

 <https://orcid.org/0000-0003-0700-4322>

Recepción: 20/02/2025 | Aceptación: 08/05/2025 | Publicación: 28/05/2025

Cómo citar (APA, séptima edición):

Centeno-Puchuri, C., Robles-Fabián, D., Arana-Mayorca, W. (2025). Responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible: Caso de una empresa de belleza en el Perú. *INNOVA Research Journal*, 10(2), 132-152. <https://doi.org/10.33890/innova.v10.n2.2025.2758>

Resumen

Este estudio tuvo como objetivo determinar en qué medida la responsabilidad social empresarial (RSE) se asocia con el desarrollo sostenible (DS) en la empresa BCorp, Segale SACs, ubicada en La Molina de la ciudad de Lima, Perú. Se empleó el método hipotético-deductivo, un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transaccional y nivel correlacional. La muestra estuvo

compuesta por 100 clientes, utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento dos cuestionarios estructurados por dimensiones de ambas variables, diseñados en escala Likert. Estos instrumentos fueron validados por juicio de expertos y su confiabilidad se calcula mediante el alfa de Cronbach. Los resultados inferenciales, obtenidos mediante la prueba de Spearman, evidenciaron un Sig.<0.05, confirmando una compensación muy fuerte ($Rho = 0.810$) entre la RSE y el DS en la empresa estudiada. En conclusión, se establece que un mayor compromiso con la RSE por parte de la empresa fortalece directamente su sostenibilidad y el éxito de sus proyectos. Estos hallazgos resaltan la importancia de integrar prácticas de RSE en las estrategias corporativas, no solo para promover el desarrollo sostenible, sino también para mejorar la competitividad empresarial y la percepción de los clientes. Además, la validación del instrumento y la solidez de los datos refuerzan la aplicabilidad del estudio como referencia para investigaciones futuras en empresas con características similares.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, desarrollo sostenible, compromiso social, compromiso medioambiental.

Abstract

This study aimed to determine to what extent corporate social responsibility (CSR) is associated with sustainable development (SD) in the company BCorp, Segale SACs, located in La Molina, Lima, Peru. The hypothetical-deductive method was used, a quantitative approach, non-experimental, transactional, and correlational level design. The sample consisted of 100 clients, using the survey as a data collection technique and two structured questionnaires with dimensions of both variables, designed on a Likert scale, as instruments. These instruments were validated by expert judgment and their reliability is calculated using Cronbach's alpha. The inferential results, obtained through the Spearman test, showed a Sig. <0.05, confirming a strong compensation ($Rho = 0.810$) between CSR and SD in the company studied. In conclusion, it is established that a greater commitment to CSR by the company directly strengthens its sustainability and the success of its projects. These findings highlight the importance of integrating CSR practices into corporate strategies, not only to promote sustainable development, but also to improve business competitiveness and customer perception. Furthermore, the validation of the instrument and the robustness of the data reinforce the applicability of the study as a reference for future research in companies with similar characteristics.

Keywords: Corporate social responsibility, sustainable development, social commitment, environmental commitment.

Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha consolidado como una estrategia fundamental que consiente a las compañías no solo lograr metas económicas, sino también originar un efecto provechoso en la comunidad y el entorno natural (Dima et al., 2020; Bénabou et al., 2010; Carroll, 1991). Un sinnúmero de importantes empresas ha encabezado este cambio al adoptar métodos perdurables, como el manejo eficaz de recursos naturales y el apoyo de los derechos humanos (Freeman, 1984). Los clientes, que se decantan cada vez más por artículos responsables, junto a las normas gubernamentales e internacionales, han animado a las compañías

a poner en marcha normas de RSC. Instrumentos como las acreditaciones BCorp y el Global Reporting Initiative facilitan la evaluación de este efecto y refuerzan la perdurabilidad como un eje estratégico de las empresas (Campos, 2019; Porter & Kramer, 2011; Ibañes & Poggiese, 2023).

En Perú, la Responsabilidad Social Empresarial ha progresado bastante, sobre todo en empresas grandes de minería, energía y finanzas (Carlín, 2022). Sin embargo, a las PYMES les cuesta incorporar estas políticas por limitaciones económicas y falta de formación (Quispe & Muñoz, 2023). A pesar de esto, los peruanos están más interesados en productos amigables con el planeta, lo cual permite a las PYMES aplicar estrategias responsables (Cuba, 2022). Con eso y todo, la obtención de sellos internacionales como BCorp todavía es escasa, demostrando que hay que hacer más conciencia al respecto (Canessa & García, 2021). Un ejemplo claro son los salones de belleza en Perú, que son más del 80 % del sector según la Cámara de Comercio de Lima (CCL); estos negocios tienen problemas de administración y mucha rotación de personal por falta de incentivos, beneficios sociales y acceso a préstamos para las estilistas (CCL, 2024). Estas empleadas suelen trabajar en condiciones que no ayudan ni a su crecimiento profesional ni al logro de metas de RSE.

Se ha investigado bastante cómo la responsabilidad social de las empresas (RSE) se relaciona con el desarrollo sostenible (DS), usando diferentes métodos y mirando distintos lugares. Campos-Campos y Bermúdez-Carrillo (2020) examinaron este vínculo en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de Costa Rica, con un método que combinaba varias cosas, sin experimentar y tomando datos en un solo momento a través de encuestas. Lo que encontraron es que hay una calificación baja ($r=0.2$) entre lo social y el DS, lo que demuestra que las Pymes no están muy metidas con las partes del DS que se miraron.

En otro orden de ideas, Godínez-Reyes y Alfaro-Calderón (2022) examinan cómo la responsabilidad social empresarial afecta al desarrollo sostenible dentro de compañías mexicanas. Para ello, emplean un enfoque cuantitativo, apoyándose en encuestas dirigidas a 20 especialistas en temas de sostenibilidad. Sus hallazgos revelan que la RSE tiene una influencia discreta en el DS ($r=0.4$), resaltando que la administración del medio ambiente es el aspecto que más peso tiene ($r=0.5$). Los investigadores enfatizan que es clave incorporar principios sociales y ecológicos en las tácticas económicas para así crear un efecto beneficioso hacia los distintos stakeholders.

En un giro interesante, Reyes-Ramírez et al. (2023) optaron por verificar las variables ligadas a la RSC usando un método cuantitativo relacional, preguntando a 778 empleados. Los hallazgos mostraron vínculos sólidos entre la RSC y aspectos internos como el liderazgo ($r=0.86$), la alegría en el trabajo ($r=0.61$) y el diálogo ($r=0.79$), dejando claro que estos elementos son clave para que la RSC funcione bien.

