



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
SECCIÓN DE POSGRADO**

**EFFECTOS DE LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL EN EL PERÚ**

PRESENTADA POR

PABLO AUGUSTO LAVADO DE LA PUENTE

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN
CONTABILIDAD Y FINANZAS**

LIMA – PERÚ

2015



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERA
SECCIÓN DE POSTGRADO**

**EFFECTOS DE LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL EN EL PERÚ**

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR
EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

PRESENTADO POR

MG. PABLO AUGUSTO LAVADO DE LA PUENTE

LIMA, PERÚ

2015



**EFFECTOS DE LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL EN EL PERÚ**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Dr. DAVID ISIDRO LLARENA GARCÍA

PRESIDENTE DEL JURADO:

DR. JUAN ALVA GÓMEZ

SECRETARIO:

DR. AUGUSTO HIPOLITO BLANCO FALCÓN

MIEMBROS DEL JURADO:

DR. VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO

DR. LUIS ALBERTO LIZÁRRAGA PÉREZ

DR. JULIO VERGARA HERRERA



DEDICATORIA

A Bertha, mi esposa.

A Pablo, Vanessa y Fermín, mis hijos.

A Paula y Victoria, mis nietas.

AGRADECIMIENTOS

A Dios primeramente, por su fidelidad, misericordia y provisión, que me ha mostrado a lo largo de mi vida.

A la Universidad de San Martín de Porres, por darme la oportunidad de seguir mis estudios de post grado.

Al Dr. CPC. Juan Alva Gómez, por su apoyo decidido y colaboración a superarme cada día más.

A los docentes del Doctorado, quienes volcaron sus conocimientos y experiencias durante mi formación post profesional

A los señores asesores, quienes de una u otra manera apoyaron el desarrollo de esta investigación para que se haga realidad.

Finalmente, a Bertha, mi esposa, y a mis hijos Fermín, Pablo y Vanessa, por su aliento diario para la culminación del doctorado y de la tesis.

ÍNDICE

	Pág.
PORTADA	i
TÍTULO	ii
ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	xi
RESUMO	xiii
INTRODUCCIÓN	xv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	1
1.2 Formulación del Problema	9
1.2.1 Problema general	9
1.2.2 Problemas específicos	9
1.3 Objetivos de la Investigación	9
1.3.1 Objetivo general	9
1.3.2 Objetivos específicos	10
1.4 Justificación de la Investigación	10
1.4.1 Justificación	10
1.4.2 Importancia	11
1.5 Delimitaciones del Estudio	13
1.6 Viabilidad del Estudio	14
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la investigación	16
2.2 Bases Teóricas	21
2.3 Base Legal	25
2.4 Definiciones Conceptuales	29

2.5	Formulación de Hipótesis	81
2.5.1	Hipótesis general	81
2.5.2	Hipótesis específicas	82

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1	Diseño Metodológico	83
3.1.1	Tipo de Investigación	84
3.1.2	Estrategias de la Investigación	84
3.2	Población y Muestra	85
3.3	Operacionalización de Variables	87
3.4	Técnicas de Recolección de Datos	88
3.5	Técnicas de Procesamiento de la Información	89
3.6	Aspectos Éticos	89

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1.	Interpretación de Resultados	94
4.2	Resultados de la Entrevista	96
4.2.1	Resultados de la Encuesta	110
4.3.	Contrastación y Verificación de las Hipótesis de la Investigación	170
4.3.1.	Contrastación de Hipótesis	172

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Discusión	185
5.2	Conclusiones	187
5.3	Recomendaciones	190

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias Bibliográficas	197
Referencias Hemerográficas	199
Referencias Electrónicas	200

ANEXOS		
Anexo N° 1	Matriz de Consistencia	202
Anexo N° 2	Entrevista – Propuesta a aplicar	203
Anexo N° 3	Encuesta – Propuesta a aplicar	207
Anexo N° 04	Guía de las políticas y estrategias de la responsabilidad social empresarial	215



RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo establecer cuáles son los efectos de las políticas y estrategias de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú porque, no cabe duda, que la **Responsabilidad Social Empresarial** (RSE) es un aspecto de la gestión empresarial que ha dejado de ser pertinente sólo para las grandes empresas y transnacionales, ampliando actualmente su horizonte a todo tipo de empresas.

Sin embargo, aun cuando existe un amplio consenso de que este es un tema prioritario para la generación de un desarrollo sostenible en nuestro país, nos encontramos con la situación que la gran mayoría de las empresas peruanas, que generan mayores empleos y son las exponentes del espíritu empresarial a través de su emprendimiento, aún no son muy activas en el ámbito de la RSE o no han desarrollado una política y estrategia claras en esta materia.

En cuanto al método utilizado se optó por el método descriptivo. Las técnicas desarrolladas fueron las encuestas realizadas a los empresarios y ejecutivos las empresas y las entrevistas a los expertos en el tema de la investigación seleccionada, las que se llevaron a cabo utilizando las herramientas de recolección de información consistentes en las guías respectivas, lo cual nos permitió conocer los indicadores de las variables de las políticas y estrategias de la responsabilidad social empresarial a nivel de Lima Metropolitana.

De esta manera, la necesidad de avanzar en el proceso de adopción de la RSE en las empresas emergentes, muchas veces de tamaño pequeño o mediano, se convierte en una tarea urgente, que requiere de **políticas y estrategias** que posibiliten este proceso de manera gradual y ajustada a las posibilidades de cada empresa.

En este contexto, nuestra tesis quiere dar un paso más y entregar a este sector de empresas la aplicación de políticas y estrategias como apoyo a su gestión, esta

vez, enfocada a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial. Orientando a las pequeñas y medianas empresas peruanas, que aspiran a adoptar de manera gradual estrategias de responsabilidad social que las llevarán a alcanzar mejoras en su gestión y a aportar a la obtención de un desarrollo humano sostenible.



ABSTRACT

This research aims to establish what the effects of policies and strategies of corporate social responsibility in Peru who produce knowledge analysis today are because there is no doubt that corporate social responsibility is an aspect of business management it is no longer atingente only to large companies and multinationals expanding their horizon to all types of companies.

However, even if there is a broad consensus that this is a priority for the generation of sustainable development in our country theme, we find that the vast majority of Peruvian companies who generate more jobs and are the exponents of entrepreneurship through its entrepreneurship, are still not very active in the field of CSR, or have not developed a clear policy and strategy in this area.

As The method used chose the descriptive method, the techniques were the surveys of entrepreneurs and executives companies, and interviews with experts in the field of research chosen, which were carried out using the tools consistent collection of information on the respective guides, which allowed us to know the indicators of the variables of policies and strategies of corporate social responsibility at the level of Lima.

Thus, the need to advance the process of adoption of CSR in emerging companies, often small or medium size, becomes an urgent task, which requires policies and strategies to facilitate this process gradually and adjusted to the possibilities of each company.

In this context, our research aims to go one step further and deliver this sector companies implementing policies and strategies in support of its management, this time focused on the implementation of Corporate Social Responsibility. Orienting to small and medium-Peruvian companies seeking

to gradually adopt CSR strategies that lead to achieving improvements in management and contribute to achieving sustainable human development.



RESUMO

Cette recherche vise à établir ce que les effets des politiques et stratégies de responsabilité sociale des entreprises au Pérou qui produisent analyse des connaissances sont aujourd'hui car il ne fait aucun doute que la responsabilité sociale des entreprises est un aspect de la gestion d'entreprise il ne est plus atingente seulement pour les grandes entreprises et les multinationales qui développent leur horizon pour tous les types de sociétés.

Cependant, même se il ya un large consensus que ce est une priorité pour la génération du développement durable dans le thème de notre pays, nous constatons que la grande majorité des entreprises péruviennes qui génèrent plus d'emplois et sont les représentants de l'esprit d'entreprise grâce à son esprit d'entreprise, ne sont pas encore très actif dans le domaine de la RSE, ou ne ont pas développé une politique et une stratégie claires dans ce domaine.

Comme La méthode utilisée a choisi la méthode descriptive, les techniques étaient les enquêtes d'entrepreneurs et de cadres des entreprises, et des entretiens avec des experts dans le domaine de recherche choisi, qui ont été réalisées en utilisant les outils la collecte régulière d'informations sur les guides respectifs, qui nous a permis de connaître les indicateurs des variables des politiques et des stratégies de responsabilité sociale des entreprises au niveau de Lima.

Ainsi, la nécessité de faire avancer le processus d'adoption de la RSE dans les entreprises émergentes, souvent de petite ou moyenne taille, devient une tâche urgente, qui requiert des politiques et des stratégies visant à faciliter ce processus progressivement et adapté aux possibilités de chaque entreprise.

Dans ce contexte, notre recherche vise à aller plus loin et de livrer ce secteur entreprises mettant en œuvre des politiques et des stratégies à l'appui de sa gestion, cette fois axée sur la mise en œuvre de la responsabilité sociale des entreprises. Orienter aux petites et moyennes entreprises-péruvienne qui cherchent à adopter progressivement des stratégies de RSE qui conduisent à réaliser des améliorations dans la gestion et contribuer à un développement humain durable.



INTRODUCCIÓN

En este contexto, la tesis titulada **“LOS EFECTOS DE LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL EN EL PERÚ”** tiene como objetivo establecer los mecanismos a través de los cuales la empresa y sociedad elegirán las actitudes con las cuales la empresa se insertará en la comunidad considerando los siguientes planteamientos:

- La decisión de hacer negocios de manera responsable y trasladar a toda la organización los criterios de responsabilidad social, la que debe estar inserta en la visión, misión y estrategia empresarial.
- La responsabilidad social empresarial debe estar inmersa en la estrategia, tácticas y políticas de la empresa. Ser un buen proveedor, un buen cliente, un buen empleador, entre otros, debe quedar materializado y trascender en las políticas de ventas, de compras y en el manejo de los recursos humanos.
- En la actualidad, las investigaciones que en materia de Responsabilidad Social Empresarial aplicada que se desarrollan tanto en Norteamérica, Europa y Latinoamérica centran en buena parte su atención en la conceptualización, definición y desarrollo de una Responsabilidad Social de las Organizaciones Empresariales, donde la investigación sobre esta materia es todavía muy novedosa. Así vemos que, en diversas ocasiones, los organismos que a través de sus normas y dispositivos legales pretenden ayudar a los responsables de la dirección de las empresas a identificar los diferentes grupos de intereses económicos, políticos, sociales y morales, para tomar sus decisiones empresariales teniendo en cuenta las consecuencias que de ellas se pueden generar en beneficio de la colectividad laboral.

Es por ello, que la presente Tesis tiene como finalidad trasladar información a base de la experiencia laboral, profesional y vivencial que hemos ganado en nuestro desempeño profesional. Traslado información teórico – práctica para que presente como resultado una investigación cuidadosa y lleve conocimiento a quienes lo lean y poder a quienes lo apliquen.

En estricta concordancia con el título de la Tesis y con la formulación de la hipótesis, la investigación realizada en esencia establece la aplicación de políticas y estrategias basada en la observancia de la Responsabilidad Social a través de los principios éticos, los cuales permitirán adaptarse al presente tiempo caracterizado por la globalización en que vive la humanidad.

Para el desarrollo de este trabajo se ha aplicado la metodología, las técnicas e instrumentos necesarios para una adecuada investigación, en el marco de las normas de la Escuela de Post-Grado de nuestra Universidad San Martín de Porres.

Para llegar a contrastar los objetivos y las hipótesis planteadas, se ha desarrollado el trabajo de investigación en los siguientes capítulos:

En el Capítulo I, nos referimos al planteamiento del problema de investigación, contiene las áreas necesarias para una adecuada delimitación, tales como: la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema; asimismo, se han establecido los objetivos de la investigación la justificación de ella, las limitaciones del estudio y su viabilidad.

El Capítulo II, se encuentra referido al marco teórico, explicando su sustento teórico y conceptual de la investigación. Para ello ha sido necesario realizar indagaciones respecto a investigaciones similares, evaluar las teorías existentes y definir conceptos fundamentales que integran las variables de estudio y formular las hipótesis por comprobar.

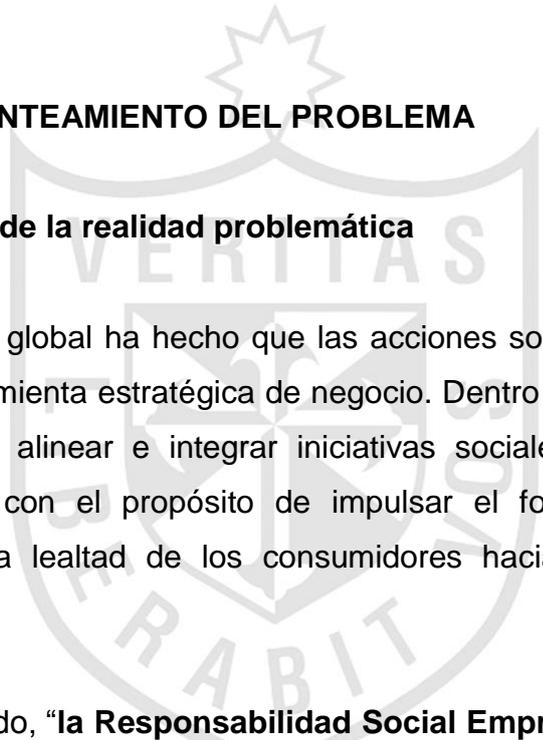
El Capítulo III, se refiere a la metodología utilizada durante el trabajo de investigación. Se desarrolló el diseño metodológico aplicado, la identificación de la población y la estimación de la muestra, la operacionalización de las variables de estudio, las técnicas utilizadas en la recolección de datos, su procesamiento y análisis, así como los aspectos éticos vinculados.

En el Capítulo IV, se muestran los resultados encontrados para cada una de las variables e indicadores previamente identificados, así como el informe de los resultados de la investigación y contrastación de hipótesis.

