



Cuadernos Latinoamericanos de Administración
ISSN: 1900-5016
ISSN: 2248-6011
cuaderlam@unbosque.edu.co
Universidad El Bosque
Colombia

Desempeño de responsabilidad social empresarial divulgado en medios virtuales por el impacto del COVID-19

Hernández Pajares, Julio; Yagui Nishii, Valeria

Desempeño de responsabilidad social empresarial divulgado en medios virtuales por el impacto del COVID-19

Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. 17, núm. 33, 2021

Universidad El Bosque, Colombia

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409672512006>

DOI: <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i33.3389>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Desempeño de responsabilidad social empresarial divulgado en medios virtuales por el impacto del COVID-19

Corporate social responsibility performance disclosed in virtual media by the impact of COVID-19

Julio Hernández Pajares
Universidad de Piura Campus Lima, Perú
julio.hernandez@udep.edu.pe

DOI: <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i33.3389>
Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409672512006>

Valeria Yagui Nishii
Universidad de Piura Campus Lima, Perú
valeria.yagui.n@gmail.com

Recepción: 04 Marzo 2021
Aprobación: 09 Agosto 2021

RESUMEN:

La economía de las empresas ha sido afectada por la contingencia generada por la pandemia del COVID-19. Esto ha provocado varias acciones por parte de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con sus grupos de interés, que son promovidas por organizaciones no gubernamentales y gobiernos. En este contexto, las empresas peruanas también participaron prontamente de estas actividades de RSE, que fueron informadas a sus grupos de interés en distintos medios de comunicación. Por este motivo, esta investigación se planteó como objetivo un análisis del desempeño de RSE divulgado en medios virtuales por el impacto de la pandemia por el COVID-19. Para cumplir este objetivo, se llevó a cabo un estudio cualitativo mediante un análisis de contenido de las actuaciones de RSE, que empresas peruanas divulgaron en sus páginas web y redes sociales en el primer semestre de 2020. Los resultados del estudio señalan que se presentó un importante desempeño de sostenibilidad corporativa con la comunidad en ayudas sociales. En cuanto a las acciones con trabajadores y clientes, estas presentaron una menor divulgación y estuvieron enfocadas en aspectos que les permitieron mantener sus operaciones. Estas prácticas, en la mayor parte de los casos, presentan un enfoque reactivo de actuación de responsabilidad social y, en otras situaciones, se convierten en respuestas proactivas destinadas a contribuir al desarrollo sostenible de los grupos de interés.

PALABRAS CLAVE: COVID-19, divulgación de sostenibilidad, páginas web corporativas, redes sociales, responsabilidad social empresarial.

ABSTRACT:

The economic aspects of companies have been affected due to the contingency generated by the COVID-19 pandemic, this has led to different actions of Corporate Social Responsibility (CSR) with its stakeholders, promoted by non-governmental organizations and governments. In this context, Peruvian companies also promptly participated in these CSR activities, which were reported to their stakeholders in different media. For this reason, the objective of this research was an analysis of CSR performance disclosed in virtual media due to the impact of the COVID-19 pandemic. To meet this objective, a qualitative study was carried out through a content analysis of the CSR actions that Peruvian companies disclosed in their web pages and social networks in the first half of 2020. The results of the study indicate that an important performance of corporate sustainability was presented with the community in social assistance. Regarding the actions with workers and clients, these presented less disclosure, and were focused on aspects that allowed them to maintain their operations. These practices, in most cases, present a reactive approach to acting on social responsibility and, in other situations, they become proactive responses aimed at contributing to the sustainable development of stakeholders.

KEYWORDS: COVID-19, sustainability disclosure, corporate web pages, social networks, corporate social responsibility.

La pandemia por COVID-19 en los primeros meses de 2020, ha tenido un impacto significativo en la economía a nivel mundial, lo cual perjudicó el desempeño de las empresas en sus actividades comerciales y en su relación con clientes, trabajadores, comunidades y sociedad. Asimismo, sus operaciones se han visto afectadas por la disminución de ingresos, cambio de la oferta y demanda de productos y servicios, así como, en la paralización o disminución de actividades productivas. En sectores como transporte aéreo, turismo y

hostelería, servicios de alimentación y educación, producción de petróleo y energía, el impacto ha sido mayor y ha generado una reducción del Producto Interno Bruto (PIB) y una recesión económica a nivel mundial, con mayor efecto en economías emergentes como la de Latinoamérica (Batista et al., 2020; Fernandes, 2020; Giovanella et al., 2020; Nicola et al., 2020).

La conmoción de la pandemia generó cambios en la economía de consumo, formas de producción y en la gestión de cadena de valor que, al mismo tiempo, causaron efectos en aspectos como la sostenibilidad ambiental, como en el caso del impacto positivo que hubo por menores consumos de energía y transporte y una mayor preocupación por temas de salud pública (Norouzi et al., 2020; Sarkis et al., 2020). De igual forma, se ha logrado incentivar a productores y comercios locales para la promoción del consumo de productos saludables y seguros (Cohen, 2020).

La pandemia ha mostrado que los gobiernos y organizaciones en países de economías emergentes no estuvieron preparados para ofrecer a la sociedad condiciones óptimas de infraestructura médica, transporte público, accesos a agua, educación virtual y empleo, carencias que constituyen objetivos básicos para la contribución al desarrollo sostenible. En otras palabras, han quedado al descubierto las capacidades de gestión de los gobiernos y las desigualdades en la sociedad en lo que concierne al acceso a atención médica, condiciones tecnológicas para cerrar la brecha digital en educación, así como la atención de desempleados (Batista et al., 2020; Giovanella et al., 2020; Hakovirta y Denuwara, 2020; Salazar y Pando, 2020; Ventura et al., 2020).

En el marco de esta coyuntura del COVID-19, las empresas participaron de actuaciones socialmente responsables y de sostenibilidad corporativa, tales como ayudas sociales a miembros más vulnerables de las comunidades, donaciones de productos de seguridad y equipos a hospitales y gobiernos locales. De la misma manera, tuvieron que revisar sus estrategias de negocios y comerciales con sus clientes, mejorar las condiciones de sus trabajadores con el objetivo de lograr la sostenibilidad económica de sus actividades (Aguinis et al., 2020; He y Harris 2020).

Al respecto, Perú, a pesar de haber sido uno de los primeros países en implementar políticas sanitarias, resultó ser uno de los países con mayores índices negativos por la pandemia, según el portal de la Universidad Johns Hopkins. De hecho, en agosto de 2020, se informó de 447 624 casos y 20 228 fallecidos reportados y, con ello, figuró entre los 10 países del mundo con mayores casos informados (Johns Hopkins University & Medicine, 2020). Esto ha motivado investigaciones como las de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que considera la proyección de una caída del 13% en el PIB de la economía peruana para el 2020, como señala Bárcena (2020), o un impacto económico negativo por caída del ingresos y empleo de trabajadores formales e informales, así como en la continuidad operativa de pequeñas y medianas empresas (Jaramillo y Ñopo, 2020).