Por otro lado, Collado-Calenzani y otros (2024) se centraron en cómo la responsabilidad social y la sostenibilidad se relacionan en los hoteles, desde el punto de vista del cliente. Con un estudio cuantitativo y transversal, encuestaron a 80 clientes y vieron que hay una relación importante entre la responsabilidad social y la sostenibilidad ($r=0.636$), y también entre lo

económico y la sostenibilidad ($r=0.372$). El estudio resaltó lo importantes que son estas conexiones en el mundo hotelero.

Por otro lado, Ruiz-Espinoza y su equipo (2024) exploran cómo equilibrar la RSE y el lavado de imagen ecológico en una empresa bananera exportadora, empleando un método cuantitativo correlacional con encuestas a 29 empleados. Los datos revelaron una conexión inversa importante entre las dos variables ($r=-0.665$) y una compensación negativa entre la responsabilidad ética y el greenwashing ($r=-0.517$). El estudio determinó que, al aumentar las actividades responsables, disminuye la frecuencia de esta costumbre.

Figueroa (2024) evaluó la relación entre la RSE y la fidelización de clientes en la empresa Pardo Chicken, Chiclayo, mediante un estudio cuantitativo, correlacional y transaccional. Con una muestra de 218 clientes y el uso de encuestas, se encontró una clasificación positiva media-baja (Rho Spearman = 0,458, $p<0,05$). El estudio concluyó que una mayor RSE favorece la fidelización de clientes, recomendando acciones como informar sobre responsabilidades ambientales, atenciones sociales y la difusión de valores en prácticas dirigidas a la sociedad y sectores vulnerables.

Licandro et al. (2024) estudian cómo los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el desempeño económico y los recursos humanos se interrelacionan en empresas públicas y privadas. A través de un enfoque cuantitativo y correlacional, encuestaron a 50 empresas, encontrando asociaciones positivas entre el desempeño económico y el DS ($r=0.403$), así como entre el desempeño de imagen y el DS ($r=0.107$). Concluyeron que los ODS tienen un impacto significativo en las distintas dimensiones del desempeño empresarial.

Finalmente, Carlín (2022) evaluó la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario en el contexto de una empresa minera, mediante un enfoque cuantitativo, correlacional y transaccional con encuestas a 385 residentes y colaboradores administrativos. El estudio identificó una fuerte cotización ($r=0.962$) entre la RSE y el DS de la comunidad, destacando que la empresa minera cumple con su responsabilidad hacia el crecimiento comunitario. Asimismo, se recomendó al gobierno local fortalecer la supervisión para garantizar prácticas sostenibles.

En conjunto, estas investigaciones revelan que, si bien la RSE contribuye al DS en diferentes contextos, persisten desafíos significativos para integrar plenamente sus dimensiones social, económica y ambiental. Ante esta problemática, surge la interrogante: ¿Cómo se asocia la RSE con el DS en una empresa de belleza en el Perú?

La justificación teórica de esta investigación radica en tres enfoques clave que sustentan la relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE) y el desarrollo sostenible (DS). La Teoría del Triple Bottom Line (Elkington, 1997) establece que las empresas deben equilibrar resultados económicos, sociales y ambientales, lo que permite evaluar la sostenibilidad integral de la empresa capilar en estudio. Por su parte, la Teoría del Capital Natural (Hawken et al., 1999) resalta la necesidad de gestionar recursos naturales de forma sostenible, asegurando la preservación ambiental y la disponibilidad para futuras generaciones. Además, la Teoría del Desarrollo Humano Sostenible (PNUD, 1987) enfatiza el impacto positivo en la calidad de vida

de las personas a través de la equidad y el respeto por los derechos humanos. Estas perspectivas ofrecen un marco robusto para analizar cómo integrar la RSE impulsa el DS, genera valor compartido y fortalece la resiliencia empresarial frente a retos globales.

La justificación práctica de estudiar la relación entre la RSE y el DS en una empresa capilar radica en los beneficios estratégicos y operativos que ofrece. Implementar prácticas sostenibles, como reducir el uso de químicos dañinos y optar por alternativas ecológicas, no solo protege el medio ambiente, sino que responde a una demanda creciente de consumidores conscientes (Porter & Kramer, 2011). Además, mejorar la gestión de recursos y fomentar el reciclaje optimiza costos y fortalece la fidelidad del cliente (Elkington, 1997). La capacitación de empleados eleva la calidad del servicio, reduce la rotación y mejora el ambiente laboral (Schaltegger & Wagner, 2011). Asimismo, adoptar prácticas responsables mejora la imagen de marca, diferenciándose en mercados competitivos (Collantes et al., 2020; Brammer et al., 2007; Lichtenstein et al., 2004). Finalmente, alinear acciones con los ODS refuerza las relaciones comerciales y amplía la competitividad internacional, garantizando sostenibilidad a largo plazo (Rodríguez, 2024; Naciones Unidas, 2015).

La relevancia de esta investigación radica en demostrar cómo la implementación de prácticas de RSE puede impulsar el desarrollo sostenible en empresas capilares, generando beneficios económicos, sociales y ambientales (Crane et al., 2019). Además, aborda las crecientes expectativas de consumidores conscientes y su impacto en la competitividad empresarial. También contribuye a la creación de estrategias sostenibles alineadas con los ODS, fortaleciendo la responsabilidad corporativa y promoviendo un modelo de negocio resiliente y ético frente a desafíos actuales y futuros.

Se propone las siguientes hipótesis de investigación:

H₁: La responsabilidad social empresarial se relaciona con el desarrollo sostenible

H₂: El compromiso social se relaciona con el desarrollo sostenible

H₃: El compromiso económico se relaciona con el desarrollo sostenible

H₄: El compromiso ambiental se relaciona con el desarrollo sostenible

Marco teórico

Algunas de las teorías científicas que sustentan la variable de la RSE incluyen la teoría de los grupos de interés, la cual fue desarrollada por Freeman en 1984. Esta teoría establece que las empresas no solamente deben dar respuesta y respuesta a sus accionistas, sino también a otros grupos de interés o a otras personas que puedan resultar afectadas (de manera negativa o positiva) por sus acciones. Entre los grupos de interés, los autores mencionan a los empleados, a los clientes, a los proveedores, así como a las comunidades en las cuales las empresas están presentes, etc. De esta manera, este modelo teórico resalta la importancia, en el desarrollo de las prácticas de la RSE, de tener en cuenta a los individuos y/o las expectativas de todos los grupos de interés en la gestión empresarial de las compañías, ya que el éxito de las organizaciones dependerá de su capacidad para conseguir equilibrar y satisfacer las expectativas de los grupos de interés.

Asimismo, la teoría de la triple cuenta de resultados propuesta por Elkington (1997) establece que las empresas midan su éxito no solamente a partir de los resultados económicos, sino también a partir de su impacto, social y ambiental. Este modelo pretende compatibilizar la rentabilidad económica con la sostenibilidad medioambiental y el bienestar social, más allá de continuar utilizando el criterio financiero tradicional, sino el de incorporar estos pilares básicos de la sostenibilidad. La teoría puede tomar, por tanto, un papel clave a la hora de definir pautas de acción sobre los temas de sostenibilidad y responsabilidad empresarial, a partir de la evaluación del desempeño que puedan tener las empresas en toda su magnitud.