En el Capítulo V, se presentan la Discusión, Conclusiones y Recomendaciones del trabajo de investigación. Este Capítulo se orienta a dar apoyo a través de procedimientos y herramientas con los que se puedan solucionar los problemas que suelen suceder en toda actividad empresarial y la implementación de las políticas y estrategias de la Responsabilidad Social Empresarial.

Así pues, dejamos a vuestro sabio discernir, el aporte de la presente investigación y anhelo que con tanto esfuerzo y dedicación hemos desplegado para su realización y solamente se verá compensado a plenitud cuando se apliquen las políticas y estrategias en su ejecución en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial frente a la clase laboral de nuestro País y que brinde resultados positivos para quienes lo apliquen.





CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La economía global ha hecho que las acciones sociales se conviertan en una herramienta estratégica de negocio. Dentro de este contexto, la tendencia es alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial, con el propósito de impulsar el fortalecimiento de la empresa y la lealtad de los consumidores hacia una determinada marca.

En este sentido, **“la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución activa y voluntaria de la empresa al mejoramiento social, económico y ambiental de la sociedad”**.

Por lo expuesto, un primer problema que se presenta para poner en marcha la RSE es que su aplicación es voluntaria, por lo que no existe una legislación que obligue a la empresa a llevarla a cabo. Por esta razón, a nivel internacional, existen sólo recomendaciones y guías para que las organizaciones gestionen responsablemente su desempeño e impactos en las áreas social, económico y ambiental.

Un ejemplo de esta aseveración es el Pacto Global de la ONU (2000), cuyo cumplimiento se evaluó durante el II Foro Empresarial del Pacto Mundial en América Latina y el Caribe (2012), en donde se reportó que en América Latina existen 1,500 empresas miembros del Pacto, de las que solo 95 son de Perú. Si revisamos el informe del 2011 del Ministerio de la Producción sobre la situación de la empresa peruana formalizada, vemos lo siguiente:

PERÚ: EMPRESAS FORMALES, SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL, 2011		
Segmento Empresarial	Nº Empresa	%
Microempresas	1,221,343	94.5
Pequeña Empresa	61,171	4.7
Mediana y Gran Empresa	9,610	0.8
Total de empresas	1,292,124	100.0
Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2011		
Elaboración: PRODUCE – Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria		

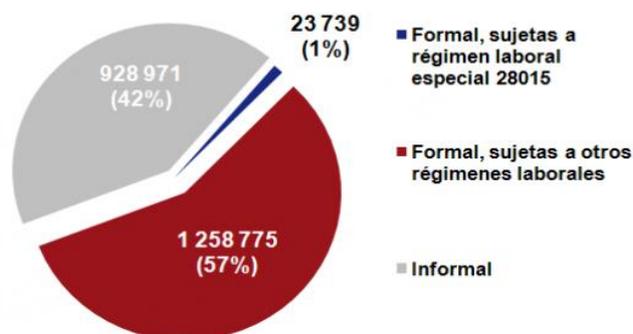
Al relacionar el reporte de evaluación presentado en el II Foro Empresarial del Pacto Mundial en América Latina y el Caribe (2012) con el cuadro “Perú: Empresas Formales”, concluimos que únicamente el 1% del número de la mediana y gran empresa peruana se encontraría como miembro de la promoción y cumplimiento de este Pacto Global de la ONU, lo que representa un índice bastante bajo, en relación a las acciones referidas al cuidado de los derechos humanos, medio ambiente, normas laborales y lucha contra la corrupción, categorías y variables que constituyen la base de la RSE.

Asimismo, el matiz voluntario de la RSE nos lleva a puntualizar otro gran problema como punto de partida al aplicar esta iniciativa: la informalidad de las empresas peruanas.

Según la estadística del 2012 del Ministerio de la Producción, se señala que el 42% (928,971) de las Mypes existentes al 2011 son informales.

Veamos el gran problema

Número de Micro y Pequeñas empresas, 2011
(en número y porcentaje)

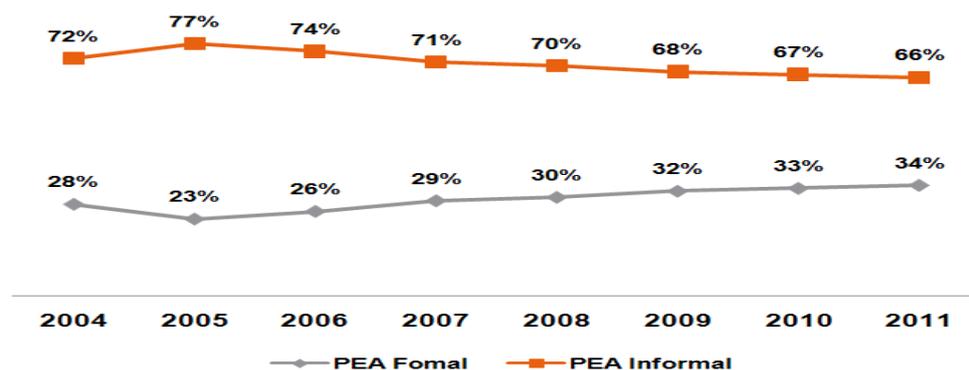


Fuente: Produce
Elaboración: IPE

Este mismo informe nos dice que la informalidad ha venido reduciéndose (a un ritmo de 5.7% desde el 2004), según vemos en el siguiente gráfico:

Perú informal

Niveles de formalidad e informalidad en la PEA ocupada
(Como porcentaje de la PEA ocupada, 2004 - 2011)



Fuente: INEI
Elaboración: IPE

Con relación a la informalidad, podemos mencionar dos aspectos que dificultan esta reducción:

- el alto costo de formalización para las empresas peruanas y,
- la legislación laboral existente.

Estos aspectos vienen determinando que empresas formales pasen a ser informales y que las informales duden aún más en formalizarse. Esta informalidad existente nos indica que, para la gran mayoría de las empresas peruanas aspirar a iniciar el tema de RSE, pasa por un primer gran paso: la formalización.

En segundo lugar, se han realizado tres Conferencias de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, también conocidas como las Cumbres de la Tierra, en Río de Janeiro (1992 y 2012) y Johannesburgo (2002), siendo el tema principal el desarrollo sostenido de los países a base de mejorar las vidas de las personas que viven en pobreza y el cuidado del medioambiente mundial.

Por su participación en estas “cumbres” y su compromiso de actuar coherentemente con las declaraciones suscritas en cada una de ellas, el Perú ha avanzado en términos de institucionalidad ambiental y en la creación de un marco legal para responder de manera más eficiente a la diversidad cultural y natural del país. Sin embargo, no obstante lo avanzado en el marco legal y que toda actividad económica realizada en el país se rige bajo esta regulación vigente, la puesta en marcha de diversas actividades productivas, de servicios y extractivas en el Perú han originado la subsistencia de problemas ambientales, tales como:

- la contaminación del aire, como consecuencia de un crecimiento intensivo de las áreas urbanas y la expansión y concentración de las industrias con procesos tecnológicos ineficientes; por la antigüedad, composición y estado del parque automotor; y la mala calidad de los combustibles con alto índice de nocividad (azufre, benceno, entre otros).
- La deforestación, incrementada durante los últimos veinte años.
- El deterioro de la calidad del agua, es otro de los problemas más graves del país. Entre sus principales causas se encuentran:

- Los vertimientos industriales y domésticos sin tratamiento (el 70% de los vertimientos domésticos no son tratados y solo en Lima se vierten, al menos, 400 millones de m³/anuales de aguas servidas al mar) y,
- El uso indiscriminado de agroquímicos y de insumos químicos en la producción de drogas ilegales y en la minería informal.

En tercer lugar, encontramos que aún no existen empresas peruanas certificadas con la ISO 26000 (Norma Internacional que armoniza y alienta la aplicación de mejores prácticas en RSE, la que fue puesta en conocimiento del público el 1° de noviembre del 2010).

En cuarto lugar, aunque el tema de la RSE cada día cobra mayor interés entre las organizaciones debido a la conciencia, necesidad y exigencia del entorno de mantener un comportamiento socialmente responsable, la mayoría de las empresas no tiene claro el concepto y el alcance de la RSE confundiendo algunas acciones que ejecutan en el área social como si correspondieran a la RSE.

Entre estas acciones las más evidentes son por ejemplo:

- La filantropía empresarial:** las empresas que se encuentran en este nivel, suelen poseer una motivación altruista originada en el seno del directorio de dichas organizaciones. Para ello, utilizan recursos provenientes de las utilidades de la empresa. En este caso, no existe necesariamente una vinculación directa de la empresa con el ámbito de influencia de los proyectos desarrollados. Son realizados preferentemente a través de terceros y de la manera más discreta posible, por lo que no son utilizados en las estrategias de marketing de las organizaciones que las ejecutan.

En resumen, la filantropía es la expresión de un alto compromiso social inmediato pero de desinterés en el desarrollo futuro.

- ii. **La inversión social:** las empresas que se encuentran en este nivel, tienen una orientación hacia la obtención de beneficios para sí mismas a través de generar beneficios para las comunidades en las que se desarrollan. Los recursos que sustentan tales actividades usualmente están considerados en el presupuesto general de la empresa. Se espera una mejora en las condiciones de vida de la comunidad sobre la que actúa la empresa o en el ámbito geográfico sobre el que se extiende su influencia. Los beneficios esperados para la empresa giran en torno de la imagen y la reputación de la empresa. Los proyectos son ejecutados principalmente de manera directa por la empresa.

En resumen, la inversión social se da cuando la empresa está involucrada y comprometida con el desarrollo y muestra interés en él, pero su principal objetivo aún está centrado en fortalecer su imagen empresarial.

- iii. **La responsabilidad social:** las empresas que se encuentran en este nivel, involucra en su accionar no sólo a las comunidades ubicadas en su ámbito de influencia, sino a la sociedad en su conjunto y a los propios empleados de la empresa como destinatarios de sus actividades. Se busca un impacto en tres niveles distintos:
- a) en los propios empleados,
 - b) en las comunidades directamente vinculadas con la empresa,
 - c) en la sociedad en general.

En resumen, la RSE implica un alto compromiso social en forma sostenible sustentado en un alto interés consciente de la empresa.

Una alta proporción de las dos primeras formas de intervención social descritas se encuentran implementadas por las empresas en el Perú en diferentes niveles y alcances, considerándolas como RSE.

En quinto lugar, otro problema que podemos enunciar es que la aplicación de la RSE en el Perú sólo se encuentra circunscrita, principalmente, a la esfera de las empresas grandes, muchas de ellas internacionales, que actúan en nuestro territorio. Para las empresas medianas y pequeñas aún es un reto el promover la RSE. Sin embargo, el crecimiento económico del país en forma sostenida durante los últimos quince años apresura a que este tipo de acciones también se de en este nivel de desarrollo empresarial.

En sexto lugar, otro problema que encontramos es que las empresas consideran a la RSE como un gasto y no como una inversión, sin tomar conciencia de los beneficios que derivan para sus organizaciones el poner en marcha la RSE, entre los que podemos mencionar los siguientes:

- El primer beneficiado es el trabajador de la empresa, a quien se le brinda un adecuado clima y ambiente laboral. De esta manera, tenemos trabajadores motivados y ausencia de conflictos.
- También extiende su beneficio a todos los grupos de interés, tales como: accionistas, clientes, proveedores, la comunidad local, el gobierno local, el sector industrial.
- La consideración de la RSE como objetivo estratégico de la empresa y la puesta en marcha en forma transversal en la organización, trae beneficios tangibles que pueden traducirse en fuentes de ventaja competitiva como: liderazgo en costos y mejoramiento de sus utilidades (por la marca y posicionamiento en el mercado). Así, dentro de la estrategia empresarial, las tendencias ambientalistas pueden ser un buen método para reducir costos o mantenerlos competitivos.

En séptimo lugar, otro problema derivado que encontramos es en la “interacción de la empresa con el entorno en el que desarrolla sus actividades”. La empresa al llevar a cabo sus operaciones, cuando éstas afectan el medio ambiente de las comunidades, originan

conflictos sociales cuando no han existido un diálogo y un compromiso mutuo iniciado y consolidado por la RSE. Un ejemplo de este tipo de problemas fue el conflicto social del proyecto minero Conga en el 2011, aún no resuelto y paralizado a la fecha, suscitado entre la población de Cajamarca y la minera Yanacocha. En este conflicto podemos identificar dos aspectos: falta de credibilidad de la minera y temor de la población. Este mecanismo de diálogo y compromiso mutuo entre la empresa y su entorno es denominado “licencia social”, que es una suerte de pacto entre la empresa y la sociedad, un acuerdo que no es formal pero que es totalmente estratégico para una organización. Esta “licencia social”, como dijimos, se viabiliza en el momento que la empresa pone en marcha su programa de RSE.

Con relación a éste y a otros conflictos, el Gobierno peruano ha promulgado la Ley N° 29785 “Ley del Derecho a la Consulta Previa a los Pueblos Indígenas u Originarios” de fecha 31.08.2011 y su respectivo Reglamento (Decreto Supremo N° 001-2012-MC del 02.04.2012), la que define a la consulta “como un derecho de los pueblos indígenas que opera sobre medidas que afecten directamente sus derechos colectivos, sea sobre su existencia física, identidad cultural, calidad de vida o desarrollo”.

Como último problema y colateral a esta Ley y todo el marco legal existente en el ámbito ambiental es oportuno mencionar la falta de una ley específica de responsabilidad social empresarial que, a través de su normatividad, posibilite la capacidad ejecutora y fiscalizadora por parte de los entes gubernamentales, originando la obligatoriedad de cumplir lo normado.