En vista de esto, la presente investigación tiene como objetivo un análisis de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con trabajadores, clientes, comunidades y sociedad como respuesta al impacto de la pandemia por el COVID-19, y describir sus características en el marco de la teoría de la actuación social de la empresa. Por ello, se realizó un estudio cualitativo del contenido de las páginas web y redes sociales sobre las actuaciones de RSE de empresas peruanas, divulgadas en el primer semestre de 2020. El texto se organiza en cinco partes: en la primera, se presentan los antecedentes teóricos sobre la RSE y sostenibilidad corporativa en el contexto de la pandemia del COVID-19; en la segunda, se explica el diseño de la investigación; en la tercera, se hace el análisis de la información; en la cuarta, se hace la discusión de los resultados y, finalmente, en la quinta, se presentan las conclusiones del trabajo.

ANTECEDENTES TEÓRICOS

Responsabilidad Social Empresarial, Grupos de Interés y COVID-19

Como señalan Crane y Matten (2020), la pandemia ha transformado los enfoques de investigación en RSE y sostenibilidad corporativa, debido a los cambios experimentados en las actuaciones con los grupos de interés como trabajadores y comunidad, en la evaluación del riesgo social y la gestión de la cadena de suministro global con sus proveedores tras la nueva “normalidad”.

Los efectos del COVID-19 también han afectado la relación con clientes y se han convertido en una oportunidad de *marketing* social, actuaciones socialmente responsables que sean valoradas por los consumidores y que les permitan obtener una mejor lealtad a las marcas de sus productos, incluyendo la respuesta de decisiones éticas de los consumidores (Han et al., 2020; He y Harris, 2020; Huang y Liu, 2020; Jiang y Wen, 2020).

Los estudios de Jiang y Wen (2020), Palma-Ruiz et al. (2020), Qiu et al (2020) señalan que las actuaciones socialmente responsables de las empresas, en el entorno de la pandemia, son altamente valoradas por los clientes y colaboradores y, en consecuencia, aumenta su fidelidad. Además, la reputación, la imagen y la confianza social se han convertido en puntos clave para garantizar la valoración tanto de los consumidores como de los inversionistas en los mercados de valores de empresas con desempeño de sostenibilidad positivo.

Debido al impacto de la pandemia en las actividades y, por lo tanto, en sus relaciones con los grupos de interés, las empresas realizaron una profunda evaluación en las estrategias de sostenibilidad corporativa en sus cadenas de suministro, ofertas de productos y servicios, seguridad laboral, ayuda social humanitaria y responsabilidad con los clientes (Antwi, 2020; García-Sánchez y García Sánchez, 2020; He y Harris, 2020; Palma-Ruiz, 2020). Eso quiere decir que el desafío supuesto ante la crisis del COVID-19 requirió conciliar la resiliencia empresarial con la RSE, con el fin de mejorar la integridad empresarial en la gestión y comunicación con los grupos de interés (Fontrodona y Muller, 2020).

Teoría de actuación social de RSE

La teoría de la actuación social de la empresa (*corporate social performance*) de Carroll (1979), basada en la teoría de la receptividad empresarial (*corporate responsiveness*) de Sethi (1975), señala la necesidad de que las organizaciones se adapten y atiendan las necesidades y demandas sociales de forma anticipada y proactiva con desempeños o respuestas sociales específicas.

Como se observa en la tabla 1, las teorías señaladas consideran las formas de respuesta a los grupos de interés, que son consideradas como las categorías aplicadas en esta investigación cualitativa de actuaciones de RSE. En primer lugar, están las respuestas reactivas que poseen una limitada participación de la alta dirección y su relación con la gestión e información de sostenibilidad. En segundo lugar, están las respuestas defensivas y hacen referencia a una respuesta necesaria u obligada por lo normativo. En tercer lugar, las respuestas acomodativas implican una participación parcial de la dirección, de los colaboradores e información interna para resolver aspectos de gestión de sostenibilidad. Finalmente, las respuestas proactivas presentan una participación plena de directivos en los aspectos claves de sostenibilidad, con íntegra participación de los miembros de la organización y una efectiva comunicación externa (Carroll, 1979; Wartick y Cochran, 1985; Henriques y Sadosky, 1999).

Otros estudios también señalan que las actuaciones de RSE y sostenibilidad inciden en una mejora de rendimiento y obtención de ventajas competitivas, repercutiendo en la creación de un valor económico a la empresa y valor compartido con los grupos de interés como señalan Porter y Kramer (2011) y Waddock y Graves (1997).

Las actuaciones de RSE y las respuestas a los distintos grupos de interés en el contexto de la coyuntura de la pandemia han encontrado que solo algunas empresas presentan un compromiso fuerte y proactivo con sus clientes y comunidad como parte de las actividades estratégicas comerciales y de sostenibilidad, mientras que, en otros casos, se presentan procesos reactivos o defensivos de cumplimientos normativos y ayudas sociales con enfoque filantrópico con los grupos de interés (He y Harris, 2020; Huang y Liu, 2020; Qiu et al, 2020; Talbot y Ordóñez-Ponce, 2020).

TABLA 1
Actuaciones de RSE de la teoría de actuación social de la empresa

Principios de RSE	Tipo de respuesta de RSE	Características de las respuestas o actuaciones sociales de RSE
Económico Legal Ético Discrecional	Reactivo	· Sin participación de la dirección · La gestión de sostenibilidad no es necesaria · Sin reporte de sostenibilidad · Sin capacitación y participación de trabajadores
	Defensivo	· Participación parcial de la dirección · Los problemas de sostenibilidad no siempre se consideran · Se cumplen las regulaciones · Poca formación e implicación de los trabajadores
	Acomodativo	· Alguna participación de la alta dirección · La gestión de sostenibilidad es valorada · Reportes de sostenibilidad internos, pero pocos reportes externos · Alguna formación e implicación de los trabajadores
	Proactivo	· La dirección apoya y participa en cuestiones de sostenibilidad · La gestión de sostenibilidad es un asunto importante · Reportes de sostenibilidad internos y externos · Formación e implicación de trabajadores

Carroll (1979), Wartick y Cochran (1985), Henriques y Sadosky (1999)

Innovación y sostenibilidad corporativa

Teniendo en cuenta el enfoque proactivo de la teoría de actuación social de la empresa, se considera la evolución del concepto de RSE junto al de sostenibilidad corporativa, lo que ha significado una transición de un desempeño social y ético de las empresas a uno que incluye, además de las actuaciones socialmente responsables, las contribuciones al desarrollo sostenible, consideradas como parte de una estrategia empresarial, que integra los aspectos económicos, ambientales y sociales (Bansal y Song, 2017).

Debido al impacto del COVID-19, las empresas han tenido respuestas rápidas con sus grupos de interés como la implementación de protocolos de seguridad y salud con sus colaboradores, seguridad de los productos y servicios ofrecidos a los clientes, asimismo la implementación de ayudas sociales a las comunidades afectadas en colaboración con los gobiernos. Sin embargo, el cumplimiento regulatorio y la filantropía social no han sido suficientes para cumplir las expectativas de los grupos de interés.

Los problemas de sostenibilidad en el contexto de la pandemia del COVID-19 han obligado a las empresas a revisar sus estrategias de sostenibilidad corporativa para hacerlas más resilientes en coyunturas como las actuales (Ikram et al., 2020). En otras palabras, se ha necesitado que las empresas desarrollen innovaciones rápidas responsables como proteger la seguridad y promover actividades con los grupos de interés, por ejemplo, colaboraciones en producción de material de bioseguridad y equipos médicos para centros de salud, difusión y educación en temas de protección y seguridad, innovación de negocios en venta de productos de primera necesidad o de protección de salud (Balarezo y Montiel, 2020; Montiel et al., 2020).