Mientras la teoría de creación de valor compartido, que apuntan Porter y Kramer (2011), considera que las empresas pueden llegar a crear, a la vez, valor económico y valor social, mediante el desarrollo de productos y de servicios que atienden a las necesidades sociales. El enfoque de la creación de valor compartido interpreta la RSE no como un coste sino como una oportunidad para innovar y mejorar el rendimiento económico social a través de la integración del objetivo social y el objetivo económico en la estrategia empresarial. Desde otra perspectiva, la teoría institucional de DiMaggio y Powell sostiene que las empresas adoptan prácticas de RSE para hacer frente a las presiones normativas, miméticas y coercitivas. La teoría institucional se centra en cómo las organizaciones transforman sus estructuras, normas y conductas presionadas por los factores sociales, culturales y regulatorios, y en comprender el grado en que se conforman a las fuerzas del entorno (Respeto & Rosero, 2002).

Mientras que el Informe Brundtland, constituido por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (WCED, 1987), estableció la teoría del desarrollo sostenible considerando la forma de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Lo que puede dar pie a que el desarrollo económico, la equidad social y la conservación ambiental se constituyan, no sólo como dimensiones interdependientes de la teoría del desarrollo sostenible, sino como pilares fundamentales de la teoría del desarrollo sostenible. En cuanto a la teoría de la modernización ecológica, Huber y Mol (1985) argumentan que el desarrollo tecnológico y la modernización pueden ir de la mano de la protección ambiental. Según su teoría, a través de innovaciones tecnológicas, regulaciones efectivas y mercados transformativos, las economías pueden alcanzar un desarrollo sostenible, es decir, lograr una reducción de los impactos ambientales sin renunciar al crecimiento económico. Esta visión optimista considera que los problemas ambientales son oportunidades para promover tanto la innovación como el avance de la economía, entendiendo que puede existir un desarrollo sostenible.

Desde esta postura optimista, los problemas ambientales se interpretan como agentes de innovación, desarrollo económico y sostenibilidad. La teoría del capital natural (Hawken et al., 1999), que resalta la importancia de los recursos naturales y de los servicios ecosistémicos como recursos vitales para la humanidad y para el desarrollo económico a la vez que favorece un cambio hacia la búsqueda de modelos empresariales que preserven y restauren el capital natural, los servicios ecosistémicos y la sostenibilidad a largo plazo. En este sentido, la teoría del capital natural describe cuatro fases muy concretas: incrementar la eficiencia en el uso de los recursos ecológicos, basarse en la producción de ciclo cerrado para eliminar los residuos de producción,

modificar los modelos empresariales hacia la prestación de servicios en lugar de bienes materiales y reinvertir en los servicios ecosistémicos y la restauración de estos.

La teoría del DS, formulada en el informe *Nuestro Futuro Común* por la (ONU, 2023; WCED, 1987)) proporciona, pues, un sistema para un desarrollo que pueda resolver el problema del desarrollo humano, el bienestar económico y la protección ambiental en el marco de las políticas públicas, de las estrategias empresariales, de los movimientos sociales globales, etc. Otras teorías sobre DS son la teoría de la economía Donnut (Raworth, 2017), teoría de la resiliencia social y ecológica (Folke et al., (2010), teoría del decrecimiento (Latouche, 2010), teoría de la innovación sustentable (Schaltegger & Wagner, 2011), teoría de los objetivos de desarrollo sostenible (ONU, 2015), teoría del bienestar planetario (Iyer et al., 2021) y teoría de la gobernanza multinivel (Ostrom, 2009). Estas teorías extraen una visión holística del DS, en tanto que evidencian cómo ha de encontrarse un equilibrio que contemple el progreso económico y la equidad social y la protección medioambiental en un mundo que se muestra cada vez más complejo y cambiante.

Se puede explicar la RSE a partir de algunas definiciones. Con relación a una de estas definiciones, la RSE se puede describir como un enfoque multidimensional que va más allá de la obtención de beneficios económicos. Entonces, para (Carroll, 1991; Notten & Guido, 2018), dígase que las empresas deben comprometerse con la comunidad asumiendo obligatoriamente diferentes compromisos como los legales, los que tienen que ver con las cuestiones éticas, o incluso los que tienen que ver con el compromiso social y filantrópico. Por su parte, Crespo (2010) describe la RSE como iniciativas que trascienden el interés sólo en lo económico y en lo legal, con el objetivo de promover el bienestar social y ambiental en las comunidades donde operan las empresas, una descripción que está en consonancia con la del propio Carroll. Incluso, recibiendo la orientación de una de las definiciones contemporáneas, unas últimas reflexiones de Mai et al. (2021) acerca de la RSE, afirman que se integran los compromisos sociales, económicos y ambientales de las empresas, dando como resultado un valor compartido entre la empresa y la sociedad. En este caso, Mai et al. (2021) sitúan con claridad el valor en la sostenibilidad.

Cuando hablamos de las definiciones de DS, se considera una forma de proceder que integra el bienestar de las personas, el desarrollo económico y la preservación del medio ambiente para conseguir la sostenibilidad en el futuro. Sachs (2019), Arenas et al. (2018) y Gunningham et al., (2004) lo entienden como la forma de satisfacer las demandas humanas del presente sin dejar de lado a las generaciones futuras e integrando la reducción de las desigualdades sociales, el crecimiento económico y la conservación del medio natural. Leal y Bardi (2019), en cambio, afirman que el desarrollo sostenible significa la formulación de políticas y acciones que ayuden a conseguir el bienestar en unos términos de equidad social, crecimiento económico y un uso controlado de los recursos naturales. Por su parte, Kates et al. (2005) y Herrera et al, (2024) afirman que el DS es un proceso continuo impulsor del bienestar humano, de la protección de los ecosistemas y del bienestar de los hijos de las hijas de las generaciones venideras.