Por la problemática expuesta, es necesario conocer cuál es el grado de internalización de la RSE en las empresas en el Perú, discriminando el tamaño y giro de actividad a la que se dedican.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son los efectos de las políticas y estrategias de RSE que se implementan en las empresas del Perú?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuáles son los efectos de las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú?
- b) ¿Cuáles son los efectos de las políticas de RSE en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú?
- c) ¿En qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente?
- d) ¿Cuáles son las estrategias de RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú?
- e) ¿De qué manera las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar los efectos de las políticas y estrategias de RSE que se implementan en las empresas del Perú.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Determinar los efectos de las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.
- b) Determinar los efectos de las políticas de RSE en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.
- c) Precisar en qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.
- d) Determinar las estrategias de RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.
- e) Determinar las estrategias de RSE que tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación

Esta investigación se justifica por ser un tema de atención actual y porque los aportes que se puedan generar de ella impactarán sobre los grupos de interés de la empresa y la visión que se tiene sobre la RSE.

La RSE se ha transformado en las últimas dos décadas en uno de los temas que más interesan en el mundo académico y empresarial.

Este interés se origina por dos razones:

- Por los conceptos distorsionados bajo los cuales se han manejado la RSE, es decir, la visión de filantropía o de la inversión social. Estos enfoques sólo han estado basados en la distribución de recursos cuando las empresas obtenían utilidades y no en lo responsable que deben ser las empresas durante el desarrollo de su negocio.
- Por los beneficios de la RSE que alcanzan al trabajador y a los grupos de interés de la empresa (accionistas, clientes, proveedores, comunidad local, entre otros).

La visión moderna de la RSE se enfoca en el desarrollo de acciones durante los procesos productivos en que una empresa es responsable con trabajadores, proveedores y cualquier otro interesado que participe o se vea afectado por el proceso de transformación que genera una empresa.

Por ello, la presente investigación pretende determinar la aplicación de políticas y estrategias de la RSE partiendo de las Normas ISO 26000 e ISO 14000, a fin de establecer la correcta visión de la RSE.

1.4.2 Importancia

La importancia de la presente tesis se da para la empresa y para la sociedad, en los términos siguientes:

- a. La importancia de la responsabilidad social empresarial para la organización, en la cual debe considerar a la RSE como una inversión y no como un gasto. Esta perspectiva la tenemos por los beneficios que la RSE genera, como por ejemplo:

- Reduce la posibilidad de conflictos con la población, disminuyendo los costos por paralización de operaciones.
- Mejora la productividad, al tener trabajadores motivados.
- Mejora el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores.
- Mejora el ambiente externo, al mitigar los impactos que sus actividades puedan generar en el entorno.
- Brinda una imagen de responsabilidad en la empresa.

Asimismo, la responsabilidad social se ha convertido en una fuente de ventaja competitiva para la empresa.

- b. La importancia de la responsabilidad social empresarial para la sociedad.

A través de la responsabilidad social la empresa también ayuda a crear las condiciones para el desarrollo sostenible de la población. Esto significa que la responsabilidad social actúa como promotora del cambio social. Desde este punto de vista, la empresa debe convertirse en el agente de cambio o en el promotor del funcionamiento de un grupo que sea el agente de cambio.

En consecuencia, lo expuesto sustenta la importancia de la presente investigación.

1.5 Delimitaciones del estudio

La presente tesis estará delimitada en los siguientes aspectos:

1.5.1 Delimitación espacial

La presente tesis se circunscribirá a la mediana y gran empresa que operan en el Perú. Esta limitación se justifica en lo siguiente:

- Por el gran número de pequeñas y micro empresas existentes y porque se encuentran distribuidas en forma dispersa en el país.
- Por la falta de recursos humanos para abarcar geográficamente a un mayor número de empresas.

Presentamos el número de empresas según los diferentes segmentos empresariales:

Segmento Empresarial	N° Empresas
Micro empresa	1,221,343
Pequeña empresa	61,171
Total MYPE	1,282,514
Mediana y Gran Empresa	9,610
Total Empresas	1,292,124

Fuente: Registro Único de Contribuyente 2011 SUNAT

Elaboración: PRODUCE – DGMYPE – DDE

1.5.2 Delimitación temporal

La presente tesis tomará como antecedentes los trabajos realizados sobre esta materia en los últimos diez años. Esta limitación se justifica en que la RSE y su visión moderna se ha enfatizado en su aplicación en la última década. El desarrollo de nuestra investigación abarcará el periodo correspondiente entre los años 2013 y 2014.

1.5.3 Delimitación social

La aplicación del trabajo de campo para los efectos del análisis y contrastación de las hipótesis se realizará a nivel de ejecutivos, personal especializado de los trabajadores del sector empresarial.

1.5.4. Limitaciones del estudio

Este estudio está limitado hacia el sector empresarial del Perú y tiene como finalidad efectuar un balance entre la viabilidad práctica y la validez interna del instrumento de recolección de información.

1.6 Viabilidad del estudio

La presente investigación es viable de llevarse a cabo considerando que:

- El problema planteado es susceptible de estudiarse tomando en cuenta que disponemos de los recursos humanos, económicos y materiales suficientes para realizar la investigación en el tiempo previsto.

- Es factible lograr la participación de las empresas consideradas en la muestra en la investigación.
- Es factible conducir el estudio con la metodología seleccionada (investigación aplicada) para dar respuesta al problema porque los alcances de esta investigación son más prácticos, más aplicativos y se auxilia de leyes, normas, manuales y técnicas para el recojo de información.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

En la actualidad las investigaciones que en materia de Responsabilidad Social se desarrollan a nivel mundial tanto en Norteamérica, Europa y Latinoamérica centran en buena parte su atención en la conceptualización, definición y desarrollo de una RSE a través de sus políticas y estrategias que se aplican o implementan en las Organizaciones Empresariales, donde la investigación en Responsabilidad Social Empresarial es todavía muy novedosa. Así vemos que son varios los organismos que a través de sus normas y dispositivos legales pretenden ayudar a los responsables de la dirección de las empresas a identificar los diferentes grupos de intereses económicos, políticos, sociales y morales, para tomar sus decisiones empresariales teniendo en cuenta las consecuencias económicas sociales que de ellas se pueden generar. En este sentido debemos mencionar las siguientes investigaciones y organismos que nos servirán de apoyo para el adecuado desarrollo de nuestra investigación:

Título: “Evolución del Compromiso Social de las Empresas”

Autor: María Matilde Schwalb y Emilio García, Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2003.

Resumen: El trabajo concluye en lo siguiente:

La RSE es un concepto que ha tenido acogida en nuestros medios académicos y empresariales.

Las prácticas socialmente responsables son cada vez más comunes, ya que nuestros empresarios están empezando a darse cuenta de la imperiosa necesidad de desarrollarlas y de que estas prácticas constituyen un requisito para su subsistencia, es decir, la RSE está empezando a dar sus frutos.

Título: “Beneficios de la RSE y las inversiones socialmente responsables”

Autor: María Matilde Schwalb y Emilio García, Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2004.

Resumen: El trabajo concluye en lo siguiente:

RSE es, pues, una filosofía que se refleja en la forma de gerencia de las organizaciones y, cuando se la incorpora en la administración estratégica de las empresas, puede convertirse en una sólida ventaja competitiva que garantice la permanencia de la empresa en el tiempo.

Se puede concluir que la selección de las inversiones sobre la base del comportamiento ético y socialmente responsable no está reñida con el logro de altos niveles de renta.

Título: “Situación de la RSE en la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el Perú”

Autor: Felipe Portocarrero, Bruno Tarazona y Luis Camacho. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2006.

Resumen: El trabajo concluye en lo siguiente:

- Existe un vacío en la literatura peruana en el tema de la RSE en las Mipyme.
- La informalidad en la que operan las Mipyme determinan su invisibilidad en los registros oficiales y la carencia de estadísticas confiables que permitan realizar una cuantificación más precisa y menos sujeta a controversias acerca de su validez, se comprenderán mejor los factores que hacen particularmente complicado su estudio.
- Las prácticas de RSE están poco difundidas en las Mipyme peruanas.
- En el campo de la RSE externa, y especialmente medioambiental, una parte importante de estas empresas no desarrolla actividad alguna.
- Donde sí se puede encontrar que las empresas incursionan de una manera más generalizada es en el campo de las actividades de RSE interna, a manera de iniciativas desarrolladas con el objetivo de mejorar el clima laboral.
- Es notoria la diferencia entre lo que hacen las micro y pequeñas empresas en el campo de la RSE y aquello que desarrollan las medianas empresas.
- Las perspectivas sobre el futuro de las actividades de RSE en las Mipyme no son promisorias.
- Una de las razones por las que las Mipyme no realizan actividades de RSE es por la falta de recursos. También pasa por la difusión y la promoción.

Título: “Diagnóstico de la responsabilidad social en el Perú”

Autor: Pedro Franco. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2007.

Resumen: El trabajo concluye en lo siguiente:

“Hoy en día la mayoría de empresas peruanas que realizan prácticas de RSE son conscientes de que éstas tienen que ser motivadas por una fuerte convicción más que por una protección. Las empresas que actualmente cumplen todos aquellos requerimientos que les hace el Estado, como el pago de impuestos por ejemplo, son consideradas ajenos a su responsabilidad social. Por lo tanto existe un factor “voluntario” claramente definido. En el Perú, este factor se hace mucho más evidente dado que Estado no se puede dar abasto para cumplir con todo el país y satisfacer las necesidades de sus habitantes. De esta manera, la empresa se convierte en un agente activo en la satisfacción de algunas de estas necesidades. El problema actualmente es que existe una ausencia absoluta del Estado en algunas zonas del Perú”. Lamentablemente, es imposible que las empresas sustituyan al Estado dado que las necesidades de los peruanos son de tal magnitud que es imposible satisfacerlas, y no se le puede pedir a la empresa que lo haga, cuando ni siquiera el Estado lo puede hacer.”

Título: “Un estudio sobre la responsabilidad ciudadana y el medio ambiente en la ciudad de Lima”

Autor: José Pereyra, tesis doctoral, Pontificia Universidad Católica del Perú, CENTRUM, 2012.

Resumen: La tesis concluye que:

“Las consecuencias de los problemas generados por el descuido hacia el medio ambiente ya son notorias en todo el planeta y empiezan a ser tomadas en cuenta y evaluadas por científicos de diversas especialidades. La comunidad internacional está buscando con preocupación soluciones de corto y largo plazo, aunque en la raíz del problema se encuentran los paradigmas que guían el desarrollo y los estilos de vida, los cuales no han considerado (la conservación del entorno como un asunto prioritario. En el Perú, la atención a los

problemas del medio ambiente recién empieza a adquirir importancia en el nivel político, productivo, y de la opinión pública. Desde el ámbito político y normativo la orientación se dirige principalmente a la creación del cuerpo de leyes y reglamentos que normen las actividades productivas. En el ámbito empresarial el enfoque ha sido de adaptación a las normas y, por tanto, carente de iniciativas. Pese a que la racionalidad de todo sistema jurídico y normativo es que debe tomar en cuenta el contexto social y cultural en el que actúa, esta premisa no ha estado siendo aplicada en la legislación ambiental peruana. El problema que se plantea en la investigación es que en el Perú, y en particular en los habitantes de la ciudad de Lima, no se conoce cuáles son los valores que orientan la conciencia y el comportamiento hacia el medio ambiente y cómo las características demográficas, personales y sociales intervienen en las relaciones entre las creencias, intenciones y comportamientos relativos a la necesidad de conservar el medio ambiente, y asegurar el desarrollo sostenible y mejores niveles de calidad de vida. Ninguno de estos temas ha sido estudiado aún en el Perú desde la perspectiva de un modelo de comportamiento que integre estas variables en un marco conceptual explicativo.”

Título: “Aproximación a una legislación nacional en Responsabilidad Social Empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad”

Autor: Luis Zapata, tesis para optar el grado de magister en Derecho de la Empresa, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2012.

Resumen: La tesis concluye:

1. “La responsabilidad social empresarial es nueva en términos formales, pero no en lo práctico, ya que antes de que se definiera como tal, diversas empresas ya ejercían actividades filantrópicas en el mundo, ya sea en alianza con las comunidades como en grupos de empresarios.
2. Con el avance de las inversiones y la economía, surge la

necesidad de que las empresas rindan cuentas de sus actividades sociales, puesto que estas empiezan a darles beneficios a nivel corporativo.

3. Tanto en Europa, como en países latinoamericanos han surgido críticas al desempeño de las empresas en responsabilidad social, de parte de gremios y organizaciones de la sociedad civil. Estos se quejan de que las empresas no cumplen con lo que se comprometen a hacer en el entorno donde operan, incluso no incluyen el impacto que tienen sus actividades en tales gremios y organizaciones.
4. Para ser efectivo, un reporte debe comunicar el nivel de compromiso de la compañía respecto de su Responsabilidad Social Empresarial, demostrar cómo la ha incorporado a su visión de negocios, y explicar de qué manera está impactando su resultado final.
5. Hasta el momento, los reportes de sostenibilidad en el Perú y en el mundo son preponderantemente voluntarios. Las empresas, por lo general, rinden cuentas de sus actividades de responsabilidad social en base a estándares de organizaciones internacionales, sin obligación alguna.”

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial

Según la norma internacional ISO 26000:2010: la responsabilidad social empresarial es la **“responsabilidad de una Organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:**

- **Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;**
- **Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas,**
- **Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y**
- **Está integrada en toda la Organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.”**

Otro punto de vista que complementa el concepto es de Perú 2021 que nos dice que la responsabilidad social empresarial (RSE) **“es una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los grupos de interés (Accionistas/Inversionistas, Colaboradores y sus familias, Comunidad, Clientes, Proveedores, Medio Ambiente y Gobierno) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible. La RSE ayudará a la empresa a tomar conciencia de su rol en el desarrollo de nuestro país, reconociéndose como agente de cambio para mejorar la calidad de vida y la competitividad de su entorno.”**

Según María Matilde Schwalb y Emilio García (2003) nos plantea que el: **“concepto de RSE ha estado presente en la historia de la humanidad desde tiempos inmemoriales...se presenta la época del activismo social que abarca las décadas de 1960 y 1970 y en las cuales el tema de responsabilidad social adquiere un gran protagonismo, debido a ciertas variaciones en el orden social y en los valores que se presentan en esos años. Finalmente, a estos primeros años del siglo XXI, se le puede llamar**

época de conciencia social contemporánea que se inicia en la década de 1980, continúa en la década de 1990, en la que se da un gran desarrollo en todo lo relacionado con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible, extendiéndose hasta la actualidad. Este panorama histórico trata de presentar cómo ha evolucionado la RSE y su importancia en los ámbitos empresarial y social.”