La innovación responsable en el contexto de la pandemia ha tenido que ir más allá de estrategias de reducción de costos o gestión de ingresos y atención a clientes. Se ha requerido de respuestas estratégicas que consideren la limitación de recursos disponibles, en colaboración con otros grupos de interés como comunidades, autoridades locales, gobierno en temas de salud y educación con visión de largo plazo (Gutierrez et al., 2020; Montiel et al., 2020, Wenzel et al., 2020). Esta innovación implica aprovechar el conocimiento de otras empresas y compartir el propio para generar más conocimiento en la gestión con clientes, colaboradores y comunidad y autoridades para mejor acceso a recursos de salud y educación (Aguinis et al., 2020; Chesbrough, 2020).

Información de sostenibilidad en páginas web y redes sociales

Las páginas web y redes sociales son herramientas alternativas para la comunicación del desempeño de RSE sostenibilidad, puesto que facilitan la divulgación a una mayor diversidad de grupos de interés, de forma económica y rápida con diversos grupos que buscan información para la satisfacción de sus intereses como señalan Esrock y Leichty (2000) y Wanderley et al. (2008). Por otro lado, estudios como los de Cortado y Chalmeta (2016), Eberle et al. (2013) y Moure (2019) señalan una tendencia alternativa y evolución de formas de comunicación de desempeño de RSE mediante páginas web y directa por redes sociales como medio de fidelización de grupos de interés, para incrementar su compromiso, establecer relaciones de largo plazo, alcanzar reconocimiento social y mejorar reputación. En otros casos se encuentra una influencia de consumos responsables en clientes con la comunicación de RSE mediante redes sociales (Chu et al., 2020; Martínez-Sala, 2021).

Sin embargo, otros estudios señalan que la información de sostenibilidad de páginas web no tiene la misma naturaleza y nivel de información que los reportes de sostenibilidad de acuerdo con estándares internacionales como la *Global Reporting Initiative* (GRI) (Landrum y Ohsowski, 2018). De hecho, la información en páginas web se ha orientado, en mayor medida, a la interacción con los clientes, responsabilidad de productos o servicios y actuaciones con la sociedad en general con quienes buscan legitimarse mediante discursos positivos, pero con una limitada información sobre gestión y cumplimiento de objetivos estratégicos de sostenibilidad corporativa (Patten y Crampton, 2003; Unerman y Bennett, 2004).

Los estudios de divulgación de información de sostenibilidad en páginas web y redes sociales en Latinoamérica son recientes, investigaciones señalan la importancia de las comunicaciones en mayor medida sobre actividades de responsabilidad social con las comunidades y colaboradores en comparación con las prácticas de gestión ambiental como lo señalan Correa-García et al. (2018) y Morales-Parada et al. (2019).

La coyuntura de la pandemia también ha permitido que las organizaciones usen las páginas web y redes sociales para la comunicación con grupos de interés, principalmente, en la difusión de información útil a los distintos grupos de interés en relación con la prevención del COVID-19, principalmente con las comunidades (Chan et al., 2020; La et al., 2020 Patuelli et al., 2021). Asimismo, ha sido una herramienta muy utilizada por los consumidores y ciudadanos en sus decisiones con respecto de los productos y servicios ofrecidos y de prevenciones en la coyuntura (Donthu y Gustafsson, 2020; He y Harris, 2020).

De acuerdo con los antecedentes revisados, proponemos las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Las actuaciones de RSE con colaboradores comunicadas a través de las páginas web y redes sociales en el contexto del COVID-19 son del tipo reactivo, defensivo-acomodativo o proactivo?
¿Las actuaciones de RSE con clientes comunicadas a través de las páginas web y redes sociales en el contexto del COVID-19 son del tipo reactivo, defensivo-acomodativo o proactivo?
¿Las actuaciones de RSE con la sociedad y comunidad comunicadas a través de las páginas web y redes sociales en el contexto del COVID-19 son del tipo reactivo, defensivo-acomodativo o proactivo?

METODOLOGÍA

Esta investigación cualitativa es de naturaleza exploratoria, debido a que aborda un tema emergente de investigación, tiene alcance descriptivo de las prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad corporativa relacionados con colaboradores, clientes, sociedad y comunidades como respuesta al impacto de la pandemia COVID-19 de empresas peruanas en divulgaciones en sus medios virtuales. Para esta investigación, se aplicó la técnica de análisis de contenido de páginas web y redes sociales entre los meses de marzo de 2020 de inicio del Estado de Emergencia Sanitaria por el COVID-19 declarado por el Gobierno mediante un Decreto Supremo (2020) y agosto de 2020, mes en que el Gobierno por otros Decretos Supremos ya había levantado el aislamiento social obligatorio general (Decreto Supremo 116, 2020) y reanudado las actividades económicas de la Fase 3, principalmente, de servicios y transporte nacional (Decreto Supremo 117, 2020) a partir del mes de julio de 2020.

Debido a que se trata de un estudio cualitativo y exploratorio, la muestra del estudio tiene un carácter no probabilístico y no busca resultados representativos de toda la población de empresas peruanas, sino analizar a juicio de los investigadores las empresas con experiencia en reporte de sostenibilidad en el contexto de su desempeño de RSE. Con ello, se busca inferir de las prácticas de RSE divulgadas en las páginas web y redes sociales, el tipo de respuesta con los grupos de interés de acuerdo con la teoría de la actuación social de las empresas aplicables a su contexto (Krippendorff, 1990).

La muestra comprende las empresas peruanas que publicaron reportes de sostenibilidad de acuerdo con la Guía de la *Global Reporting Initiative* (GRI) en 2017, último periodo disponible en la base de datos de la GRI, llegando a una muestra de 72 empresas como se muestra en la tabla 2, que clasifican por su sector. Las investigaciones de Gamerschlag et al. (2011) y Tapver (2019) consideran la publicación de reportes bajo la Guía GRI como criterio para evaluar el desempeño e información de sostenibilidad de las empresas, que considera los estándares sobre desempeño con colaboradores, clientes y sociedad.

TABLA 2
Muestra de empresa por sector

	Frecuencia	Porcentaje
Comercial	4	6%
Construcción	6	8%
Energía	12	17%
Financiera	10	14%
Industria	6	8%
Industria Alimentos	7	10%
Minería	11	15%
Servicios	16	22%
Total	72	100%

Elaboración propia

Para la muestra señalada, se realizó un análisis de contenido de las páginas web y redes sociales de Facebook, Twitter y YouTube publicadas entre los meses de marzo y agosto de 2020. El análisis de contenido como instrumento de recogida de datos permitió analizar los textos sobre las actividades de RSE realizadas con los grupos de interés por la pandemia del COVID-19 para su posterior clasificación en categorías y realización del análisis descriptivo.

Las unidades de análisis comprendieron los textos que incluían las palabras claves de “pandemia”, “coronavirus”, “COVID-19”, “trabajadores”, “clientes”, “sociedad”, “comunidad” que fueron consideradas para las búsquedas de información de prácticas de RSE en las páginas web y en las redes sociales de acceso en

las páginas web corporativas, y comprendieron textos de imágenes, videos y reportes (Cortado y Chalmeta; 2016; Aramayo-García et al., 2016; Manetti y Bellucci, 2016).