Entonces para las Pymes de belleza en Perú estas teorías pueden usar como principios de responsabilidad social y sostenibilidad para ser rentables mientras hacen el bien. Como cuidar sus

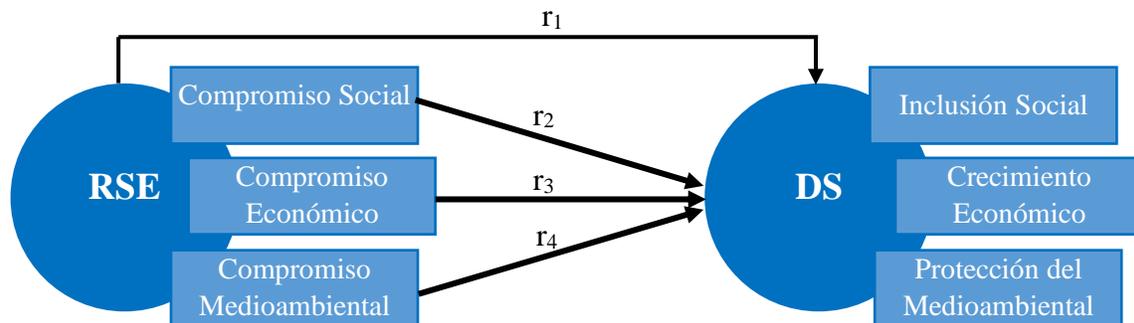
relaciones con proveedores locales y reducir su impacto ecológico (con enfoques como la triple cuenta de resultados), no solo protegen el medioambiente, sino que también ganan el corazón de los clientes. Innovar con ingredientes peruanos y prácticas sostenibles como ya lo hacen varias marcas eco amigables es hoy la mejor estrategia para crecer con sentido y destacar en el mercado.

Metodología

La investigación fue realizada con un enfoque cuantitativo, que se caracteriza por la obtención y análisis de información numérica, y cuyo propósito era comprobar situaciones determinadas; como indican Arias et al. (2022) y Hernández et al. (2014), el enfoque cuantitativo es idóneo para medir y analizar las relaciones que se establecen entre las variables, y es capaz de comprobar la existencia de patrones o tendencias en función de la información recogida. Por otro lado, el diseño de la investigación no experimental, que conlleva que las variables no sean manipuladas, sino que se analicen como son en su contexto natural, tal como lo indican Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), y Cabezas et al. (2018), resulta un diseño adecuado para investigaciones en las que el investigador no tiene control sobre las variables independientemente de las que pudieran afectar las variables, lo que sucede en la investigación social y organizacional.

Figura 1

Modelo relacional



De igual forma, la investigación consistió en un estudio de corte transversal de la pesquisa, lo que permite ayudar a la recolección de datos en un solo tiempo. Con el desarrollo de Arias et al. (2022), este tipo de recolección de datos presenta una imagen o radiografía que puede analizarse posteriormente, con la encuesta que ofrece alcanzar una instantánea de la realidad observada. De forma analítica, el alcance indagado fue correlacional puesto que se buscó identificar el nivel que lograban las relaciones entre responsabilidad social empresarial (RSE) y desarrollo sostenible (DS) en una empresa para el sector de belleza. Tal como argumentan Cabezas et al. (2018) y Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), las investigaciones de este tipo de alcance correlacional buscan establecer un medidor de la relación de dos o más variables, pero no tal como provocadoras de un causal.

Las mujeres del distrito de La Molina, en Lima, que están dispuestas a cuidar su belleza, constituyen el conjunto de la población objeto de estudio. De acuerdo con López y Fachelli (2015) y Del Cid (2007), la población, que también se conoce como universo, se refiere al conjunto total de personas que se ha seleccionado bajo el interés de ser objeto del estudio y objeto de análisis; constituyendo esto un grupo exhaustivo porque comprende todos aquellos elementos con las características que se dirigen a ser objeto de análisis. También se optó por una muestra en base a un promedio de 100 clientes anuales frecuentes de la empresa de belleza. Para Armijo et al. (2021) y Marcorra (2020), una muestra es el subconjunto representativo cortado de la población, la cual se utiliza en aquellos casos en los que no es posible estudiar todo el conjunto de la población. En este caso, se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia estudiando a los clientes más frecuentes de la empresa de La Molina. Creswell (2003) explica que el muestreo por conveniencia “implica seleccionar a aquellas personas que están fácilmente disponibles, lo que puede dar como resultado un sesgo debido al hecho de que quienes son seleccionados no constituyen la población.

En el presente trabajo, se utilizó la encuesta como técnica de obtención de datos. En palabras de Vara (2010), el método encuesta permite la obtención de datos a partir de una muestra determinada con el propósito de ser analizada en su forma cuantitativa a fin de identificar y medir la magnitud de los problemas abordados previamente. En cuanto a la técnica que se empleó para ejecutar la encuesta, se utilizaron encuestas en forma de cuestionario, el cual, de acuerdo con Romero et al. (2021), puede ser definido como un conjunto estructurado de preguntas recogidas en un formulario, diseñado para abordar específicamente las variables e indicadores establecidos en el estudio, y cuyo objetivo no es otro que el de obtener la información necesaria para su análisis.

En este sentido, se confeccionaron dos cuestionarios, uno para cada variable objeto de estudio. En la variable de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) elaboramos un total de quince ítems organizados en tres dimensiones: compromiso social (CS), compromiso económico (CE) y compromiso ambiental (CMA); y en la variable de Desarrollo Sostenible (DS) incluimos un total de catorce ítems también estructurados en tres dimensiones: inclusión social (IS), crecimiento económico (CRE) y protección medioambiental (PMA). Para la confección de ambos instrumentos se utilizó una escala de Likert con cinco respuestas posibles: 1 (Nunca), 2 (Casi nunca), 3 (A veces), 4 (Casi siempre) y 5 (Siempre).

Con la finalidad de asegurar la viabilidad de los inventarios de los datos se realizó una validación de este, valiéndose del juicio expertos de la administración, gestión de la empresa e investigación. En segundo lugar, y para evaluar la consistencia interna de los ítems de los instrumentos, se realizó un pretest con un conjunto de 15 clientes elegidos a conveniencia. Para comprobar la fiabilidad de los cuestionarios se utilizó como método el coeficiente Alfa de Cronbach, que se halló en el software SPSS. Los resultados fueron de 0,819 para el cuestionario de RSE y para el de DS 0,867, que son valores que avalan un buen nivel de fiabilidad de dichos cuestionarios, lo que hizo factible proceder a la aplicación de los instrumentos en la encuesta.

La investigación fue llevada a cabo cumpliendo los principios éticos marcados por la revista científica y las especificaciones de la American Psychological Association (APA, 7ª ed.),

priorizando la defensa de los derechos y el bienestar de las personas participantes. En este sentido, se obtuvo el consentimiento informado de forma voluntaria y comprensible, fundamentando el hecho de que las personas involucradas estarán informadas sobre los objetivos, la práctica, los riesgos y los beneficios de la propia investigación. Asimismo, se garantizaron la confidencialidad y el anonimato de los datos, cumpliendo la normativa vigente sobre protección de datos de carácter personal. Por último, se garantizarán medidas para minimizar cualquier posible daño de carácter físico o psicosocial y se ofrecerá apoyo en caso de que alguna de las personas participantes experimente malestar emocional. El investigador también se comprometió con la integridad científica del estudio, evitando cualquier manipulación de datos o conflicto de intereses, y asegurando que los resultados fueron presentados de forma honesta y objetiva.