Según David Solano Cornejo (2009) la “RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas e instituciones, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y en la relación con sus grupos de interés (stakeholders).”

Conuerdo con el concepto de Perú 2021 que nos indica de dónde parte la RSE (una forma ética de gestión, lo que implica que debe existir una infraestructura ética, es decir, un conjunto de medios especializados para trabajar el tema de la ética dentro de la gestión), hacia quién se dirige (que implica la inclusión de las expectativas de todos los grupos de interés alrededor de la empresa, es decir, en el siglo XXI no es posible dejar de lado a un stakeholder) y para qué se lleva a cabo (para lograr el desarrollo sostenible).

2.2.2 Empresa

Según Idalberto Chiavenato, la empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos, es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un

determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social".

Según Zoilo Pallares, la empresa es “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado”.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la empresa es una **“unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”.**

En conclusión, una empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no y que es iniciada y desarrollada a base de compromisos mutuos entre las personas que la conforman.

Finalmente, consideramos conveniente plantear las opiniones y teorías que a manera de comentario presentamos a continuación:

Desde que Bowen (1953) señalara, por primera vez, la importancia del tema, la RSE ha venido evolucionando y ganando presencia en el contexto mundial. Cada vez más, los mercados y la sociedad están exigiendo que las empresas no sólo obtengan beneficios económicos; sino que contribuyan también a la solución de los problemas sociales. La RSE también ha ganado influencia en la literatura académica, como se evidencia con el alto número de estudios realizados en

estos casi 60 años de vigencia Muchos entienden la RSE como una forma de contribuir al desarrollo sostenible a través de la maximización del impacto positivo de la actividad empresarial y de la minimización de los efectos negativos en su comunidad vinculada (Lantos, de 2001, Wolff & Barth, 2005). A pesar del incremento del consumo responsable a nivel mundial, aparentemente ninguna investigación se habría realizado sobre el particular en países en desarrollo. En el caso del Perú, no se encontró ninguna investigación que haya intentado medir este fenómeno, tampoco se encontró ninguna que intentase evaluar el impacto de las iniciativas sociales de las empresas.

2.3 Base legal

2.3.1 Responsabilidad social empresarial

El marco legal de la RSE, siguiendo el orden de la Pirámide de Kelsen, es como sigue:

a) A nivel del Tribunal Constitucional

- i) Existe el Pleno Jurisdiccional N° 0048-2004-PI-TC que precisa “La responsabilidad social se constituye en una conducta exigible a las empresas, de forma ineludible”.

La resolución de nuestro máximo tribunal en materia constitucional entiende que lo *social* debe verse desde tres aspectos, a saber:

- ✓ como mecanismo para establecer legítimamente algunas restricciones a la actividad de los privados;

- ✓ como una cláusula que permite optimizar al máximo el principio de solidaridad, corrigiendo las posibles deformaciones que pueda producir el mercado de modo casi “natural”; y,
 - ✓ como una fórmula de promoción del uso sostenible de los recursos naturales.
- ii) Así mismo, el Tribunal Constitucional al resolver el Expediente N° 0008-2003-AI-TC66 señaló que “La economía social de mercado debe ser ejercida con responsabilidad social”.

b) Leyes

- i) La ley del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en su artículo 5° señala que dicha institución debe promover normas y estándares de responsabilidad social empresarial.
- ii) La ley de Radio y Televisión⁶⁸ al hablar sobre los principios para la prestación de los servicios de radiodifusión alude en su artículo II a la responsabilidad social de los medios de comunicación.
- iii) La Ley General del Ambiente ⁶⁹ como señaláramos líneas arriba define a la RSE por cuanto en su artículo 78, que trata sobre la responsabilidad social de la empresa, establece que “El Estado promueve, difunde y facilita la adopción voluntaria de políticas, prácticas y mecanismos de responsabilidad social de la empresa”.

c) Decretos Supremos

- i. El Decreto Supremo N° 013-2003-MINCETUR70 señala que son funciones de las Gerencias la implementación de buenas prácticas, los códigos de responsabilidad social, de certificación de sistemas de gestión de la calidad, así como el desarrollo de marcas colectivas, sellos de calidad diferenciales relacionados con los productos y servicios de exportación.
- ii. El Decreto Supremo N° 006-2003-VIVIENDA71 establece en su numeral 4.6 inciso c) que los constructores, desarrolladores inmobiliarios, entidades financieras, fabricantes y proveedores de materiales deben satisfacer las necesidades y expectativas de la población en tiempo, precio y márgenes de ganancias razonables que evidencien su responsabilidad social.
- iii. El Decreto Supremo N° 207-2004-EF72 señala que el Banco de la Nación en su calidad de empresa estatal necesita establecer políticas de gestión que contemplen la responsabilidad social de la empresa, apoyando la ejecución de proyectos y actividades de proyección social y cultural.
- iv. El Decreto Supremo N° 021-2004-ED73, en su artículo 7 precisa que son funciones propias del profesional de Relaciones Públicas "...la aplicación del concepto de responsabilidad social de las entidades involucradas".

- v. El Decreto Supremo N° 001-2004-RE74, en su artículo 5 indica que en todos los sectores se prestará especial atención a los aspectos de responsabilidad social corporativa.
- vi. Decreto Supremo N° 061-2005-PCM75 determina que el Estado debe generar una legislación que promueva la responsabilidad social de los empleadores.
- vii. El Anexo del Decreto Supremo N° 059-2005-EM76 en su punto 4.2. señala que los bonos de Responsabilidad Social Ambiental son un instrumento de financiamiento para la remediación ambiental de las áreas impactadas por los pasivos ambientales mineros. Tiene carácter de no reembolsable y sin intereses.
- viii. El Decreto Supremo N° 017-2005-JUS77 al normar sobre los Derechos Laborales en su numeral 3.2.4) literal a9) indica que se debe promover y premiar buenas prácticas de responsabilidad social empresarial que conlleven a mejoras sustanciales en las condiciones de trabajo y de vida de los sectores laborales; el uso racional de los recursos naturales y el desarrollo sostenible; la transparencia en el manejo de la información y en la oferta de servicios y bienes de calidad y la responsabilidad fiscal de las empresas y el compromiso de éstas con el desarrollo.
- ix. Decreto Supremo N° 007-2007-TR78 precisa que la

RSE se encuentra en el orden de crear conciencia sobre el ofrecimiento de buenas condiciones laborales a los trabajadores, mejorando de este modo la calidad de vida de los mismos, así como promoviendo la competitividad de las empresas en el mercado.

d) Otras normas de menor jerarquía

Entre las normas de menor jerarquía que de algún modo pretenden normar aspectos de responsabilidad social tenemos: el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo⁷⁹, la Resolución Jefatural N° 073-2005-AGSENASA 80 y el Acuerdo de Directorio N° 010-2006-004-FONAFE.

2.4 Definiciones conceptuales

2.4.1 Políticas y estrategias de la RSE

Para el análisis y definición de la variable independiente se hace necesario presentar algunos comentarios sobre la RSE.

No se puede desconocer que los cambios económicos, políticos y sociales de las últimas dos décadas han transformado la visión y concepción de los hombres frente al mundo; los avances tecnológicos, el cambio en la escala de valores sociales, el acceso a la información, la transformación económica y política del mundo, las modificaciones radicales en los modelos ideológicos han incidido de manera directa en el comportamiento del hombre y en la forma de ejercer la Actividad empresarial. En los últimos 20 años diversos teóricos y estudiosos de

Diferentes posturas ideológicas han motivado hacia una administración más humana, basada no solamente en la distribución de capital, sino fundamentalmente en el concepto de desarrollo integral del hombre.

Por ello quisimos ahondar en el tema de la responsabilidad social empresarial, pues cada día aumenta la creación de empresas y con él la necesidad de asumir responsabilidades con la comunidad, comenzando principalmente con los mismos trabajadores, pasando por sus familias, continuando con la comunidad en general y finalizando con el medio ambiente.

Frente a la notoria inseguridad económica y social que enfrenta nuestro País ocasionada básicamente por la falta de oportunidades laborales y el mínimo acceso de la población a programas integrales de salud y seguridad social motivados por la poca presencia del gobierno, los aportes del sector privado se han venido convirtiendo en una forma de financiar programas estatales e inversiones canalizadas de gran ayuda para la comunidad menos favorecida.

Aunque el objetivo de ésta investigación es profundizar en la responsabilidad social a través de las estrategias y políticas que se deben aplicar. es impensable dejar de lado la evolución de ésta responsabilidad en el mundo, pues es en Europa donde se comienza a desarrollar la responsabilidad social empresarial a tal punto que la comunidad Europea ha creado legislación de obligatorio cumplimiento para las empresas privadas, obligándolas a destinar parte de sus utilidades en el mejoramiento de la comunidad. Mientras que en nuestro país por ahora sólo se trata de una “buena práctica social”, pero los

empresarios se comienzan a dar cuenta de su importancia, hasta el punto de ir implementando éste tipo de responsabilidad en sus estatutos de creación de la empresa, sin que sea una exigencia legal.

La legislación en Perú respecto de ésta responsabilidad es insuficiente, pues nuestra Constitución Política que a pesar de consagrar grandes cambios y realizar una reforma estructural en el modelo económico, no tuvo en cuenta el desarrollo empresarial que se avecinaba para el país, la Constitución política no trascendió más allá de la “libertad de asociación para crear empresas”, no vislumbró el provecho que podría obtenerse de las empresas privadas; por ello o se hace necesario que se Profundice aún más en el desarrollo de ésta responsabilidad, para poder aspirar a que se hable de la responsabilidad social empresarial como un imperativo para las empresas ya constituidas y las que están por nacer.

Es por ello que en nuestra investigación se hace un análisis sobre la sociedad actual y sus problemas de tipo social, económico y ambiental, que al no estar enmarcadas dentro de valores y principios éticos inciden negativamente en las organizaciones, debido a esto se han creado unos esquemas mundiales, que con la introducción de nuevos conceptos, buscan el mejoramiento por medio de estrategias y políticas y para la aplicación de la responsabilidad social empresarial del buen gobierno corporativo; esto es un tema que las organizaciones no han asimilado y apropiado, debido a que dentro de su concepción de ejercicio empresarial, prima el propósito de generar utilidades económicas, siendo ésta filosofía contradictoria a los intereses tratados por éstos nuevos conceptos de responsabilidad social empresarial y buen gobierno corporativo, entendidos éstos como un

compromiso voluntario de las organizaciones de negocios para generar valor agregado en lo social, económico y ambiental mediante la producción de bienes y servicios.

Esperamos que los resultados de esta investigación sirvan para comprender el alcance del **término responsabilidad social empresarial**, que se refiere no solo al hecho de que las empresas deben responder ante sus accionistas por los resultados de su gestión financiera sino también ante el medio ambiente, grupos de interés (stakeholders) con los cuales interactúa, es decir, si una empresa produce excelentes utilidades pero emplea trabajo infantil o contamina el aire y el agua, no está cumpliendo su responsabilidad social empresarial y se expone a una dura presión internacional para que corrija sus faltas; la responsabilidad social empresarial busca el crecimiento económico sostenible y la aceptación de que la acción de los gobiernos es insuficiente para lograr un balance entre lo social, lo económico y lo ambiental. Por tanto, es indispensable que las empresas desarrollen una conciencia sobre la tarea crítica que tienen en estos frentes.

Asumimos ésta investigación con gran interés en la búsqueda de la cabal protección de los derechos del trabajador, el consumidor, el proveedor, el medio ambiente, y la población menos favorecida, buscando que las acciones de las empresas sean cada vez más transparentes y humanas.

A continuación presentamos las normas y principios relacionados con la RSE que se vienen aplicando en nuestro país y en el mundo:

La ISO 26000 (Guía sobre Responsabilidad Social) es una

norma internacional que provee orientación y un entendimiento común sobre la responsabilidad social en un nivel global.

La ISO 26000 y :2010 proporciona orientación sobre los **Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social** que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público y sin fines de lucro, independientemente si son grandes, medianas o pequeñas y operan en países desarrollados o en países en desarrollo

ISO 26000 no es una norma de sistema de gestión. No es adecuada, ni pretende servir para propósitos de certificación, o uso regulatorio o contractual. Dado que ISO 26000 no contiene requisitos, ninguna certificación constituiría una demostración de conformidad respecto a esta Norma Internacional.

La Norma Internacional ISO 26000 ha pasado por un proceso de aprobación y revisión ante INDECOPI, luego del cual la norma internacional fue aprobada como Norma Técnica Peruana NTP – ISO 26000:2010 Guía de Responsabilidad Social, el 29 de Enero de 2011.

Es una norma orientadora, no es obligatoria. Por tanto, no es certificable.

ISO 14000

La norma ISO 14000 es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo.

La norma se compone de 8 elementos, los cuales se relacionan a continuación con su respectivo número de identificación:

- Sistemas de Gestión Ambiental (14001 Especificaciones y directivas para su uso – 14004 Directivas generales sobre principios, sistemas y técnica de apoyo).
- Auditorías Ambientales (14010 Principios generales- 14011 Procedimientos de auditorías, Auditorías de Sistemas de Gestión Ambiental- 14012 Criterios para certificación de auditores).
- Evaluación del desempeño ambiental (14031 Lineamientos- 14032 Ejemplos de Evaluación de Desempeño Ambiental).
- Análisis del ciclo de vida (14040 Principios y marco general- 14041 Definición del objetivo y ámbito y análisis del inventario- 1404).