Las categorías para el análisis de contenido, descripción y examen de pautas comunes de los textos señalados se recogieron de la teoría y están comprendidas en las preguntas de investigación referidas al tipo de respuesta y actividades de RSE (Wartick y Cochran, 1985; Henriques y Sadorsky, 1999). Las categorías fueron las siguientes:

- Respuestas Reactivas de RSE
 - Respuestas Defensivas/Acomodativas de RSE
 - Respuestas Proactivas de RSE

Así mismo se consideran las subcategorías para el análisis, de las actuaciones con los grupos de interés respectivos: clientes, colaboradores, comunidad y sociedad en el contexto de la pandemia (Abbas et al., 2020; Aguinis et al., 2020; He y Harris, 2020).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis descriptivo por grupos de interés

Respecto a las actividades de desempeño de sostenibilidad como respuesta al impacto de la pandemia del COVID-19 y considerando a los grupos de interés clave revisados en los antecedentes, en la figura 1 se observa que las empresas, en su mayoría (75%), informan sobre aspectos sociales que corresponden, principalmente, a las actividades de ayuda que, en colaboración con autoridades, destinan a miembros de las comunidades con quienes se relacionan. El porcentaje de empresas con incidencia de información de desempeño de RSE con clientes (42%) y con colaboradores (32%) es menor que el desempeño social y corresponde a empresas que han mantenido una relación más cercana con sus clientes en la coyuntura y así como con los colaboradores. En este caso, se informa sobre el cumplimiento de protocolos de seguridad y normativa en las empresas para el desempeño laboral (Aguinis et al., 2020; He y Harris, 2020; Huang y Liu, 2020).

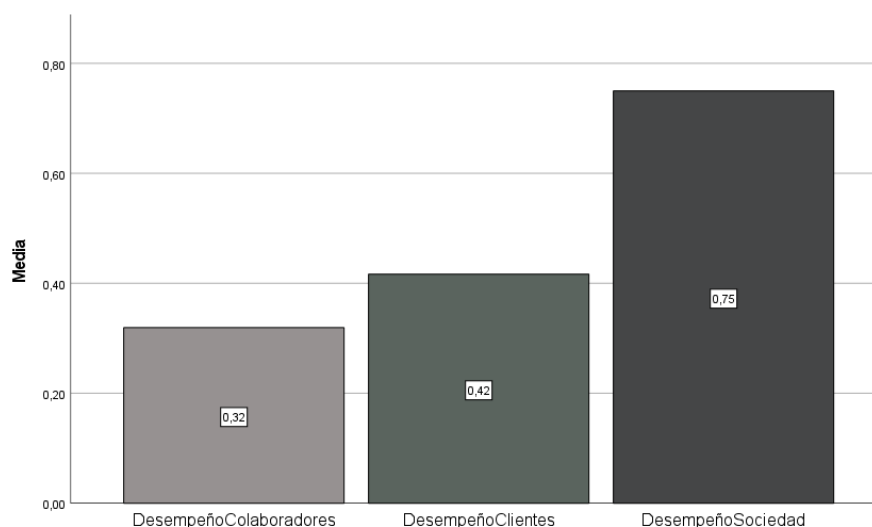
Análisis descriptivo por sector o actividad empresarial

FIGURA 1
Frecuencia de actividades en respuesta a COVID-19
Elaboración propia

La figura 2 muestra la frecuencia de información divulgada con los grupos de interés de acuerdo con los sectores empresariales. En este aspecto, destacan las empresas industriales, mineras de energía eléctrica, gas, y petróleo y financieras con una importante interacción con la comunidad, sociedad en que operan y sociedad en general vista en ayudas con artículos de seguridad y alimentos para población vulnerable de la comunidad y colaboración con autoridades y centros de salud con equipos y material de protección (Gutierrez et al., 2020; Montiel et al., 2020, Wenzel et al., 2020), estudios como los de Hernández-Pajares (2018) y Moneva et al. (2019) señalan que las empresas con mayor impacto de sus actividades en las comunidades y medioambiente presentan un mayor desempeño y divulgación de sostenibilidad con el fin de legitimar dichas actuaciones, como el caso de desempeños sociales durante la pandemia.

Además, las empresas de servicios como telefonía, logística, educación, financieros y consultoría tuvieron un importante desempeño de sostenibilidad de responsabilidad en sus productos y servicios con sus clientes, con sus colaboradores en sus condiciones laborales y ayudas sociales a la comunidad en la pandemia (He y Harris, 2020).

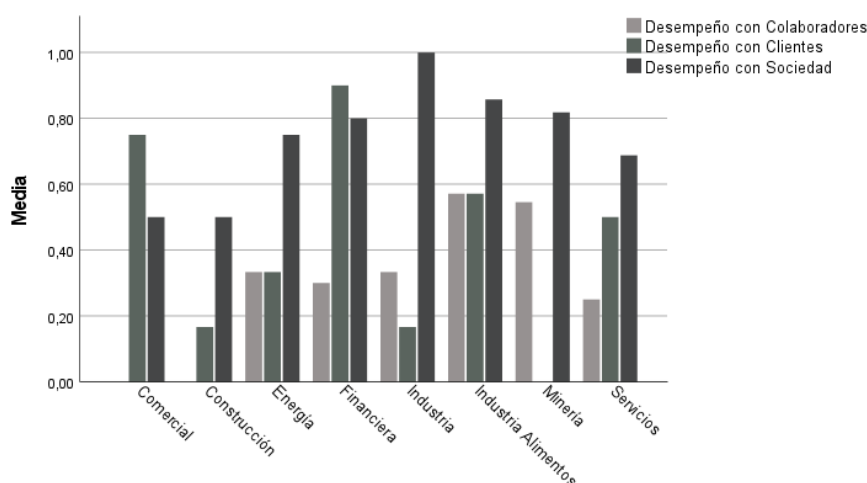


FIGURA 2
Frecuencia de actividades con grupos de interés y sector por COVID-19
Elaboración propia

Otras organizaciones con un importante desempeño e información de RSE con clientes en periodo de pandemia han sido las empresas comerciales y financieras. Las primeras proporcionaron información a sus consumidores para las facilidades de compra a distancia por medios digitales. De igual forma, las empresas financieras (bancos, empresas de seguros y fondos de pensiones) facilitaron la atención virtual a sus clientes y proporcionaron facilidades en el pago de sus obligaciones por los servicios y préstamos (He y Harris, 2020; Talbot y Ordóñez-Ponce, 2020).

Cabe destacar el desempeño de RSE con los trabajadores por parte de empresas de industria de alimentos y minería, que reportan actividades de seguridad de sus trabajadores y cumplimiento de protocolos y normativa emitida por las autoridades gubernamentales en el periodo de cuarentena por el COVID-19 (Aguinis et al., 2020).

Análisis descriptivo por medio virtual

Con respecto a los medios de comunicación utilizados para la información de actividades de sostenibilidad en respuesta a la pandemia del COVID-19, en la figura 3 se observa que la media de incidencia de información en los medios es mayor para las páginas web corporativas, con enlaces específicos sobre respuesta a COVID-19 y la información en la red social Facebook corporativa de la empresa con información sobre actividades relacionadas con clientes y comunidad.