Resultados y Discusión

Llevada a cabo la encuesta y procesada los datos obtenidos los primeros resultados descriptivos se pudo evidenciar la percepción de la encuestada sobre las variables de estudio categorizadas en niveles alto, medio y bajo.

Tabla 1

Opinión sobre las variables RSE y sus dimensiones (CS, CE y CMA)

Nivel	RSE		CS		CE		CMA	
	f(x)	%	f(x)	%	f(x)	%	f(x)	%
<i>Bajo</i>	6	6,0	6	6,0	6	6,0	11	11,0
<i>Medio</i>	73	73,0	73	73,0	70	70,0	60	60,0
<i>Alto</i>	21	21,0	21	21,0	24	24,0	29	29,0
<i>Total</i>	100	100,0	100	100,0	100	100,0	100	100,0

Podemos percibir la opinión de las encuestadas sobre la variable RSE es su mayoría 73% fue de nivel medio, si notar que hay 21% de nivel alto comprendiendo el rol de la RSE por parte de la unidad de estudio. Mientras que la percepción que específicamente tienen sobre las dimensiones compromiso social (CS), compromiso económico (CE) y compromiso medioambiental (CMA) es de nivel medio (73%, 70% y 60% respectivamente), señalando que hay una percepción notoria de comprensible sobre compromisos que debe tener la empresa sobre la responsabilidad social empresarial por parte de las encuestadas.

Tabla 2

Opinión sobre las variables DS y sus dimensiones (IS, CRE y PMA)

Nivel	DS		IS		CRE		PMA	
	f(x)	%	f(x)	%	f(x)	%	f(x)	%
<i>Bajo</i>	11	11,0	5	5,0	17	17,0	11	11,0
<i>Medio</i>	60	60,0	66	66,0	46	46,0	62	62,0

Nivel	DS		IS		CRE		PMA	
	f(x)	%	f(x)	%	f(x)	%	f(x)	%
<i>Alto</i>	29	29,0	29	29,0	37	37,0	27	27,0
<i>Total</i>	100	100,0	100	100,0	100	100,0	100	100,0

Se pueda apreciar la percepción de las encuestadas sobre la variable DS es su mayoría 60% fue de nivel medio, y 21% de nivel alto entendiendo la autoapreciación del DS. Asimismo, se comprendió que específicamente su opinión sobre las dimensiones Inclusión social (IS), crecimiento económico (CE) y protección medioambiental (PMA) fue de nivel medio (66%, 46% y 62% respectivamente), afirmando que hay un entendimiento sobre el rol del desarrollo sostenible por parte de las encuestadas. Por otra parte, los resultados inferenciales a partir de la prueba de normalidad de Kolgomorov y Smirnov para validar si los datos obtenidos en la encuesta fueron de distribución normal en general y señalando que la prueba no paramétrica a aplicar para las pruebas de hipótesis fue de Rho Spearman.

Tabla 3

Prueba de valor de la hipótesis 1

Variable/ Variable	Coefficiente	Desarrollo sostenible
<i>Responsabilidad social empresarial</i>	r_1 de Spearman	,810**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados de la tabla 3 señalan un Sig.< 0,05 negando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, afirmando que existe relación entre la variable RSE y la variable DS, además de pudo determinar el $r_1 = 0,810$ señalando un grado de correlación directa muy alta. Entonces podemos asociar que a mayor nivel de RSE mayor será el DS en la empresa de servicios de belleza.

Tabla 4

Prueba de valor de la hipótesis 2

Dimensión / Variable	Coefficiente	Desarrollo sostenible
<i>Compromiso social</i>	r_2 de Spearman	,793**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como podemos apreciar de la tabla 4 el Sig.< 0,05 niega la hipótesis nula y aprueba la hipótesis alterna, confirmando que existe relación entre la dimensión CS y la variable DS, también se determinó el $r_2 = 0,793$ señalando un grado de correlación directa alta. Entonces podemos

indicar que a mayor nivel de compromiso social mayor será el desarrollo sostenible en la empresa de servicios de belleza.

Tabla 5

Prueba de valor de la hipótesis 3

Variable	Coefficiente	Desarrollo sostenible
<i>Compromiso Económico</i>	r_3 de Spearman	,662**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según los hallazgos por la tabla 5 el Sig.< 0,05 rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, afirmando que existe relación entre la dimensión CE y la variable DS, por otra parte, se determinó el $r_3 = 0,662$ señalando un grado de correlación directa media. Entonces podemos indicar que a mayor nivel de compromiso económico mayor será el desarrollo sostenible en la empresa de servicios de belleza.

Tabla 6

Prueba de valor de la hipótesis 4

Variable	Coefficiente	Desarrollo sostenible
<i>Compromiso Medioambiental</i>	r_4 de Spearman	,815**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

A partir de la tabla 6 el Sig.< 0,05 no acepta la hipótesis nula y valida la hipótesis alterna, señalando que existe relación entre la dimensión CMA y la variable DS, asimismo, se determinó el $r_4 = 0,815$ señalando un grado de correlación directa muy fuerte, confirmando que cuando existe un mejor compromiso medioambiental podríamos lograr mejor desarrollo sostenible en la empresa de servicios de belleza.

Discusión

Los resultados de esta investigación confirman que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se relaciona significativamente con el Desarrollo Sostenible (DS) en la empresa BCorp Segale S.A.C., evidenciando en la H_1 una correlación positiva muy fuerte ($Rho = 0.810$, Sig. < 0.05). Estos hallazgos coinciden con investigaciones previas, como las de Carlín (2022) y Cuba (2022), que también demostraron asociaciones sólidas entre estas variables. Además, se respaldan en teorías como la triple cuenta de resultados de Notten (2018) & Elkington (1997), que resalta la importancia de equilibrar los aspectos social, económico y ambiental para lograr sostenibilidad, y el capital natural de Hawken et al. (1999), que promueve la economía circular como modelo empresarial. Aunque se destacan las implicancias prácticas, como la necesidad de integrar

prácticas sostenibles en las estrategias corporativas, existen limitaciones, como la dependencia de datos auto informados y la dificultad de generalizar resultados. Sin embargo, este estudio refuerza la relevancia de adoptar enfoques sostenibles para maximizar el impacto positivo a largo plazo.

La investigación demostró que el compromiso social se asocia con el desarrollo sostenible, según H₂ los hallazgos con una valoración positiva considerable ($Rho = 0.793$; Sig. < 0.05). Resultados similares se observan en el estudio de Collado-Calenzani et al. (2024), quien halló una compensación positiva considerable ($R = 0.636$; Sig. < 0.05) entre la RSE y la sostenibilidad desde la perspectiva del cliente, y en el de Figueroa (2024), que reportó una valoración positiva media ($R = 0,404$; Sig. $< 0,05$). Estos hallazgos corroboran la teoría de los Stakeholders de Freeman (1984), que enfatiza la responsabilidad empresarial hacia todos los grupos de interés, y la definición de desarrollo sostenible de Naciones Unidas (2023), que prioriza satisfacer las necesidades actuales sin comprometerse a generaciones futuras. Se concluye que el compromiso social no solo impulsa la sostenibilidad, sino que también fortalece la fidelización del cliente, aunque los resultados tienen limitaciones en términos de generalización y posibles factores.