Programas y proyectos en RSE

Un proyecto / programa con los trabajadores es el conjunto de actividades planificadas, interrelacionadas y coordinadas, cuyo propósito es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites de un presupuesto y un periodo de tiempo dados con una población objetiva definida que, en este caso, son los trabajadores de la empresa.

Proyectos / programas sociales son aquellos que intentan satisfacer necesidades que no se transan en el mercado y el análisis de ellos es el impacto que los resultados tienen sobre la población objetivo. El impacto se define como los cambios ocurridos dentro de una población objetivo como consecuencia de la implementación del proyecto.

2.4.1.1 Políticas y estrategias de la RSE.

Etapa de Desarrollo

Empezó en los años 60. La atención se alejó de la teorización lo que era bueno para la sociedad y se centró en el análisis de las demandas que la sociedad ponía sobre la empresa. Así, el enfoque estuvo sobre los procesos que aseguran la capacidad de la empresa para responder a su entorno. Esta etapa tuvo una inclinación hacia las acciones de la gerencia y estuvo caracterizada por el activismo social y el aumento del consumismo; el incremento de la conciencia pública sobre asuntos éticos y medioambientales; y el aumento de las presiones de grupos ambientalistas, defensores de los consumidores, el movimiento feminista, la juventud y los movimientos pro derechos civiles.

Durante estos años, el gobierno estadounidense promulgó la Ley de Derechos Civiles (1964) y estableció la Comisión para la Equidad en las Oportunidades de Empleo (1964) con el fin de eliminar la discriminación laboral. También, creó la Agencia de Protección Ambiental (1970) y estableció la Comisión para la Seguridad del Consumidor (1972). Durante esta etapa y a fines de los años 70, Carroll (1979), que trabajó sobre el concepto fundacional de Bowen (1953), desarrolló un análisis más estructurado y formuló una definición de la RSE que consta de cuatro partes, y sugirió que las compañías tienen cuatro responsabilidades: económicas, legales, éticas y filantrópicas (o altruistas o humanitarias). Lantos (2001) sintetiza las responsabilidades sugeridas por Carroll (1991) de la siguiente manera:

1. Responsabilidades económicas: involucran el ser “rentable para los accionistas mediante la elaboración de productos

de buena calidad que tengan precios justos para los clientes” (p. 596).

2. Responsabilidades legales: Involucran el cumplimiento de la ley y la adopción de una conducta moral en el negocio.
3. Responsabilidades éticas: Involucran alcanzar más de lo que las obligaciones legales requieren. Tales responsabilidades “incluyen ser moral, hacer lo que es correcto y justo; respetar los derechos morales de las personas y evitar dañar o herir, así como prevenir el daño que otros pudieran causar” (p. 597). Las responsabilidades éticas “no están necesariamente codificadas por la ley. Ellas derivan su fuente de autoridad de las convicciones religiosas, las tradiciones morales, las prácticas humanas y los compromisos asumidos por los derechos humanos” (p. 597). La RSE ética “es moralmente obligatoria y va más allá del cumplimiento de las obligaciones económicas y legales de la empresa, pues evita cualquier daño social, aun si al actuar de esa manera el negocio no se beneficia” (p. 605).
4. Responsabilidades filantrópicas: Involucran el compromiso hacia el bien común “a pesar de que represente un costo. La RSE humanitaria hace que las empresas vayan más allá de prevenir o rectificar los daños que han causado (RSE ética) y asuman que también tienen responsabilidad por las deficiencias en el bienestar público que no ha causado” (p. 605). Ello incluiría las acciones que la empresa no tiene la obligación moral de realizar pero que son “beneficiosas para las personas que está relacionadas con ella, aunque no lo sean necesariamente para la empresa misma” (p. 605).

En el enfoque de Carroll (1991), la sociedad expresa, a través de las demandas sociales, cómo deben comportarse las empresas. El autor hizo una contribución importante a la evolución y entendimiento de la RSE al relacionar el concepto con las expectativas de la sociedad y no con sus objetivos y valores como lo hizo Bowen (1953).

De esta forma, modificó el concepto original al hacer que la RSE no sea solamente una obligación ética sino una estrategia gerencial orientada a la acción.

En ese sentido, Van der Putten (2005) divide las demandas sociales en aquellas que limitan el impacto negativo del negocio o la conducta corporativa irresponsable y en las que incrementan el impacto positivo, a menudo llamado ciudadanía corporativa. Para justificar su existencia, una empresa debe cubrir las expectativas de la sociedad, de modo que si desea ser socialmente responsable, no solo tiene que ser rentable, satisfacer las demandas de la ley, y minimizar o compensar sus efectos negativos (externalidades) sino que también debe satisfacer las expectativas que la sociedad tiene en ella. En consecuencia, el tema no está restringido a lo que la corporación debe hacer (responsabilidades éticas y económicas) sino además a lo que la sociedad desea que la corporación haga.

Como ya se mencionó, el debate académico moderno sobre la RSE (que empezó con Bowen en los años 50 y prosiguió con Carroll a fines de los 70) se enfoca en las obligaciones éticas que las compañías deben asumir para cubrir las expectativas de la sociedad. Las investigaciones sobre la RSE en los años 60 y 70 siguieron dicha tendencia (Wolff y Barth, 2005). Wolff y Barth explican lo siguiente:

En contraste, en los años 70, el foco se trasladó a la capacidad de la empresa para responder a su entorno. Bajo el término responsabilidad social empresarial o RSE2, surgió la pregunta acerca de si era posible, cómo y con qué consecuencias, que las compañías se adaptasen a las necesidades específicas de la sociedad. (p. 6)

Entre 1970 y 1990 y en paralelo con el desarrollo de la RSE, otros conceptos comenzaron a aparecer, a menudo referidos a temas ambientales tales como el desarrollo sostenible y la sostenibilidad. Los resultados obtenidos por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente llevada a cabo en Estocolmo en 1972, el reporte de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (WCED) y el Reporte Brundtland (1987) estimularon este movimiento. El Reporte Brundtland popularizó el concepto de desarrollo sostenible como aquel “que cubre las necesidades de las generaciones del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones del futuro de cubrir sus propias necesidades” (Gardetti, 2005, p. 37).

Un estímulo adicional fue la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, también conocida como la Cumbre de la Tierra, llevada a cabo en 1992 en Río de Janeiro, que incorporó el concepto de desarrollo sostenible en el mundo de los negocios. El Reporte Brundtland (1987) indica que los reguladores gubernamentales y los hacedores de política no podían por sí solos alcanzar el desarrollo sostenible. El reporte incluye el argumento de que mientras las corporaciones han sido siempre los motores del desarrollo económico necesitan ser más proactivas en equilibrar esta fortaleza con la equidad social y la protección del medio ambiente, no solo porque ellas han causado algunas

de las condiciones insostenibles sino además porque tienen acceso a los recursos necesarios para atacar esos problemas.

La respuesta de la industria a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo se produjo por etapas. La Cámara de Comercio Internacional fue la primera que mostró signos de apoyo cuando publicó su Capítulo de Negocios para el Desarrollo Sostenible en 1990. Luego, en 1992, apareció el libro *Cambiando el Curso de Schmidheiny* (1992) y se creó el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (Business and Sustainable Development, 2007). A pesar de que el Reporte Bruntland solo incluye el factor medioambiental, el concepto de desarrollo sostenible se ha expandido desde entonces para incluir consideraciones de dimensión social como parte inseparable del desarrollo. El apoyo al desarrollo sostenible es tanto una necesidad económica como una necesidad medioambiental y social. El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible estipuló que “El desarrollo sostenible requiere de la integración de consideraciones sociales, medioambientales y económicas que permitan hacer juicios equilibrados para el largo plazo” (citado en Garriga y Melé, 2004, p. 61).

Desde 1987, como indica Gardetti (2005), muchos líderes empresariales y corporaciones han mostrado su apoyo a los principios del desarrollo sostenible, tales como la Coalición de Economías Ambientalmente Responsables (CERES, por sus siglas en inglés), la Mesa de Diálogo Empresarial sobre el Manejo del Medio Ambiente, la Salud y la Seguridad, la Red Internacional para el Manejo Ambiental, el Centro Mundial del Medio Ambiente, la Iniciativa Global para el Manejo Ambiental, la Iniciativa para un Reporte Global (GRI), y la Asociación para el Trato Ambiental Responsable y la Formulación de

Estrategias (STEP) El surgimiento y evolución de los principios del desarrollo sostenible ha tenido un impacto notable sobre el concepto de RSE, lo que ha dado como resultado dos contribuciones significativas al concepto: la incorporación de la variable ambiental como una de las principales expectativas que deben ser cubiertas y la sostenibilidad. En esencia, las organizaciones deben satisfacer no solo las expectativas actuales de la sociedad sino también las de las futuras generaciones. Más aún, la preocupación ambiental causó que la RSE se traslade del nivel teórico y filosófico hacia una dimensión más concreta y práctica: la necesidad urgente de la empresa de responder a su entorno.

Etapas de Generalización y Auditoría

Entre los años 80 y 90, la teoría de la audiencia relevante contribuyó significativamente con el desarrollo de la RSE. Esta teoría propone que la responsabilidad del negocio no es con la sociedad en general sino con sus grupos de interés relevantes: accionistas, empleados, clientes, proveedores y la comunidad local (Van der Putten, 2005). Como menciona Wilson (2003), la teoría de los grupos de interés relevantes fue popularizada por el libro Administración estratégica: un enfoque de los grupos de interés relevante (Freeman, 1984), que define los grupos de interés relevantes como cualquier grupo o individuo que pueda afectar o que es afectado por los objetivos de la organización. De acuerdo con Wolff y Barth (2005), esta teoría cuestiona el paradigma del accionista que defienden Friedman y otros que consideran que la maximización de los retornos financieros de los accionistas es la única responsabilidad social de la empresa:

En vista de que este enfoque neoclásico fracasó en explicar por qué las compañías adoptan políticas que van más allá de

sus obligaciones, la teoría de los grupos de interés relevantes afirma que la administración efectiva requiere la consideración equilibrada de, y una atención a los intereses legítimos de todas las comunidades vinculadas relevantes, las que se definen como cualquier persona que tiene algo que ver con la empresa. El enfoque se trasladó de la compañía y sus responsabilidades a los grupos sobre los que la compañía tiene responsabilidades y a los procesos que toman en cuenta las demandas de estos grupos.

Tres desarrollos principales respecto de la globalización caracterizaron este periodo: la progresiva liberalización del comercio internacional; la desregulación económica o la privatización llevada a cabo por muchos países, que expandió el dominio del sector privado; y los rápidos avances en la tecnología de la información y de la comunicación. Estas tendencias generaron un interés creciente en la RSE y surgió el concepto de Desempeño Social de la Empresa (DSE) (Wolff y Barth, 2005). El DSE fue descrito primero por Carroll, en 1979, y refleja la existencia de interacción entre los principios de la RSE1, los procesos de la RSE2 y las políticas desarrolladas para tratar los asuntos sociales. En el nivel micro, este modelo se enfoca en la interacción entre la empresa y su entorno, y, en el nivel macro, en los esfuerzos de la empresa para ponerse al día con las condiciones cambiantes de la sociedad (Wartick y Cochran, 1985).

El concepto del DSE creó una demanda por la ejecución de auditorías sociales orientadas a medir el desempeño social de la empresa. Muchas corporaciones comenzaron a estudiar y a reportar sistemáticamente sus prácticas. La comparabilidad y la credibilidad de tales reportes fueron reforzadas por el surgimiento de organizaciones independientes como la

Organización Internacional para la Estandarización (ISO), que otorga la certificación medioambiental ISO 14000, así como la certificación la certificación social SA 8000 y la Iniciativa para un Reporte Global GRI. El ISO 14000 y la SA 8000 son estándares sobre manejo ambiental desarrollado por ISO, la cual proporciona lineamientos para las organizaciones que necesitan sistematizar y mejorar sus esfuerzos de manejo ambiental.

A principios de los años 90, debido a la creciente atención sobre la globalización, asuntos relacionados con las relaciones internacionales, tales como el papel del Estado en los países en desarrollo y la manera en que los negocios internacionales dañaban a estos países, se convirtieron en elementos importantes de la RSE (Van der Putten, 2005). Los modelos iniciales del DSE estaban “enfocados en distinguir analíticamente entre las diferentes dimensiones de los conceptos de la RSE tales como el contenido prescriptivo y dimensional del DSE; las responsabilidades económicas y legales versus las éticas y las discrecionales/filantrópicas; o los principios, procesos y políticas inherentes en el DSE” (Wolff y Barth, 2005, p. 6). Solamente Wood (1991) tuvo una mirada más sistemática sobre el desempeño empírico y los efectos medibles del comportamiento corporativo responsable. Wood dividió la RSE en las siguientes categorías:

- (a) Los principios de responsabilidad social corporativa, incluyendo la legitimación (en el nivel institucional), la responsabilidad pública (en el nivel organizacional) y la discrecionalidad gerencial (en el nivel individual);
- (b) Los procesos de la responsabilidad social corporativa, tales como la evaluación ambiental, el manejo de audiencias relevantes y la administración de problemas complicados; y

- (c) los resultados del comportamiento corporativo, los cuales van desde las políticas sociales hasta los impactos de tales políticas (p. 694).

El impacto de la preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad iniciado en la etapa previa y la propuesta de conceptos de auditoría, como el del triple balance (Elkington, 1999), provocaron la inclusión dentro del concepto de la RSE de tres dimensiones de sostenibilidad: el balance social, el ecológico y el económico. El Banco Mundial (2006) define el principio del triple balance como sigue (p.6):

1. El balance económico se refiere al desempeño financiero de la empresa y la sostenibilidad de su negocio.
2. El balance ambiental tiene que ver con el impacto de los productos y las operaciones de la empresa sobre el medio ambiente y la naturaleza de sus emisiones y desperdicios.
3. El balance social se enfoca en la diversidad étnica y de género, en los salarios y las horas de trabajo, seguridad del personal y las contribuciones que la empresa hace a los servicios comunitarios.