A pesar de que las redes sociales de Twitter y YouTube, se usaron menos para informar sobre las actividades de responsabilidad social, destacan los videos en YouTube para comunicar sobre las medidas para evitar contagios y actuaciones en caso de enfermedad por el COVID-19 y, sobre todo, acerca de medidas de seguridad y protección en casa y fuera de ella a trabajadores y ciudadanos (Chan et al., 2020; Donthu y Gustafsson, 2020; La et al., 2020).

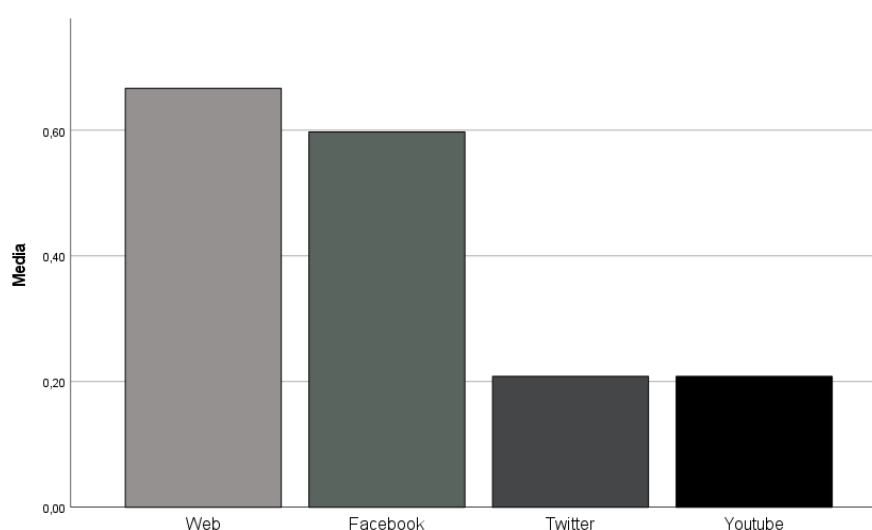


FIGURA 3

Frecuencia de redes utilizados por las empresas en respuesta a COVID-19

*Análisis de contenidos**Desempeño con colaboradores*

A pesar de que las actividades de sostenibilidad con colaboradores no son de las que se presentan en mayor medida y solo un 30% de las empresas revelan información relacionada con actuaciones con sus trabajadores (ver figura 1), sobresalen las actividades de protección y facilidad de trabajo y medidas de protección de salud (He y Harris, 2020; Sarkis et al., 2020). Entre ellas destacamos las siguientes actividades de RSE de las que se infieren distintos tipos de respuestas de acuerdo con las categorías establecidas en la información de la tabla 3.

Se observa que resaltan las actuaciones del tipo reactivo y defensivo-acomodativo, necesarias para mantener las operaciones de la empresa y que corresponden a medidas de prevención y atención médica y seguridad en el trabajo (Antwi, 2020; Chesbrough, 2020; He y Harris, 2020), aspectos que se relacionan con el seguimiento de normas del gobierno como las emitidas por el Ministerio de Salud, y que generan respuestas del tipo reactivas y defensivas, necesarias para el cumplimiento normativo con los colaboradores. Destaca una de las actividades de responsabilidad social proactiva como mejorar la innovación y motivación del personal en sus actividades durante la pandemia y periodo de aislamiento social.

TABLA 3
Categorías de actuaciones de RSE con colaboradores

Respuestas Reactivas	Respuestas Defensivas/Acomodativas	Respuestas Proactivas
· Ayudas financieras a los trabajadores para afrontar problemas económicos durante la pandemia. · Medidas para proporcionar transporte a trabajadores a centros de trabajo, y pago de asignaciones por movilidad. · Asistencia psicológica a personal durante la pandemia.	· Protocolos y medidas de trabajo remoto al inicio y durante la pandemia y por medidas de aislamiento y cuarentena por disposiciones gubernamentales. · Protocolos y capacitaciones para prevención, protección y bioseguridad de trabajadores en centros de trabajo durante la pandemia y posteriormente con la reanudación de actividades de acuerdo con la regulación del Ministerio de Salud y e indicaciones de la OMS. · Exámenes médicos a personal, toma de pruebas rápidas y moleculares y medidas de aislamiento en casos positivos (en caso de campamentos mineros y de agroindustria).	· Planes para mejorar la capacidad de innovación y mejorar la motivación del personal en el trabajo época de pandemia.

Elaboración propia

Desempeño con clientes

Las actividades de desempeño con clientes que fueron informadas correspondieron, principalmente, a empresas del sector de industria comerciales y de servicios que, en la pandemia, han buscado mantener sus actividades comerciales y relaciones con clientes. La tabla 4 muestra los tipos de prácticas según las categorías establecidas en la investigación.

TABLA 4
Categorías de actuaciones de RSE con clientes

Respuestas Reactivas	Respuestas Defensivas/Acomodativas	Respuestas Proactivas
· Medidas para facilitar la distribución de productos a clientes distribuidores y consumidores según demanda por coyuntura de la pandemia. · Ofrecer facilidades de horarios de atención a clientes en época de cuarentena y estado de emergencia. Protocolos sanitarios y de seguridad de atención a clientes.	· Informar y capacitar a distribuidores y mayoristas en protocolos de seguridad e higiene, otorgando artículos de protección sanitaria para atención a consumidores. · Información sobre protocolos de seguridad y sanitarios para viajes de empresas de servicio de aeropuertos y transporte. · Facilidades de pago y financiamientos a clientes, otorgadas por entidades financieras y seguros. · Información sobre planes de financiamiento, otorgamiento de bonos y otras subvenciones del gobierno. · Ayudas a consumidores por medio de venta virtuales, asesorías digitales, opciones de reclamos, entregas a domicilio (<i>delivery</i>) en periodo de cuarentena por pandemia.	· Información para prevención, protección y actuaciones por afecciones por el COVID-19 y facilidades a asegurados por cobertura de atención médica de empresas de seguro. · Capacitaciones a clientes en gestión de costos, digitalización de negocios, para atención a clientes. · Clases virtuales (<i>webinars</i>) en temas profesionales, y de gestión para que los negocios puedan afrontar la crisis económica de la pandemia y actualizarse en la normativa emitida por el gobierno por las empresas de consultoría y educativas.

Elaboración propia

Respondiendo la segunda pregunta de investigación, se observa que las actividades de responsabilidad social y sostenibilidad relacionadas con clientes han tenido un enfoque instrumental de mantener las actividades comerciales y atender las necesidades de los clientes, actividades del tipo reactivo y acomodativo más que de un carácter proactivo de desempeño de sostenibilidad corporativa. Las actuaciones informadas sobre gestión con clientes en el periodo de la pandemia, además de ayudar a los consumidores en el cuidado de su salud y cumplimiento de protocolos en sus atenciones a consumidores, han permitido ayudas financieras, atención virtual a los clientes y otras actividades relacionadas con la actividad comercial con el fin de mantener la relación con los consumidores y asegurar los ingresos.