La investigación demostró que el compromiso económico de acuerdo una valoración positiva considerable con el desarrollo sostenible a partir de los hallazgos de la H₃ ($Rho = 0.662$; Sig. < 0.05). Comparativamente, Collado-Calenzani et al. (2024) encontró una evaluación media ($Rho = 0.372$; Sig. < 0.05) al analizar esta relación desde la perspectiva del cliente, atribuyendo la menor intensidad a la falta de estrategias sostenibles. En contraste, Cuba (2022) reportó una compensación muy alta ($Rho = 0.845$; Sig. < 0.05) en un desembarcadero artesanal con mejor gestión sostenible. Estos resultados respaldan la teoría del valor compartido de Porter y Kramer (2011), que destaca la importancia de invertir en la cadena de valor para fomentar el crecimiento económico y la sostenibilidad, y la teoría del capital natural de Hawken et al. (1999), que enfatizan la preservación de recursos naturales para el desarrollo sostenible. Se concluye que el compromiso económico es esencial para equilibrar el crecimiento empresarial y la sostenibilidad, aunque los resultados enfrentan limitaciones como diferencias metodológicas y posibles sesgos en los datos.

El estudio confirmó H₄ una valoración positiva muy fuerte ($Rho = 0.815$; Sig. < 0.05) entre el compromiso medioambiental y el desarrollo sostenible en la empresa BCorp Segale SAC. Comparativamente, Godínez-Reyes y Alfaro-Calderón (2022) hallaron una valoración media ($Rho = 0.5$; Sig. < 0.05) en una investigación en México, destacando la necesidad de fortalecer programas ambientales, mientras que Figueroa (2024) reportó una valoración media baja ($Rho = 0,304$; Sig. $< 0,05$), asociando la percepción sostenible con mayor confianza del cliente. Estos resultados respaldan la teoría del desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 1987), que propone modelos que minimizan el impacto ambiental, y la teoría de los Stakeholders de Freeman (1984), que resalta la importancia de satisfacer a los grupos de interés para asegurar la sostenibilidad. Se concluye que el compromiso medioambiental promueve la sostenibilidad, la competitividad y la confianza empresarial, aunque enfrenta desafíos como la implementación de programas efectivos y limitaciones en la generalización.

Conclusiones

Las evidencias obtenidas en este estudio sugieren que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el desarrollo sostenible tienen relación sinérgica en la empresa BCorp Segale SAC, aunque en cada dimensión analizada con matices significativas, ya que los resultados muestran que el compromiso social y ambiental tienen una relación muy fuerte con la sostenibilidad, confirmando que las acciones orientadas hacia el bienestar de los grupos de interés y la protección ecológica son esenciales para un crecimiento empresarial verdaderamente sostenible. Por otro lado, el compromiso económico tiene una relación moderada con la sostenibilidad lo cual implica que, si bien la responsabilidad en la gestión económico-financiera contribuye a la sostenibilidad, no es suficiente para generar un impacto transformador. Este hallazgo fomenta la reflexión sobre la urgencia del equilibrio entre los objetivos económicos y los sociales y ambientales, haciendo mención del riesgo de una mirada reduccionista que privilegie la rentabilidad únicamente.

Hay que remarcar que, al ser una empresa BCorp -que se distingue por sus elevados estándares ético y ambiental-, los resultados podrán no extrapolarse directamente al colectivo más amplio de PYMES del sector belleza de Perú, que presenta dificultades concretas de la escala y de acceso a recursos. Esta limitación suscita interrogantes sobre la manera de acordar estos principios a realidades empresariales heterogéneas, existiendo complicaciones financieras y operativas más notables.

La investigación deja claro que el camino hacia la sostenibilidad condensa una integración total, donde lo ambiental y lo social tal vez no sean sólo herramientas, sino que serigrafían los ejes estratégicos del modelo de negocio. Sin embargo, también representan la necesidad de investigar sobre cómo trasladar la práctica a contextos con realidades menos favorables, así como también de longitudinales sobre su sostenibilidad en el tiempo frente a las oscilaciones económicas. El caso de Segale SAC se convierte en tanto en un referente inspirador como también en un recordatorio de que la debida transformación del sector exigirá políticas, incentivos y marcos adaptados a la heterogeneidad de las realidades empresariales de Perú.

Agradecimientos

Los autores quieren hacer llegar su más profundo agradecimiento a INNOVA Research Journal por darles la oportunidad de dar a conocer este estudio. También reconocen con gratitud la inestimable ayuda de los revisores, que con sus comentarios y consejos ayudaron a que el artículo fuera mucho mejor.

Financiamiento

Financiamiento exclusivamente por los autores.

Conflicto de intereses

Los autores dejan constancia de que no hay conflicto de interés alguno que pudiera haber afectado a los resultados logrados o a la forma en que se interpretaron los datos mostrados en este artículo. Igualmente, se garantiza que no existe vínculo financiero, personal o laboral que se pueda ver como un conflicto en lo que se refiere a la publicación de esta investigación.

Contribución de los autores

Todos los autores participaron activamente en el desarrollo del presente artículo.

Autor Carlos Centeno Puchuri se encargó de conceptualización, curación de datos, análisis formal, redacción – borrador original, redacción – revisión y edición.

Coautor Daniel Amadeo Robles-Fabián contribuyó con la conceptualización, curación de datos, administración del proyecto.

Coautor Walter Hugo Arana-Mayorca realizó con la conceptualización, curación de datos, validación.