La contabilidad e información del triple balance generó el concepto de confiabilidad corporativa. A medida que las empresas asumen contratos con otros grupos de interés relevantes, su desempeño debe ser confiable para la sociedad. La confiabilidad está referida a las obligaciones que cada uno tiene para explicar, justificar e informar sobre sus acciones (Wilson, 2003).

La confiabilidad corporativa incorporó esas tres mediciones en una única medición integral. Los datos económicos son ajustados a fin de poder compatibilizarse con las dimensiones

ambiental y social en el Índice de Bienestar Económico Sostenible, en el cual la medición del valor agregado económico del bienestar es ajustado mediante la resta de los costos asociados con factores tales como el desempleo y la contaminación ambiental (Banco Mundial, 2006). A fines de los años 90, el término sostenibilidad corporativa surgió como un nuevo paradigma empresarial. Al tiempo que el concepto incluyó la necesidad de crecimiento y rentabilidad también enfatizó la protección del medio ambiente, la justicia social y la equidad, y el desarrollo económico y el desempeño, así como la difusión pública de este desempeño (Wilson, 2003). Wolff y Barth (2005) establecen una diferencia entre dos formas del proceso de RSE. La primera involucra la construcción de una conducta responsable en las actividades del negocio (RSE de tipo built-in). La segunda involucra el compromiso de implementar iniciativas socialmente beneficiosas y la ejecución de actividades que van más allá del giro del negocio (RSE de tipo built-on), las que también son conocidas como ciudadanía corporativa.

La RSE del tipo built-in incluye la implementación de procesos más sostenibles, las propiedades ecológicas y sociales de los bienes o servicios producidos, la promoción del consumo sostenible y la cooperación en la creación de un marco socio ecológico para la producción. La RSE del tipo built-on incluye las donaciones financieras o materiales, auspicios y el establecimiento de fundaciones, voluntariado corporativo y marketing orientado a las causas sociales. El término ciudadanía corporativa es, a menudo, usado de forma errónea como un sinónimo de la RSE, porque se cree que la responsabilidad social de una empresa no es más que la extensión de la responsabilidad individual que todos los ciudadanos tienen con su entorno físico y social. Así, este

término es, en realidad, utilizado para expresar la autorización o licencia social que la empresa necesita para operar en una comunidad específica (Garriga y Melé, 2004; Morrós y Vidal, n.d.) y para expresar que la perspectiva convencional identifica la ciudadanía corporativa con las actividades filantrópicas que son empleadas estratégicamente y que están basadas en el interés de la empresa (Wolff y Barth, 2005).

En esta etapa, las principales contribuciones para una conceptualización más adecuada de la RSE establecieron que la atención no debía enfocarse en el concepto general de sociedad sino en la sociedad específica que está representada por los grupos de interés relevantes con los que la empresa mantiene un contacto permanente: accionistas, empleados, clientes, proveedores y comunidades locales. En adición, esta etapa promovió el traslado desde un nivel teórico hacia la confiabilidad del desempeño empírico y los efectos mensurables de dicho comportamiento responsable.

A pesar de su larga historia, la evolución del concepto y la creciente importancia de la RSE alrededor del mundo, no existe una definición que sea aceptada universalmente. Son distintos los términos que en la literatura describen el fenómeno relacionado con la RSE: responsabilidad social empresarial, ciudadanía corporativa, filantropía corporativa, apoyo corporativo, involucramiento corporativo con la comunidad, relaciones comunitarias, asuntos comunitarios, desarrollo comunitario, ciudadanía global, marketing social corporativo, sociedad y empresa, administración de asuntos sociales, política pública y empresa, manejo de audiencias relevantes, confiabilidad corporativa y sostenibilidad corporativa (Garriga y Melé, 2004; Kotler y Lee, 2005). Los criterios para definir la RSE pueden cambiar entre

generaciones y culturas, y son diferentes en Europa (sociedad del bienestar) y en Estados Unidos de los que se manejan en los países en desarrollo, debido a las diferencias de cultura, desarrollo económico, entorno legal y político, clima ético organizacional y de género (Juholin, 2004; Lines, 2003; Papasolomou-Dukakis, et al., 2005; Singhapakdi y Karande, 2001).

De acuerdo con Garriga y Melé (2004), el campo de la RSE ha crecido significativamente y contiene una amplia proliferación de teorías, enfoques y terminologías que son controversiales, complejas y poco claras. En un artículo reciente, estos autores proporcionan una revisión de las principales teorías sobre la RSE, clasificándolas en cuatro categorías:

1. Teorías éticas, basadas en los requerimientos éticos en la relación entre la empresa y la sociedad, involucran principios que expresan lo que es correcto o necesario hacer para tener una buena sociedad. Dentro de este grupo, los autores distinguen la teoría normativa acerca de los grupos de interés relevantes, los derechos universales, el desarrollo sostenible y el enfoque del bien común.
2. Teorías instrumentales, las cuales asumen que las empresas son un instrumento para la creación de riqueza y se enfocan en la RSE como una herramienta estratégica para la creación de beneficios económicos, al tiempo que centran su preocupación en la maximización del valor para los accionistas, marketing orientado a la responsabilidad social y las estrategias para impulsar ventajas competitivas. En este grupo, los autores incluyen tres enfoques: inversión social en un contexto competitivo, visión de la empresa basada en los recursos

naturales y capacidades dinámicas, e implementación de estrategias para la base de la pirámide de ingresos.

3. Teorías integracionales, que estudian las empresas que se enfocan en la satisfacción de las demandas sociales, concentrándose en asuntos gerenciales, el principio de la responsabilidad pública, el manejo de las audiencias relevantes y el desempeño corporativo y social. Estas teorías sugieren usualmente que la continuidad de las corporaciones depende de la sociedad.
4. Teorías políticas, las cuales están relacionadas con el poder de las corporaciones en la sociedad y su responsabilidad inherente de desempeñar un papel positivo en su entorno social. Se enfocan, principalmente, en el constitucionalismo corporativo (las diferentes presiones que ejercen los grupos relacionados con la empresa restringen el poder en la organización de la misma forma que lo hace una constitución con un país), contratos sociales integracionales y ciudadanía corporativa.

En vista de que no existe una única definición de RSE, tampoco existe un criterio uniforme respecto de los componentes de las demandas sociales, que pueden ser tan amplias como las definidas por el Banco Mundial (2006):

1. Protección ambiental enfocada en hallar soluciones sostenibles para el uso de los recursos naturales que reduzcan el impacto que las empresas ejercen sobre el medio ambiente.

2. Condiciones laborales que incluyan la libertad de asociación, negociación colectiva, la eliminación del trabajo forzado y de la discriminación laboral, la abolición del trabajo infantil, códigos decentes de conducta profesional y un equilibrio apropiado entre el trabajo y otros aspectos de la vida de las personas.
3. Hallar maneras de hacer negocios en el mundo que respeten los derechos humanos y la justicia social, y que faciliten el desarrollo adecuado de las economías emergentes.
4. Participación en actividades de la comunidad incluyendo la asociación comunitaria, donaciones de planilla, cooperación comunitaria global, programas de capacitación profesional y organizacional para los trabajadores, y voluntariado.
5. Desarrollo económico y empresarial enfocado en la competitividad, desarrollo de empresas medianas y pequeñas, impulso de las habilidades empresariales, desarrollo económico de la comunidad, y micro finanzas en economías emergentes.
6. Ampliación del papel que las empresas pueden tener como socias en el desarrollo de la salud y en la promoción del bienestar de la comunidad internacional.
7. Desarrollo de la educación y el liderazgo enfocado en el rol que las empresas pueden desempeñar en conjunto con el sector privado y la sociedad civil para proporcionar el acceso a educación de calidad para todos.

8. Expandir el rol que las empresas pueden desempeñar junto con otros grupos de la sociedad para apoyar las operaciones de ayuda humanitaria.
9. Demandas sociales relacionadas con el mercado, incluyendo distribución, marketing ético, precios, facturación, privacidad del consumidor, disponibilidad de información de productos, seguridad y calidad de productos, marketing dirigido a niños, impacto medioambiental y el movimiento internacional de consumidores.

En resumen, las investigaciones sobre la RSE han generado resultados fructíferos que se hacen evidentes en la evolución, enriquecimiento y profundización del concepto.

Como resultado, la RSE se ha constituido sobre ocho dimensiones: valores éticos, beneficios económicos, medio ambiente, expectativas o demandas sociales, estrategia gerencial orientada hacia la acción, grupos de interés relevantes, sostenibilidad, y responsabilidad y auditoría social. En consecuencia, la siguiente definición que se usará en la presente investigación toma e integra elementos de estas áreas y enfoques: la RSE involucra el manejo de una empresa que posee una estrategia gerencial orientada a la acción basada en un conjunto de políticas, prácticas y programas que se encuentran integrados a través de las operaciones del negocio. La toma de decisiones incluye un compromiso voluntario de contribuir con el desarrollo sostenible mediante la adopción de medidas que equilibran las demandas de todos los grupos de interés relevantes (accionistas, empleados, clientes, proveedores y las comunidades locales). Estas decisiones debieran maximizar el impacto positivo y minimizar

los efectos negativos del negocio, al tiempo que deben mantener su preocupación por las necesidades de largo plazo de la sociedad de forma tal que apunten hacia o excedan las expectativas éticas, legales, medioambientales y comerciales de la sociedad, entre otras más, tratando, a su vez, que su desempeño refleje su responsabilidad con la sociedad, explicando, justificando o informando sobre sus acciones.

2.4.2 Empresas del Perú

La Empresa

Es considerada como la Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. Para nuestro código de comercio representa toda actividad económica organizada para la producción, transferencia, circulación, administración, custodia de bienes, o para la prestación de servicios; dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Las personas físicas se asocian para alcanzar fines de diferentes naturaleza, crean personas jurídicas con fines económicos, éste espíritu de asociación se ha manifestado en todas las épocas históricas del hombre, al mismo tiempo que ha comprendido todos los ángulos de la actividad humana, desde el trabajo manual, las ocupaciones intelectuales, comerciales e industriales.

En el modelo de economía competitiva la sociedad comercial se caracteriza teóricamente por su independencia frente al poder público y la imposibilidad de controlar los precios, pero con el desarrollo del Capitalismo Monopolista tales condiciones se cumplen cada vez con menos frecuencia, pues el Estado quiere intervenir en la economía privada

regulando los precios para proteger los intereses de los consumidores, crea impuestos y otorga beneficios a aquellos empresarios que contraten personas discapacitadas, o adultos mayores de 40 años, por esto no es posible hablarse de una independencia total de las empresas del sector privado.

Del carácter social del hombre y de la necesidad de mancomunarse resultan diversas expresiones, no solamente la sociedad política, con su organización, sino también las sociedades y agrupaciones intermedias, en sus más variadas modalidades, son una clara demostración de la naturaleza gregaria del ser humano.

La empresa es una organización económica que, en las economías industriales, realiza la mayor parte de las actividades. Son organizaciones jerarquizadas, con relaciones jurídicas, y cuya dimensión depende de factores endógenos (capital) y exógenos (economías de escala).

Cuando se crea una empresa hay que redactar una serie de documentos públicos en los que se definirá el objetivo de la misma, cuál es su razón social, su domicilio, quiénes son los socios fundadores, cuál es el aporte de capital social inicial, en cuántas acciones o participaciones se divide el capital social y cuáles son los estatutos de la sociedad, entre otros.

La actividad y la estructura legal de las empresas se regulan mediante el Derecho mercantil, que establece los requisitos contables, las obligaciones de los gestores o administradores y los derechos de los accionistas.

Por lo general, los accionistas de la empresa tienen una responsabilidad limitada:

Sólo responden por las deudas de la empresa con la cuantía de su aportación, medida por el valor de las acciones. Existen distintos tipos de compañías que, en función del grado de responsabilidad de los socios o accionistas, reciben distintos nombres. En primer lugar hay que distinguir entre públicas y privadas; las públicas pertenecen al sector público (administración central o local), mientras que las privadas pertenecen a individuos particulares y pueden vender sus acciones en el mercado de valores.

2.4.2.1 Historia de la Empresa en el Perú

2.4.2.2. La empresa - Requisitos

Empresa o sociedad es una unidad económica, una unidad de negocio, conformada por varios socios que aportan un determinado capital para la realización de actividades económicas o negociables con el fin de obtener utilidades y poder repartirlas o asumir las pérdidas.

Formas

Formas individuales: Son aquellos tipos de empresa que están conformadas o creadas por una sola persona natural, la única forma individual en el Perú es la EIRL.

Formas societarias: Son aquellas empresas o sociedades que son creadas por varios socios (de dos o más) sean estos socios personas naturales o personas jurídicas.

Principios generales de toda empresa según la ley general de sociedades

a. Llevan razón social o denominación

Toda empresa debe tener un “nombre” que la identifique, nuestra LGS indica qué tipos deben llevar Denominación y qué otros deben llevar Razón Social.

La Razón Social, que se utiliza en Sociedades Civiles, Sociedades Colectivas y en sociedades en Comanditas, consiste en colocar como nombre identificador los nombres y apellidos de uno o varios de los socios integrantes, como "Valderrama Hermanos librería SC", o "Jiménez, Ruíz & Smith Contadores S. Civil".