Por otro lado, en algunos casos, las actuaciones han tenido un mayor enfoque estratégico de sostenibilidad, como capacitar a pequeños negocios y distribuidores para que mejoren su gestión de atención virtual, mantenimiento de emprendimientos en el periodo actual y de pospandemia, y asegurar las satisfacción de los clientes, su fidelidad y competitividad (Henriques y Sadorsky, 1999; Porter y Kramer, 2011; Wartick y Cochran, 1985).

Desempeño con la sociedad y comunidad

Para responder la tercera pregunta de investigación, se analizaron las actividades de desempeño social de sostenibilidad de las empresas, en respuesta a los impactos del COVID-19 que se presentan con mayor incidencia en las páginas web y redes sociales, en algunos casos, estas tienen fines de ayuda social y filantrópicos, una respuesta innovadora frente a la pandemia del COVID-19 con sus grupos de interés (He

y Harris, 2020; Gutierrez et al., 2020; Montiel et al., 2020, Wenzel et al., 2020). La tabla 5 muestra las principales actividades informadas con la sociedad y comunidad en la coyuntura de la pandemia según las categorías estudiadas.

TABLA 5
Categorías de actuaciones de RSE con sociedad y comunidades

Elaboración propia

Como respuesta a la tercera pregunta de investigación, las actividades descritas muestran un enfoque de actuación de RSE reactivo y filantrópico por iniciativa propia o mediante el apoyo de instituciones públicas en los aspectos de prevención y de atención de salud de la comunidad por la pandemia (He y Harris, 2020; Talbot y Ordonez-Ponce, 2020). Por otro lado, se observan actividades de innovaciones rápidas como la participación en emprendimientos de poblaciones locales o apoyo en el desarrollo de la educación pública local y contribución de infraestructura médica (Balarezo y Montiel, 2020; Montiel et al., 2020).

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La mayoría de empresas han realizado actividades de desempeño de RSE de carácter reactivo, principalmente, de ayuda a sus grupos de interés, como el otorgamiento de facilidades y ayudas económicas a colaboradores y clientes afectados por la pandemia y de solidaridad como donaciones de equipos médicos, materiales de protección y otras ayudas a miembros vulnerables de la comunidad y sociedad, principalmente, para empresas de actividades mineras, energía e industriales y de alimentos con mayor impacto de sostenibilidad (Chesbrough, 2020; Gutierrez et al., 2020; He y Harris, 2020; Qiu et al., 2020; Talbot y Ordonez-Ponce, 2020; Montiel et al., 2020; Wenzel et al., 2020).

Otras empresas han tenido respuestas del carácter defensivo/acomodativo con cierta implicación de la dirección en actividades de sostenibilidad con los grupos de interés y relacionadas con el cumplimiento regulatorio de seguridad en época de la pandemia como la ejecución de protocolos y facilidades a colaboradores para su labor de firma remota o presencial. Asimismo, hace referencia a la implementación de las formalidades para la atención segura a consumidores y grandes clientes de forma virtual o presencial, esto con el fin de mantener las operaciones comerciales del negocio y de ayuda en campañas de difusión de medidas de seguridad y salud a las poblaciones de las comunidades, estas respuestas correspondieron a actividades financieras, comerciales y de servicios donde los cumplimientos de protocolos y las facilidades a distancia a los clientes y colaboradores con el fin de mantener las operaciones resultaron clave (Aguinis et al., 2020; Antwi, 2020; García-Sánchez y García-Sánchez, 2020; Talbot y Ordonez-Ponce, 2020).

Finalmente, en menor medida y para pocas empresas, se encuentran actividades proactivas de respuesta social y, en algunos casos, con carácter innovador como son la capacitación del personal para que los colaboradores puedan afrontar de forma resiliente sus actividades en el contexto de la pandemia. También, se presentan no solo en las ayudas a clientes y comunidades, sino también en su formación para que puedan emprender actividades económicas sostenibles o ayudar a las autoridades en la infraestructura, actividades de salud y educación, todas con un carácter de mayor aporte al desarrollo sostenible (Gutierrez et al., 2020; Montiel et al., 2020, Wenzel et al., 2020).

CONCLUSIONES

Este estudio cualitativo buscó contribuir a la investigación sobre las actividades de sostenibilidad corporativa que las empresas peruanas, con experiencia de reporte de sostenibilidad, han realizado en respuesta a la pandemia del COVID-19 y que han divulgado en medios virtuales en el marco de la teoría de actuación social de la empresa.

Se encontró evidencia sobre actuaciones responsables y de contribución al desarrollo sostenible en temas de salud, economía y educación de grupos de interés como trabajadores, consumidores, comunidades y sociedad en general. Sin embargo, en algunos casos, se observó una falta de proactividad y real compromiso de responsabilidad social y ética de las empresas con los grupos de interés en el contexto de la coyuntura y en el periodo posCOVID-19. La respuesta de RSE no solo debió corresponder a actuaciones de las empresas con los grupos de interés para mantener las actividades del negocio y sus rendimientos, como facilidades a clientes y mejora de condiciones de colaboradores, sino a otras proactivas e innovadoras de trabajo conjunto con otras organizaciones no gubernamentales y autoridades (Balarezo y Montiel, 2020; Montiel et al., 2020).

El reto más importante que tendrán las empresas en el periodo posCOVID-19 será proponer estrategias innovadoras de corto y largo plazo. Por un lado, habría que incluir unas que permitan asumir mayores costos por los cambios en las condiciones de la cadena de suministro internacional y local. Por otro lado, se tendrían que considerar otras que aseguren el cumplimiento de estándares de calidad de los insumos o productos provenientes de sus proveedores, seguridad y salubridad en los procesos de producción, distribución y prestación de servicio a otras empresas o consumidores; y, sobre todo, de salud y seguridad laboral de los colaboradores como adecuadas coberturas de salud y de transporte público seguro. Asimismo, son necesarias respuestas proactivas en la comunidad para ayudar a las autoridades y ciudadanos (Hakovirta y Denuwara, 2020; Sarkis et al., 2020; Montiel et al., 2020).

Este estudio persigue la contribución práctica de promover acciones de liderazgo responsable de autoridades, directivos de empresas y miembros de la sociedad civil, organizaciones públicas y privadas que deberán realizar esfuerzos para construir economías posCOVID-19 más resilientes y sostenibles, que puedan afrontar los desafíos globales, como pandemias, cambios climáticos y otros fenómenos en los cuales los principales objetivos son la salud, la seguridad laboral y la sostenibilidad económica de las organizaciones (Tsui, 2019; 2020). Se sugiere que las organizaciones adopten las regulaciones y recomendaciones de entidades nacionales e internacionales especializadas, y ayuden a la sociedad y gobiernos a lograr mejores conocimientos y actuaciones para responder al impacto del COVID-19 que aún no se ha controlado por la limitación de recursos y aprendizajes. Se propone crear nuevos patrones de discusión e investigación para mejor control por las organizaciones en coyunturas como la actual.

Este trabajo de investigación ha presentado limitaciones para su realización, como la dificultad de acceder a información de desempeño de RSE y sostenibilidad en el contexto de la pandemia de otras empresas sin páginas web corporativas o reportes de sostenibilidad ni conocer las motivaciones de las actuaciones por parte de los directivos, lo que implica la necesidad de futuras investigaciones sobre un mayor número de empresas y la percepción de directivos no solo en periodo actual de la pandemia, sino tras ella.