Referencias bibliográficas

- Arenas, A., & Pérez, P. (2018). Significados del concepto medio ambiente en profesores que enseñan geografía en contextos rurales de Chile. *Revista de Geografía Norte Grande*, 70(2018), 71-84. <https://www.scielo.cl/pdf/rgeong/n70/0718-3402-rgeong-70-00071.pdf>
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vásquez, M. (2022). *Metodología de la Investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Armijo, I., Aspillaga, C., Bustos, C., Caldeón, A., Cortés, C., Fossa, P., . . . Vivanco, A. (2021). *Manual de Metodología de la Investigación 2021* (1 ed.). Chile: Universidad del Desarrollo - Facultad de Psicología.
- Bénabou, R., & Tirole, J. (2010). Responsabilidad social individual y corporativa. *EconPapers*, 77(305), 1-19. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.2009.00843.x>
- Brammer, E., Millington, A., & Rayton, B. (2007). La contribución de la responsabilidad social corporativa al compromiso organizacional. *Revista internacional de gestión de recursos humanos*, 18(2007), 1701-1719. <https://doi.org/10.1080/09585190701570866>
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (1 ed.). Ecuador: Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Campos, M. (2019). *Desarrollo sostenible asociado a la aplicación de las políticas públicas como parte de la gestión municipal en el distrito de Auacucho, durante el año 2017*. [Tesis de Maestría, Universidad Federico Villarreal, Lima]. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/4019>
- Campos-Campos, D., & Bermúdez-Carrillo, L. (2020). Pymes, Responsabilidad social y desarrollo sostenible. *InterSedes*, 21(43), 131-149. <https://doi.org/10.15517/isucr.v21i43.41989>
- Canessa, G., & García, E. (2021). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Siklos S.R.Ltda.
- Carlín, V. (2022). Responsabilidad social empresarial y el desarrollo de la comunidad en el entorno de la compañía minera 2018. *Revista Industrial data*, 25(2), 171-186. <https://doi.org/10.15381/idata.v25i2.189>

- Carroll, A. (1991). La pirámide de la responsabilidad social corporativa: hacia la gestión moral de los grupos de interés organizacionales. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- CCL. (2024). *Camara de Comercio de Lima (CCL)*. Responsables y sostenibles con su cadena de valor: https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r763_3/inf-esp.pdf
- Collado-Calenzani, M., Ríos-Lama, C., & Vargas-Merino, J. (2024). Responsabilidad social y sostenibilidad desde la perspectiva del cliente en un hotel de Lima Perú. *22 LACCEI, 1(2024)*, 2-11. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2024.1.1.1066>
- Collantes, J., & Giraldo, M. (2020). Responsabilidad ambiental como estrategia competitiva de las organizaciones. *Dictamen Libre*, 2020(27), 45-65. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.27.6644>
- Crane, A., Matten, D., Glozer, S., & Spence, L. (2019). *Responsabilidad social corporativa: lecturas y casos en un contexto global* (3 ed.). Routledge.
- Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad social. *Revista Estudios Gerenciales*, 26(117), 119-130. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70137-6](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70137-6)
- Creswell, J. (2003). *Diseño de Investigación, enfoques cualitativo, cuantitativo y con métodos mixtos* (2 ed.). California: Sage Publications, Inc.
- Cuba, E. (2022). *Desarrollo sostenible y su relación con la responsabilidad social empresarial en un desembarcadero pesquero artesanal en Lima, 2022*. [Tesis de Maestría en Administración de Negocios (MBA), Universidad César Vallejo, Lima]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/102979>
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación. Fundamentos y Metodología* (1 ed.). México: Pearson Educación.
- Dima, J., Tanusree, J., Samara, G., & Zaghbi, E. (2020). Cómo las instituciones afectan las prácticas de RSE en Oriente Medio y el Norte de África: una revisión crítica. *Revista de negocios mundiales*, 55(5), 131-143. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101127>
- Elkington, J. (1997). *Caníbales con tenedores: el triple resultado de los negocios del siglo XXI*. Capstone Publishing.
- Figueroa, Y. (2024). *Responsabilidad social empresarial y fidelización del cliente en un restaurante ubicado en la ciudad de Chiclayo al año 2023*. [Tesis de Maestría, Universidad Privada del Norte, Lima]. <https://hdl.handle.net/11537/36862>
- Folke, C., Carpenter, S., Walker, B., Scheffer, M., Chapin, T., & Rockstrom, J. (2010). Resilience thinking: integrating resilience, adaptability and transformability. *Ecology and Society*, 15(4), 1-20. <https://doi.org/10.5751/es-03610-150420>
- Godinez-Reyes, N., & Alfaro-Calderón, G. (2022). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el desarrollo sostenible en México. *Revista Espacios*, 43(11), 108-121. <https://doi.org/10.48082/espacios-a22v43n11p08>
- Gunningham, N., Kagan, R., & Thornton, D. (2004). Licencia social y protección medioambiental: por qué las empresas van más allá del cumplimiento normativo. *Law & Social Inquiry*, 29(2), 307-341.
- Hawken, P., Lovins, A., & Lovins, H. (1999). *Capitalismo natural: creando la próxima revolución industrial* (1 ed.). Little, Brown y compañía.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: Mc Graw-Hill Education.

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rotas cuantitativas, cualitativas y mixtas* (1 ed.). McGraw-Hill.
- Herrera, J., Bravo, A., Delgado, S., & Merino, J. (2024). Percepción, compromiso y responsabilidad ambiental en estudiantes de nivel superior de una institución del Subsistema de Universidades Tecnológicas. *Revista Vitalia*, 5(2), 453-475. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v5i2.147>
- Huber, J., & Mol, A. (1985). *La inocencia perdida de la ecología: nuevas tecnologías y desarrollo superindustrial* (1 ed.). Schöningh.
- Ibañes, M., & Poggiese, M. (2023). Exclusión social: definición y su diferencia con la pobreza. *Revista Temas Sociológicos*, 2023(33), 91-123. <https://doi.org/10.29344/07196458.33.3580>
- Iyer, H., Deville, N., Stoddard, O., Cole, J., Myers, S., Li, H., . . . Golden, C. (2021). Mantener la salud planetaria mediante el pensamiento sistémico: el papel fundamental de la salud pública. *SSM-Population Health*, 15(2021). <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100844>
- Kates, R., Parris, T., & Leiserowitz, A. (2005). ¿Qué es el desarrollo sostenible? Objetivos, indicadores, valores y prácticas. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 47(3), 8-21. <https://doi.org/10.1080/00139157.2005.10524444>
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Responsabilidad social corporativa: hacer el mayor bien para su empresa y su causa*. Wiley.
- Latouche, S. (2010). *Farewell to Growth* (1 ed.). Polity.
- Leal, W., & Bardi, U. (2019). *Sostenibilidad en los campus universitarios: aprendizaje, desarrollo de habilidades y mejores prácticas* (1 ed.). Cham de Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-15864-4>
- Licandro, O., Ortigueira-Sánchez, L., & Barrueta, M. (2024). Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, desempeño económico y recursos humanos. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 29(108), 1483-1503. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.108.1>
- Lichtenstein, D., Baterista, M., & Braig, B. (2004). El efecto de la responsabilidad social corporativa en las donaciones de los clientes a organizaciones sin fines de lucro apoyadas por corporaciones. *Journal of Marketing*, 68(4), 16-32. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.16.42726>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa* (1 ed.). España: Universidad Autónoma de Barcelona. <http://ddd.uab.cat/record/129382>
- Mai, N., Nguyen, A., & Nguyen, T. (2021). Implementation of Corporate Social Responsibility Strategy to Enhance Firm Reputation and Competitive Advantage. *Journal of Competitiveness*, 13(4), 96-114. <https://doi.org/10.7441/joc.2021.04.06>
- Marcorra, J. (2020). *Manual de metodología de la investigación* (2 ed.). España: Editorial Universidad Computense de Madrid.
- Naciones Unidas. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Brundtland)*. Desarrollo Sostenible, Naciones Unidas - Asamblea General.
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Notten, G., & Guio, A. (2018). *El impacto de las transferencias sociales en la pobreza de ingresos y la privación material*. Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190849696.003.0005>