La Denominación en cambio es un nombre de fantasía, sin conexión con los socios aportantes, se utiliza en las SA, SAA, SAC, SRL y EIRL: "Telefónica del Perú SAA", "Alicorp SAA", "IBM SA".

b. Tienen personalidad jurídica propia

Cuando la Sociedad o Empresa ha sido inscrita en el Registro de Sociedades de los Registros Públicos esta nace como Persona Jurídica, como si fuera un ser humano con mayoría de edad, esta Persona Jurídica podrá tener Derechos y Asumir Obligaciones, lo cual la prepara para celebrar contratos y hacer negociaciones.

c. Tienen patrimonio propio

Los socios aportan determinado valor económico para formar el capital social de la empresa. Cuando esos bienes o dinero es aportado y recibido por la empresa dichos bienes se convierten en patrimonio exclusivo de la

sociedad, los socios no pueden reclamar la devolución o el retorno, por ejemplo a su salida. La entrega del aporte es a título de propiedad y es la empresa la que deberá decidir el destino de los bienes que ahora le pertenecen. La decisión recae en todos los socios.

d. Tienen responsabilidad

La responsabilidad está íntimamente asociada a la palabra "respuesta". Responsabilidad significa la capacidad de responder a las obligaciones que halla, es decir la empresa, ha asumido. La Responsabilidad que así lo establece la LGS es la que permite asegurar que cuando una empresa se compromete al pago de determinada mercadería o préstamo o crédito esta misma empresa asumirá la carga de responder con el pago, de esta manera se provee a los negocios una solidez en sus transacciones.

Ahora bien, la LGS establece que esta "capacidad" de responder tiene ciertos límites o no los tiene. Una Sociedad o Empresa en algunos tipos empresariales sólo tendrá la capacidad de responder económicamente hasta un cierto punto mientras que otros tipos tendrán una responsabilidad mayor e incluso ilimitada.

Por ello existen dos tipos de responsabilidad en las empresas.

Responsabilidad Limitada: la LGS establece que tienen esta responsabilidad limitada la EIRL, SA, SAC, SAA, SRL, S. Civil de RL. Esta consiste en que la empresa sólo "responderá" por sus obligaciones económicas hasta un tope o límite, este límite es la cantidad de patrimonio que tiene la empresa y en el caso de los socios su límite es hasta donde ellos aportaron.

Responsabilidad ilimitada: La LGS dice que estas empresas deberán responder no sólo con los bienes aportados de sus socios o los bienes o patrimonio de la empresa sino que además dichas empresa van a responder aún con los bienes personales que tengan los socios, es decir, con su auto, casas, muebles, equipos, etc., que pudieran tener como bienes propios particulares, a pesar que estos bienes no tengan ninguna conexión con las actividades de la empresa. Empresas con esta responsabilidad ilimitada son: SC.

2.4.2.3. Aplicación de la RSE en las empresas peruanas

En el siglo XX arranca con la presencia de casas comerciales, principal poder económico de ese momento, que se fueron transformando posteriormente en importantes firmas, compañías y bancos, cuyos nombres van a estar vinculados posteriormente a las primeras fundaciones familiares así como a las iniciativas colectivas que se desarrollan durante todo el siglo. Nos podemos referir a casos concretos como la Casa Boulton y la Casa Blohm por citar algunos ejemplos.

Los procesos de urbanización, que se despiertan en el país y que impulsaron la industrialización a partir de las décadas de 1930, 1940 y 1950, permitieron la creación y consolidación de grupos económicos peruanos. A raíz de la explotación del petróleo, las empresas extranjeras trajeron las fundaciones corporativas al país, que definitivamente incidieron en los estilos nacionales de relación empresa-sociedad. Hubo inversión extranjera directa en lo social e influencia norteamericana sobre los modelos fundacionales peruanos.

Los grupos nacionales se vincularon con la sociedad mediante acciones como fueron los servicios sociales para sus

trabajadores y la creación de fundaciones de empresarios con proyección hacia la comunidad en temas específicos como salud, ciencia, historia, educación y desarrollo agrícola. Por ello aparecen los servicios sociales de Electricidad de Lima, Cementos y otras fundaciones.

El fortalecimiento del Estado Peruano, consagrado en la constitución de 1961 como empresario y responsable de los derechos sociales, generó una respuesta empresarial activa de promoción social directa con la creación de organizaciones sociales empresariales, cambiando el rol de benefactor al de promotor social. Los empresarios nacionales no aceptaron fácilmente encargarse de la filantropía residual en aquellos espacios que no ocupaba el Estado. La insistencia gubernamental en la organización y desarrollo de la comunidad desde la plataforma del Estado (Oficina de Desarrollo Comunitario de Cordiplan), llevó a un grupo de empresarios a demostrar que los privados sí tienen y deben tener espacio en el terreno de lo social. Por otro lado, la subversión armada jugó un papel fundamental, desde los que dicen que fue el interés común de derrotar la insurgencia lo que vinculó a los empresarios a la cosa pública, hasta aquellos que consideran que fue la motivación para que los empresarios reaccionaran. De allí vino la creación colectiva -en la que participaron las fundaciones corporativas petroleras, las nacionales y otras como fue el caso de la Fundación Ford- del Instituto Peruano de Acción Comunitaria-Ivac, la conformación de la Federación de Instituciones Privadas de Atención al Niño-Fipan, la creación de la Fundación Vivienda Popular, del Dividendo Voluntario para la Comunidad, de la Asociación de Crédito Educativo-Educredito, del Instituto de Estudios Superiores de Administración-Iesa, de la Universidad Metropolitana. Así como la creación de fundaciones empresariales como la Fundación

Vollmer y la Fundación Ricardo Zuloaga. La década de 1960 arroja un comportamiento social empresarial muy proactivo, en la medida que surgieron muchas iniciativas impulsadas por ciertos grupos económicos que, actuando solos o en conjunto, desarrollaban acciones hacia sus trabajadores o hacia la comunidad, fundamentalmente en materia educativa. La respuesta empresarial tuvo razones ideológicas, tanto para defender la actuación privada en lo social como para defender la participación de los nacionales en lo económico.

En la década de 1980, el concepto de fundación corporativa se adopta completamente en el país, tanto para empresas privadas como públicas, y a pesar de la crisis económica de 1983. Ante las primeras evidencias de la crisis económica se despertó contradictoriamente el boom de las fundaciones corporativas que competían con instrumentos de patrocinio cultural. El tema de la cultura fue exitoso y competitivo para garantizar imagen corporativa, por ello la Fundación Carlos y Alegría Beracasa, Fundación Mozaretum y Fundación Cisneros. La selección intencional del área de acción cultural fue prioritaria para las entidades financieras, Fundación Consolidado, Caracas, Provincial, Latino, Mercantil y Espacios Unión, aún cuando la educación y la salud siguen presentándose como opción para ciertas estrategias empresariales, como los casos de la Fundación Sivensa, Fundación Progreso y la Fundación Cavendes. Una serie de nuevas regulaciones y normativas, motivaron sin duda ciertas respuestas empresariales como la Fundación Bigott y las series “Encuentro con”, “Lo tradicional de nuestras generaciones” y “Viajando con”. A la par del proceso de reforma y modernización del Estado que se adelantaba a través de la Copre, surgieron iniciativas propositivas por parte del sector privado intentando ofrecer nuevos modelos de

políticas públicas a los gobiernos, por ello el Grupo Roraima, “El Caso Peru” y la creación del Centro para la Divulgación del Conocimiento Económico-Cedice. El mecanismo de establecimiento de alianzas con el Estado para la actuación social empresarial se profundiza (“Ponle cariño a tu colegio” entre Banco Mercantil y FEDE es una prueba de ello), generándose también renovación programática en aquellas iniciativas de más vieja data (aparecen el programa Escuelas Rurales del Dividendo Voluntario para la Comunidad y el programa Apoyo a la Microempresa de Fundación Mendoza). PDVSA, por su parte, perfila una manera diferenciada de actuar, en el marco de las iniciativas sociales de otras empresas del Estado, con el Fondo de Donaciones y Liberalidades y la política de inversión social proactiva a nivel corporativo y con programas a cargo de sus filiales como fueron “Dimensión” de Maraven, “Cuadernos Lagoven”, y la campaña “Cuidar es querer” de PDVSA.

En la década de 1990 se dan tres elementos fundamentales: el proceso de liberalización económica, la crisis bancaria y la apertura petrolera, lo cual trajo nuevos grupos corporativos trasnacionales, una disminución del empresariado nacional y el retorno al país de las empresas petroleras extranjeras. Todos elementos que influyeron y cambiaron el mapa de la responsabilidad social empresarial. La crisis del sistema bancario trajo como consecuencia un cambio significativo del mapa de la banca en el país y arrastró grupos económicos vinculados, con la consecuente desaparición de sus acciones sociales. Los eventos e iniciativas que sucedieron trataron temas como cultura (Seminario de Imagen y Cultura Corporativa de Mavesa) y bienestar social industrial (I Jornadas Latinoamericanas de Bienestar Social en la Industria de Empresas Polar). En ese contexto aparecieron otra vez

iniciativas individuales como Proyecto Cultural Mavesa, Fundación Cementos Caribe, Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo-Cania, Fondo Social Cantv, Fundación Telcel, Proyecto Papagayo, y otras colectivas como Aporte Voluntario por Nomina del Dividendo Voluntario para la Comunidad, Alianza por una Peru sin Drogas, Peru Competitiva, Consejo Empresarial de Lucha contra VIH-SIDA y Alianza Social de Venamcham, que toma el espacio de articulación dejado por la Federación de Fundaciones Privadas. Mientras tanto, PDVSA desarrollaba nuevos esquemas de actuación descentralizada (creando las fundaciones Zumaque, Fundaisletas y Palmichal), y se convertía en el actor fundamental de la responsabilidad social empresarial por volumen de recursos asignados mediante convenios como IAF-PDVSA y luego Delmos. A la par, las empresas petroleras privadas inician nuevamente sus acciones de inversión social en sus entornos operativos, Chevron y Shell en Zulia, Petrozuata, Operadora Cerro Negro y Sincor en Anzoátegui, Conoco y Statoil en Delta Amacuro, entre muchas otras, tratando de disminuir el impacto generado y buscando aceptación de las comunidades anfitrionas y autoridades locales.

El análisis de ese recorrido nos evidencia varias cosas. Del poder económico de las casas comerciales al poder económico de capitanes de empresas, pasamos al poder económico del Estado y las empresas transnacionales. Se evolucionó desde iniciativas personales hacia empresariales y de éstas hacia las asociativas. Algunos empresarios y empresas han tenido interés en proyectar sus actuaciones, mientras otros han sido más prudentes prefiriendo hacerlo en conjunto con otras empresas. Existen y existieron grupos económicos criticados por recibir apoyo o promoción de los gobiernos de turno, sin

embargo sólo algunos de ellos realizaron iniciativas de interés general para el país que se mantienen. Han existido desprendimientos de recursos personales con deseos de contribuir con la comunidad y respondiendo a motivaciones personales y de reconocimiento. También han existido estrategias empresariales meramente promocionales y publicitarias, como respuestas a las nuevas regulaciones y nuevas expectativas de la sociedad. Hubo innovaciones programáticas e institucionales, hubo respuestas ideológicas frente amenazas, hubo propuestas públicas de corte social y económico y hubo espacios de articulación para defenderse. Tampoco se puede desconocer la actuación privada nacional en la incidencia de políticas económicas en el transcurso del tiempo, manteniéndose la disyuntiva entre los que desean protección y los que esperaban apertura de mercados.

La inversión empresarial fue mayor en educación como respuesta ideológica de los privados ante la posición fuerte del Estado peruano y ante la presencia de grupos radicales en cierto momento. Se trataba de defender la actuación privada en lo social y defender el sistema. Posteriormente respondió a la necesidad de recursos humanos para la empresa y a problemas educativos específicos, como los índices de analfabetismo y la falta de personal técnico. Hoy en día, la empresa apoya en educación pero no necesariamente por el convencimiento de su poder ideológico. No fue así en salud, porque el estado fue más exitoso en la masificación de infraestructura asistencial en el país y porque la inversión en salud es mucho más costosa para el sector privado. El tema cultural fue crucial en otro momento, por su asociación a la imagen corporativa. El desarrollo local como tema de trabajo por parte de las empresas puede remontarse al momento de instalación de campos residenciales para los obreros alrededor

de los entornos productivos. Hoy en día, las empresas privadas petroleras, intentan desarrollar el nuevo enfoque de desarrollo sostenible en las comunidades, incorporando capital humano, físico, institucional y capital social.

La lógica privada de sostenibilidad financiera de las acciones también se incorporó en su actuación social, de allí desarrollaron mecanismos de asignación patrimonial y reproductiva, sistemas de aportes anuales de socios, patrocinantes y membresías así como esquemas financieros de inversiones. Ciertas empresas crearon organizaciones sociales que luego entregaron a terceros para su operación independiente, aquellos que decidieron desarrollar programas propios las siguientes generaciones se han comprometido con las obras. Tampoco puede desconocerse el papel empresarial como proveedor de recursos en el desarrollo de organizaciones no gubernamentales en distintas áreas. El comportamiento cambiante de ciertas organizaciones responde a la evolución programática que exigía la sociedad, como a ciertos intereses de los que dirigían las organizaciones en los distintos momentos.

El sector empresarial peruano se puede ver exhortado a repetir en los actuales momentos el salto cualitativo significativo que asumió en la década de 1960. Sin embargo la situación de país es diferente, el empresariado nacional está reducido y el capital extranjero mayoritario no está dispuesto a utilizar los nuevos mecanismos de participación y corresponsabilidad establecidos en la constitución vigente. No se percibe claramente cuáles serán las acciones de los nuevos actores transnacionales, empresas privadas petroleras y grupos financieros emergentes, y si mantendrán la tradición de participación en los espacios preexistentes creados por las

empresas originales. La solicitud de respuesta, la exhortación a participar y la vigilancia de la actuación social empresarial la puede abanderar la ciudadanía, aquella que no existía en la décadas pasadas, pero que ahora conociendo sus derechos y oportunidades, retara a las empresas nacionales o extranjeras a interesarse por este país donde tienen accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, consumidores, autoridades y comunidades.

2.4.2.4. Historia de las empresas

Desde la prehistoria el hombre ha intentado crear procesos que aceleren la producción de productos y bienes para hacer su vida más confortable. Las primeras civilizaciones como los Incas, fueron de las primeras comunidades de crear algo muy parecido a una empresa. Con la aparición de la agricultura, los sumerios desarrollaron sistemas de administración, tecnologías e intercambios con lo cual crearon las primeras empresas. Estas empresas no tenían un orden como las empresas actuales, pero de allí salieron las bases para crear las empresas hoy en día. Así como hay gerentes, en esa época, los gerentes eran los reyes y estos eran los que decidían como los aldeanos deberían trabajar las tierras.