REFERENCIAS

- Abbas, A., Ilham, M., Triani, N., Arizah, A. y Rayyani, W. O. (2020). The Involvement of Firms in Helping Fight the Pandemic of COVID-19: Evidence from Indonesia. *Inovbiz Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 72-76. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1314>
- Aguinis, H., Villamor, I. y Gabriel, K. P. (2020). Understanding Employee Responses to COVID-19: A Behavioral Corporate Social Responsibility Perspective. *Management Research*, 18(4), 421-438. <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-06-2020-1053>

- Antwi, H. A. (2020). Beyond COVID-19 Pandemic: A Systematic Review of the Role of Global Health in the Evolution and Practice of Corporate Social Responsibility. *Research Square*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-40212/v1>
- Aramayo-García, A., Arimany-Serrat, N., Salazar, C. U. y Aliberch, A. S. (2016). Web Communication of CSR and Financial Performance: A study of Catalan Meat Companies. *Intangible Capital*, 12(2), 391-419. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.590>
- Bansal, P. y Song, H. C. (2017). Similar but not the Same: Differentiating Corporate Sustainability from Corporate Responsibility. *Academy of Management Annals*, 11(1), 105-149. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0095>
- Balarezo R. y Montiel I. (2020). COVID-19: un llamado a la acción a las empresas peruanas. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34667.77600>
- Bárcena, A. (2020). Enfrentar los efectos cada vez mayores del COVID-19 para una reactivación con igualdad: nuevas proyecciones 15 de julio de 2020. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://bit.ly/38fTDIj>
- Batista, I. R., Domingos, A. y Lins, R. (2020). Sorry it Took me so Long: Latin America and Rapid Governments' Response to COVID-19. *Ciências Sociais Unisinos*, 56(2), 116-130. <https://doi.org/10.4013/csu.2020.56.2.01>
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Chan, A. K. M., Nickson, C. P., Rudolph, J. W., Lee, A. y Joynt, G. M. (2020). Social Media for Rapid Knowledge Dissemination: Early Experience from the COVID - 19 Pandemic. *Anaesthesia*, 75(12), 1579-1582. <https://doi.org/10.1111/anae.15057>
- Chesbrough, H. (2020). To Recover Faster from COVID-19, Open-Up: Managerial Implications from an Open Innovation Perspective. *Industrial Marketing Management*, 88, 410-413. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.04.010>
- Chu, S. C., Chen, H. T. y Gan, C. (2020). Consumers' Engagement with Corporate Social Responsibility (CSR) Communication in Social Media: Evidence from China and the United States. *Journal of Business Research*, 110, 260-271. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.036>
- Cohen, M. (2020). Does the COVID-19 Outbreak Mark the Onset of a Sustainable Consumption Transition? *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 16(1), 1-3. <https://doi.org/10.1080/15487733.2020.1740472>
- Cortado, F. J. y Chalmers, R. (2016). Use of Social Networks as a CSR Communication Tool. *Cogent Business & Management*, 3(1), 1187783. <https://doi.org/10.1080/23311975.2016.1187783>
- Correa-García, J. A., García-Benau, M. A., y García-Meca, E. (2018). CSR communication strategies of Colombian business groups: An analysis of corporate reports. *Sustainability*, 10(5), 1602. <https://doi.org/10.3390/su10051602>
- Crane, A., y Matten, D. (2020). COVID - 19 and the Future of CSR Research. *Journal of Management Studies*, 58(1), 280-284. <https://doi.org/10.1111/joms.12642>
- Donthu, N. y Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on Business and Research. *Journal of Business Research*, 117, 284-289. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008>
- Eberle, D., Berens, G. y Li, T. (2013). The Impact of Interactive Corporate Social Responsibility Communication on Corporate Reputation. *Journal of Business Ethics*, 118, 731-746. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-013-1957-y>
- Esrock, S. L. y Leichty, G. B. (2000). Organization of Corporate Web Pages: Publics and Functions. *Public Relations Review*, 26(3), 327-344. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(00\)00051-5](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(00)00051-5)
- Fernandes, N. (2020). Economic Effects of Coronavirus Outbreak (COVID-19) on the World Economy. *IESE Business School Working Paper No. WP-1240-E*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3557504>
- Fontrodona, J. y Muller, P. (2020). Reforzar la integridad empresarial ante la crisis del COVID-19. *IESE Business School*. <https://media.iese.edu/research/pdfs/OP-0333.pdf>
- Gamerschlag, R., Möller, K. y Verbeeten, F. (2011). Determinants of Voluntary CSR Disclosure: Empirical Evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2-3), 233-262. <https://doi.org/10.1007/s11846-010-0052-3>

- García - Sánchez, I. M., y García-Sánchez, A. (2020). Corporate Social Responsibility during COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 126. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040126>
- Giovanella, L., Vega, R., Tejerina-Silva, H., Acosta-Ramirez, N., Parada-Lezcano, M., Ríos, G., Iturrieta, D., Almeida, P. y Feo, O. (2020). Is Comprehensive Primary Health Care Part of the Response to the COVID-19 Pandemic in Latin America? *Trabalho, Educação e Saúde*, 19. <https://doi.org/10.1590/1981-7746-sol00310>
- Gutierrez, L., Castillo, A. y Montiel, I. (2020). Companies vs Coronavirus: A Call for Rapid Responsible Innovation. COVID-19 Insights from Business Sustainability Scholars. Organizations & Natural Environment, *Academy of Management*. <https://bit.ly/3gyH8GE>
- Hakovirta, M. y Denuwara, N. (2020). How COVID-19 Redefines the Concept of Sustainability. *Sustainability*, 12(9), 3727. <https://doi.org/10.3390/su12093727>
- Han, H., Lee, S., Kim, J. J. y Ryu, H. B. (2020). Coronavirus Disease (COVID-19), Traveler Behaviors, and International Tourism Businesses: Impact of the Corporate Social Responsibility (CSR), Knowledge, Psychological Distress, Attitude, and Ascribed Responsibility. *Sustainability*, 12(20), 8639. <https://doi.org/10.3390/su12208639>
- He, H. y Harris, L. C. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176-182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- Henriques, I. y Sadorsky, P. (1999). The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance. *Academy of management Journal*, 42(1), 87-99. <https://doi.org/10.5465/256876>
- Hernández-Pajares, J. (2018). Influencia de la naturaleza internacional de empresas peruanas en su información de sostenibilidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 74-92. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A4>
- Huang, H. y Liu, S. (2020). "Donate to Help Combat COVID-19!" How Typeface Affects the Effectiveness of CSR Marketing? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3315-3333. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0462>
- Ikram, M., Zhang, Q., Sroufe, R. y Ferasso, M. (2020). The Social Dimensions of Corporate Sustainability: An Integrative Framework Including COVID-19 Insights. *Sustainability*, 12(20), 8747. <https://doi.org/10.3390/su12208747>
- Jaramillo, M. y Ñopo H. (2020). El impacto del COVID-19 sobre la economía peruana. *Economía UNAM*, 17(51), 136-146. <https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2020.51.552>
- Jiang, Y. y Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: A perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2563-2573. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0237>
- Johns Hopkins University & Medicine (2020). Coronavirus Resource Center. <https://coronavirus.jhu.edu/>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Paidós.
- La, V. P., Pham, T. H., Ho, M. T., Nguyen, M. H., P Nguyen, K. L., Vuong, T. T., Nguyen, H., Tran, T., Khuc, Q., Ho, M. y Vuong, Q. H. (2020). Policy Response, Social Media and Science Journalism for the Sustainability of the Public Health System amid the COVID-19 Outbreak: The Vietnam Lessons. *Sustainability*, 12(7), 2931. <https://doi.org/10.3390/su12072931>
- Landrum, N. y Ohsowski B. (2018). Identifying Worldviews on Corporate Sustainability: A Content Analysis of Corporate Sustainability Reports. *Business Strategy and the Environment*, 27(1), 128-151. <https://doi.org/10.1002/bse.1989>
- Manetti, G. y Bellucci, M. (2016). The use of social media for engaging stakeholders in sustainability reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 29(6), 985-1011. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2014-1797>
- Martínez-Sala, A. M., Quiles-Soler, M. C. y Monserrat-Gauchi, J. (2021). Corporate Social Responsibility in the Restaurant and Fast Food Industry: A Study of Communication on Healthy Eating Through Social Networks. *Interface (Botucatu)*, 25, e200428. <https://doi.org/10.1590/interface.200428>