- ONU. (2023). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/>
- Ostrom, E. (2009). A General Framework for Analyzing Sustainability of Social-Ecological Systems. *Science*, 325(5939), 419-422. <https://doi.org/10.1126/science.1172133>
- PNUD. (1987). *Our common future*. Naciones Unidas para el Desarrollo. Oxford University Press. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). Creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, 89(2), 62-77. <https://doi.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
- Quispe, S., & Muñoz, R. (2023). El impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas Backus y Gloria. *Revista Lidera*, 18(2023), 103-118. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/28558>
- Raworth, K. (2017). *Economía del donut: Siete maneras de pensar como un economista del siglo XXI*. Random House Business Books.
- Respeto, M., & Rosero, X. (2002). Teoría institucional y proceso de internacionalización de las empresas colombianas. *Estudios Gerenciales*, 2002(84), 102-127. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21208406>
- Reyes-Ramírez, L., Leyva-del Toro, C., Pérez-Campdesuñer, R., & Sánchez-Rodríguez, A. (2023). Variables de la responsabilidad social corporativa. Un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista de Ciencias de Administración y Economía (Retos)*, 14(24), 286-305. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.06>
- Rodriguez, A. (2024). Responsabilidad social empresarial y el marketing sostenible: una ruta hacia el desarrollo sustentable. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 29(107), 1059-1071. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.107.4>
- Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., & Saldarriaga, G. (2021). *Metodología de la investigación* (1 ed.). Ecuador: Edicumbre Editorial Corporativa.
- Ruiz-Espinoza, A., Cosio, R., Ramírez-Briones, L., Cajavilca-González, B., Buitron-Hurtado, E., & Reyes-Carhuapoma, T. (2024). Responsabilidad social empresarial y greenwashing en una empresa exportadora de banano. *22nd LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology*, 1-8. https://laccei.org/LACCEI2024-CostaRica/full-papers/Contribution_1688_final_a.pdf
- Sachs, J. (2019). *La era del desarrollo sostenible*. Publicado por Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/sach17314>
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Emprendimiento sostenible e innovación sostenible: categorías e interacciones. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 22-237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20, 222-237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Vara, A. (2010). *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales?* (2 ed.). Instituto de investigación de la USMP.
- WCED. (1987). *Teoría del Desarrollo Sostenible: "Nuestro futuro común"*. Oxford University Press. https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMA D-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf

Anexos

Anexo 1

Instrumento al cliente de la empresa BCORP, EGALE SACs, de La Molina-Lima, 2024

Preguntas Generales

Edad de las encuestadas: 18-30; 31-45; 46-60; 61 a más

Clientes frecuentes: menor a 1 año; 1-3; Mayor a 3

Respuestas: Siempre (5); Casi siempre (4); A veces (3); Casi nunca (2); Nunca (1)

Instrumento de la variable Responsabilidad Social Empresarial

Ítems sobre RSE	Respuestas				
	5	4	3	2	1
Dimensión 1: Compromiso social	5	4	3	2	1
1.- La empresa promueve iniciativas para empoderar a las mujeres de comunidades vulnerables.					
2. La empresa apoya programas que buscan la inclusión laboral de mujeres en situación de vulnerabilidad.					
3.- Se realizan campañas educativas sobre el cuidado personal y la autoestima en la sociedad.					
4.- Se ofrece capacitación gratuita en técnicas de belleza para mujeres que desean emprender.					
5.- Se fomenta el uso de ingredientes naturales y sostenibles que benefician a las comunidades proveedoras.					
6.- Se incentiva a los clientes a participar en programas sociales mediante compras o donaciones.					
Dimensión 2: Compromiso económico	5	4	3	2	1
7.- La empresa informa sobre sus prácticas económicas responsables hacia la sociedad.					
8.- La empresa crea oportunidades laborales inclusivas para mujeres en situación de vulnerabilidad económica.					
9.- La empresa utiliza proveedores locales para impulsar la economía de la comunidad.					
10.- Se invierte en campañas para educar a los clientes sobre el valor de la compra responsable.					
11.- La empresa fomenta el uso de materias primas sostenibles que benefician económicamente a los productores locales.					
Dimensión 3: Compromiso medioambiental	5	4	3	2	1

Ítems sobre RSE	Respuestas				
12.- La empresa utiliza recursos naturales renovables en la fabricación de sus productos.					
13.- Se minimice el consumo de agua y energía durante la producción de los productos de belleza.					
14.- La empresa promueve el uso eficiente de los recursos naturales a lo largo de su cadena de suministro.					
15.- Los productos de la empresa se elaboran utilizando ingredientes que no agotan los recursos naturales disponibles.					

Instrumento de la Variable Desarrollo Sostenible

Ítems sobre DS	Respuestas				
Dimensión 1: Inclusión social	5	4	3	2	1
1.- La empresa promueve campañas publicitarias que refuerzan la igualdad de género y la inclusión social.					
2.- La empresa ofrece productos accesibles para mujeres de diferentes niveles socioeconómicos.					
3.- Se diseñan campañas de concientización para combatir los estereotipos que generan desigualdad en el ámbito de la belleza.					
4.- La empresa colabora con organizaciones que trabajan para reducir la desigualdad social en su sector.					
Dimensión 2: Crecimiento económico	5	4	3	2	1
5.- La empresa contribuye al desarrollo económico local mediante la generación de empleo en la comunidad.					
6.- Se promueven iniciativas que impulsan la sostenibilidad económica de los pequeños negocios asociados con la empresa.					
7.- La empresa ofrece productos con una buena relación calidad-precio que generan valor para los clientes.					
8.- Se promueven estrategias de fidelización, como descuentos y promociones, que benefician tanto a la empresa como a los clientes.					
Dimensión 3: Protección medioambiental	5	4	3	2	1
9.- La empresa utiliza envases reciclables o reutilizables para reducir el impacto ambiental de sus productos.					
10.- La empresa implementa campañas para educar a los clientes sobre prácticas responsables para el cuidado del medio ambiente.					
11.- Se evita el uso de químicos nocivos en los productos para reducir el impacto ambiental.					

Ítems sobre RSE	Respuestas				
12.- La empresa promueve el reciclaje de sus envases mediante programas específicos para clientes.					
13.- Se toman medidas para evitar que los residuos generados por los productos de la empresa contaminen los ecosistemas.					
14.- La empresa realiza acciones concretas para prevenir la degradación del suelo y del agua en las zonas donde opera.					