- Moneva, J. M., Jara-Sarrúa L., Hernández-Pajares J. y Del Barco J. (2019). The Disclosure of Social Issues in Latin American Sustainability Reports: An Exploration of their Disclosure in Argentina, Chile, and Peru. En *Corporate Social Responsibility Disclosure and Assurance: A Growing Market* (pp. 135-174). Cambridge Scholars Publishing.
- Montiel, I., Gutierrez, L. y Castillo, A. (2020). Rapid Responsible Innovation in Times of Corona: Three Months Later. *Business & Society COVID-19 Insights*. <https://bit.ly/3gDMuAh>
- Morales-Parada, F., Höllander-Sanhueza, R. y Varela-Castro, C. (2019). Análisis comparativo de la divulgación corporativa en sitios web en una muestra de empresas cotizadas del mercado peruano y chileno. *Contabilidad y Negocios*, 14(27), 6-21. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201901.001>
- Moure, R. C. (2019). CSR Communication in Spanish Quoted Firms. *European Research on Management and Business Economics*, 25(2), 93-98. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.02.002>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M. y Aghaf, R. (2020). The Socio-Economic Implications of the Coronavirus Pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185-193. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2020.04.018>
- Norouzi, N., de Rubens, G. Z., Choubanpishhezhafar, S. y Enevoldsen, P. (2020). When Pandemics Impact Economies and Climate Change: Exploring the Impacts of COVID-19 on Oil and Electricity Demand in China. *Energy Research & Social Science*, 68, 101654. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2020.101654>
- Palma-Ruiz, J. M., Castillo-Apraiz, J. y Gómez Martínez, R. (2020). Socially Responsible Investing as a Competitive Strategy for Trading Companies in Times of Upheaval amid COVID-19: Evidence from Spain. *International Journal of Financial Studies*, 8, 41, 1-13. <https://doi.org/10.3390/ijfs8030041>
- Patten, D. M. y Crampton, W. (2003). Legitimacy and the Internet: An Examination of Corporate Web Page Environmental Disclosures. *Advances in Environmental Accounting & Management*, 2, 31-57. [https://doi.org/10.1016/S1479-3598\(03\)02002-8](https://doi.org/10.1016/S1479-3598(03)02002-8)
- Patuelli, A., Caldarelli, G., Lattanzi, N. y Saracco, F. (2021). Firms' Challenges and Social Responsibilities during COVID-19: A Twitter Analysis. *PLoS ONE*, 16(7), e0254748. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0254748>
- Porter, M. E. y Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, 1-11. <https://bit.ly/3ylSLGL>
- Presidencia del Consejo de Ministros (2020). Decreto Supremo N° 044-2020-PCM. <https://bit.ly/3Dm0Ejj>
- Presidencia del Consejo de Ministros (2020). Decreto Supremo N° 116-2020-PCM. <https://bit.ly/3jiRXXJ>
- Presidencia del Consejo de Ministros (2020). Decreto Supremo N° 117-2020-PCM. <https://bit.ly/3sXM4tt>
- Qiu, S. C., Jiang, J., Liu, X., Chen, M. H. y Yuan, X. (2020). Can Corporate Social Responsibility Protect Firm Value during the COVID-19 Pandemic? *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102759. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102759>
- Salazar, J. y Pando, R. (2020). Una pandemia y varios males endémicos en el Perú: A propósito de la COVID-19. *Revista Experiencia en Medicina del Hospital Regional Lambayeque*, 6(3), 63-67. <https://doi.org/10.37065/rem.v6i3.481>
- Sarkis J., Cohen M., Dewick, P. y Schröder, P. (2020). A Brave New World: Lessons from the COVID-19 Pandemic for Transitioning to Sustainable Supply and Production. *Resources, Conservation and Recycling*, 159, 104894. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104894>
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review*, 17(3), 58-64. <https://doi.org/10.2307/41162149>
- Talbot, D. y Ordóñez-Ponce, E. (2020). Canadian Banks' Responses to COVID-19: A Strategic Positioning Analysis. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1-8. <https://doi.org/10.1080/20430795.2020.1771982>
- Tapver, T. (2019). CSR Reporting in Banks: Does the Composition of the Board of Directors Matter? *Quantitative Finance and Economics*, 3(2), 286-314. <http://www.aimspress.com/article/doi/10.3934/QFE.2019.2.286>
- Tsui, A. S. (2019). Guidepost: Responsible Research and Responsible Leadership Studies. *Academy of Management Discoveries*, 7(2). <https://doi.org/10.5465/amd.2019.0244>

- Tsui, A.S. (2020). COVID-19 Crisis: A Call for Responsible Leadership Research. *EFMD Global Network*. <https://bit.ly/3yfY1Mh>
- Unerman J. y Bennett M. (2004). Increased Stakeholder Dialogue and the Internet: Towards Greater Corporate Accountability or Reinforcing Capitalist Hegemony? *Accounting, Organizations and Society*, 29, 685-707. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2003.10.009>
- Ventura, D., Ribeiro, H., Giulio, G., Jaime, P., Nunes, J., Bógus, C., Ferreira, J. y Waldman, E. (2020). Challenges of the COVID-19 Pandemic: for a Brazilian Research Agenda in Global Health and Sustainability. *Cadernos de Saúde Pública*, 36(4), 1-5. <https://doi.org/10.1590/0102-311X00040620>
- Waddock, S. E. y Graves, S. B. (1997). The Corporate Social Performance-Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319.
- Wanderley, L. S. O., Lucian, R., Farache, F. y de Sousa Filho, J. M. (2008). CSR Information Disclosure on the Web: A Context-Based Approach Analysing the Influence of Country of Origin and Industry Sector. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 369-378. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9892-z>
- Wartick, S. L. y Cochran P. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, 10(4), 758-769. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279099>
- Wenzel, M., Stanske, S. y Lieberman, M. B. (2020). Strategic Responses to Crisis. *Strategic Management Journal*, 41, 7-18. <https://doi.org/10.1002/smj.3161>