En el antiguo Egipto, cultura basada principalmente en la agricultura, los egipcios sembraban algunos granos de los cuales sacaban pan y cerveza. Esto hizo que se empezaran a crear las primeras empresas, ya que, vendían estos alimentos al pueblo y con el sobrante del consumo interno del imperio se hacían intercambios con otros pueblos. También se fomentó la minería, y la construcción, ya que, los faraones, como dirigentes del reino, querían dejar una huella plasmada en la tierra. Con la construcción de las pirámides, los escultores y

los herreros se complementaban de tal forma q parecían una empresa, es decir, los herreros creaban y mantenían afilados los cinceles para tallar las piedras y los esculpidores tallaban las piedras para darles su forma y así crear las esculturas que hoy podemos apreciar.

En Roma la tecnología y mejoras de las herramientas mejoro y ayudo a fortalecer las bases para crear una empresa. En el imperio romano, la base de la economía se basaba en los esclavos, ya que, estos eran una forma barata de mano de obra, y se utilizaban mucho en construcciones, minas, tala de árboles y comercio. Los insumos que sacaban los esclavos de estas actividades pasaban a los herreros, escultores y carpinteros los cuales convertían esta materia prima en armas, muebles y esculturas que eran utilizadas por el imperio o por sus habitantes. Esto muestra como la extracción de materias primas, la transformación y la obtención de un producto final empieza a tomar forma.

Tiempo después encontramos el Feudalismo. Este constaba de un terrateniente el cual daba unas órdenes a sus vasallos y hacia cumplir su mandato en sus tierras. Esta es una de las primeras pirámides de poder que encontramos, donde está el rey, los terratenientes y por últimos sus vasallos, que son los que trabajaban las tierras, talaban árboles, hacían minería, y vendían estas materias primas a los artesanos para que estos las convirtieran en productos y los vendieran y comercializaran entre pueblos.

Con el renacimiento, el capitalismo, sobre paso al feudalismo y dio paso a una nueva era de invenciones y evolución económica que conocemos como la revolución industrial.

La revolución industrial en el Perú fue una era en la cual las invenciones y la creación de empresas tuvo auge. Las causas de esto se dieron por el paso del hombre a vivir en las ciudades y dejar el campo a un lado. Las nuevas tecnologías, como la máquina de vapor, trajeron consigo nuevas empresas y mejoras para algunas otras. Las siderurgias empezaron a crear nuevas formas de trabajar los metales, la nueva infraestructura de los países y la mejora en los transportes mejoró el comercio y beneficio a las empresas que comercializaban e intercambiaban bienes con otros países. Las industrias textiles también se beneficiaron con esta revolución, ya que, muchos de los grandes inventos de esta época mejoraron su industria haciéndola un sector líder de la industrialización.

En esta época, las empresas empezaron a tener más forma, haciéndolas más parecidas a las que tenemos hoy en día, ya que, los trabajadores tenían un sueldo, un horario, un cargo y se estaban empezando a implementar políticas sociales donde los trabajadores fueran tratados más dignamente, de allí vienen los primeros sindicatos los cuales buscaban mejores tratos y horarios más adecuados para ellos.

Las empresas de la revolución industrial empezaron a crear bases de un modelo administrativo, donde se buscaba la coordinación, orden, la plantación, y dirección de una empresa.

En el siglo XX, las empresas, ya contaban con nuevas tecnologías y mejoras que ayudaron a la producción y desarrollo de productos. Se implementaba la ética laboral, con incentivos al trabajador, horarios flexibles, mejores sueldos y dándoles posibilidades a los trabajadores de mejorar. Esto llevó a que las empresas de hoy en día, sean empresas que no

solo se interesan por producir, si no que se interesan por el beneficio de sus trabajadores, de las familias. Se busca la responsabilidad social, ambiental, política y económica de las empresas.

2.4.2.5. La PYME

Dependiendo del país, el término de pequeña y mediana empresa (PYME) ha adquirido un significado diferente. Sin embargo, aún no existe una definición general al respecto. La mayoría de las veces, estas empresas son clasificadas de acuerdo a sus ingresos y monto de facturación anual. También se toman en cuenta otros factores como el tamaño, volumen de negocios, número de empleados y balance general.

Para tratar de establecer una visión general con respecto a las PYME, la Unión Europea las ha definido como empresas que empleen, al menos, 250 trabajadores; y que posean un balance general inferior a los 43 millones de euros, entre otros aspectos.

Es importante saber que las PYME conforman una parte importante de la economía mundial y son empresas de alto crecimiento, cuyo propósito es alcanzar grandes utilidades de inversión.

Dentro de la definición de PYME, cabe mencionar la subdivisión de este tipo de empresa en Micro Empresa (entre 1 y 10 empleados), Pequeña empresa (entre 11 y 50 empleados) y Mediana empresa (entre 51 y 250 empleados). En Perú, por ejemplo, la palabra PYME ha sido reemplazada por MIPE (Micro y pequeña empresa) debido a que éstas son las que generan la mayor cantidad de empleos (80%).

2.4.2.5. Características de una pequeña empresa

La pequeña empresa tiene determinadas características que la distinguen de otros tipos de empresa (micro, mediana o grande empresa).

Según Jack Fleitman, autor del libro "Negocios Exitosos", las características principales de la pequeña empresa son las siguientes:

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.
- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
- Estar en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).
- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

- Para complementar ésta lista de características principales, vamos a añadir las siguientes:
- En muchos casos son empresas familiares; en las cuales, a menudo la familia es parte de la fuerza laboral de la pequeña empresa. Por ejemplo, el esposo es el gerente general, la esposa la gerente comercial, el hijo mayor el jefe de ventas, etc., y además, todos ellos participan de una u otra manera en la producción o prestación de servicios.
- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de pequeñas empresas suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.
- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la pequeña empresa, especialmente en sus inicios.
- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual, genera crecimiento económico.
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos. Contribuye a la producción nacional y a la sociedad en general, aparte de los gastos y ganancias que generan.
- Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios. Por ejemplo, peluquerías, consultorías, etc.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una

fuerza laboral menos sindicalizada que la mediana y grande empresa.

- En muchos casos, son proveedores de medianas y grandes empresas.

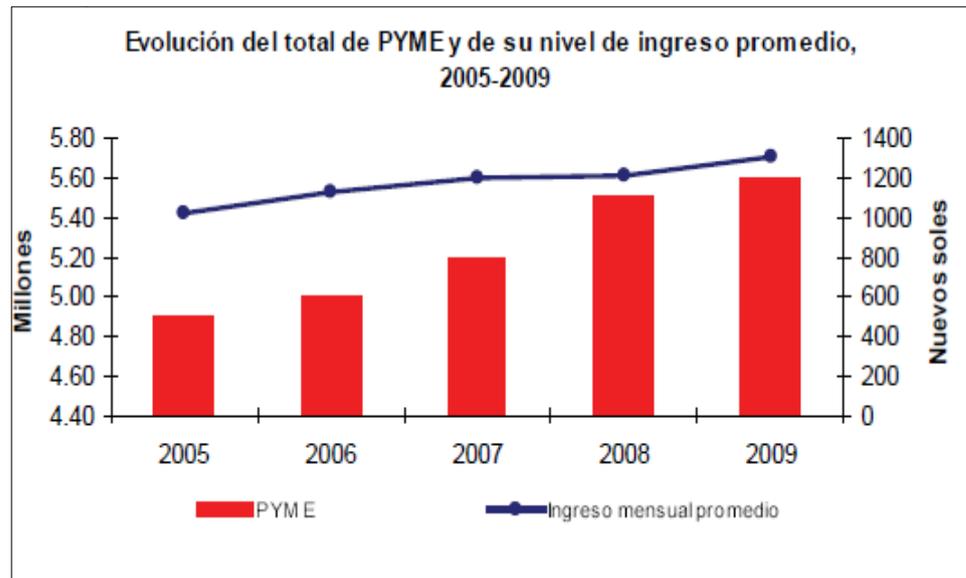
2.4.2.6. Ventajas de una pequeña empresa

La pequeña empresa tiene sus ventajas en comparación con las medianas y grandes empresas, como se verá a continuación:

Según Derek Leebaert, la pequeña empresa:

- Tiende a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes, es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor, más dispuesta a crear oportunidades para las mujeres y grupos minoritarios y para emprender actividades en las zonas empobrecidas.
- Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos demarcados.
- Actúa como punto de entrada a la economía de trabajadores nuevos o previamente menospreciados.
- Complementando ésta lista de ventajas, añadimos las siguientes:
- La pequeña empresa brinda satisfacción y autonomía de trabajo a aquellos emprendedores que no tienen la capacidad financiera o técnica para iniciar una mediana o gran empresa.
- La pequeña empresa, en un mundo agobiado por la pobreza y la necesidad, tiene la capacidad no solo de mitigar el sufrimiento, sino también de crear una clase media sólida,

generar una base impositiva segura y fomentar la estabilidad
s



2.4.2.7. Desventajas de una pequeña empresa

Como es natural, paralelamente a las ventajas, la pequeña empresa tiene también sus desventajas, como se detalla a continuación:

- Los emprendedores de pequeñas empresas, en muchas ocasiones, tienen que dejar su empleo para iniciar su empresa o lo hacen cuando sufren un despido; lo cual, implica un cambio drástico no solo en lo económico, sino también en el modo de vida.
- En la primera etapa, los emprendedores de pequeñas empresas suelen pasar por momentos de privaciones, como consecuencia de haber invertido sus ahorros, haber incurrido en préstamos y contraídas obligaciones (sueldos, alquileres, impuestos, etc.).
- Las pequeñas empresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos económicos, capacidad

técnica (para ofrecer productos de calidad) y/o de suficientes clientes como para mantenerlos en funcionamiento.

- Las pequeñas empresas tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes, debido a sus bajos volúmenes de compras.
- Las pequeñas empresas tienen menor acceso al financiamiento o mayor dificultad para obtenerlo.

2.4.2.8. Situaciones que originan la creación de pequeñas empresas

Existen diferentes situaciones que despiertan en muchos emprendedores el deseo y el compromiso de iniciar una pequeña empresa, sin embargo, las principales son las siguientes:

- La identificación de una oportunidad en el mercado (por lo regular, un nicho de mercado) en el que el emprendedor determina o supone que puede obtener ganancias al ofrecer productos y/o servicios que las grandes empresas no ofrecen.
- La tenencia de un producto o servicio que apasiona al emprendedor, al punto de querer producirlo y comercializarlo por cuenta propia.
- La realidad económica en la que las oportunidades laborales son escasas o los salarios muy bajos; por tanto, emprender una pequeña empresa es vista por muchos emprendedores como una solución.
- El impulso de las sugerencias de familiares o amistades para que el emprendedor establezca un nuevo negocio o empresa por cuenta propia.

- El hecho de poder trabajar en familia o de brindar trabajo a otros miembros de la familia.
- La pérdida de un empleo.
- La necesidad de tener un ingreso adicional para la familia que por lo general, induce a uno de los cónyuges a emprender una pequeña empresa. Por ejemplo, en los países latinoamericanos muchas mujeres inician un negocio cerca de casa o en el domicilio (como una peluquería, una librería o un restaurante) para colaborar con los gastos del hogar y con el paso del tiempo comienzan a contratar personal hasta que se constituyen en una pequeña empresa.
- El deseo de ser dueño del propio destino, de crecer por cuenta propia y de generar riqueza.

2.4.2.9. Las MYPES (Micros y Pequeña Empresa)

En Perú existe una clasificación denominada MYPE (Micro y pequeña empresa), para favorecer con la legislación laboral a las microempresas y pequeñas empresas; estas en el Perú, generan el 80% del empleo (sea formal o informal).

Tipo de empresa	Empleados	Equivalente a ventas máximas anuales en UIT
Microempresa	1-10	hasta 12
Pequeña Empresa	1-20	hasta 25

Se define como la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto

desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

2.4.2.10. Importancia de las PYME

Las pequeñas y medianas empresas cumplen un importante papel en la economía de todos los países. Los países de la OCDE suelen tener entre el 70% y el 90% de los empleados en este grupo de empresas. Las principales razones de su existencia son:

Pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más a productos más estandarizados.

Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas. La mayor parte de las grandes empresas se valen de empresas subcontratadas menores para realizar servicios u operaciones que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de coste.

Existen actividades productivas donde lo más apropiado trabajar con empresas pequeñas, este sería el caso de las cooperativas agrícolas por ejemplo. Es una de las principales fuentes de empleo. Permite una inversión inicial pequeña y permite el acceso a estratos de bajos recursos.

Por su tamaño, las Pymes poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y para emprender proyectos innovadores. Esto aunado a las particularidades de su gerencia, suelen propinarle un espacio especial en las políticas públicas y en la academia.

Fortalezas:

- Bajo nivel de inversión por puestos de trabajo, hay una relación de 1 a 20 entre inversión más baja por puesto de trabajo en una pyme del sector construcción y la más alta es una PYME del sector transporte.
- Flexibilidad para la reconversión productiva, de acuerdo a las necesidades de la demanda (por bajo nivel de inversión y se empresa familiar).
- Son herramientas de capacitación y aprendizaje, que ponen de relieve al factor trabajo como elemento más importante del proceso productivo.
- Creatividad e innovación en el campo tecnológico y para la producción de bienes y servicios.

Debilidades:

- El insuficiente desarrollo en el nivel organizacional.
- Las dificultades que tienen para generar una oferta regular, en cantidad y calidad.
- El bajo poder de negociación para el trato con sus proveedores y clientes, el acceso restringido a las fuentes de financiamiento.
- Cuentan con infraestructura y equipamiento que podría ser calificado como precario.
- Actúan en la informalidad en el campo legal y tributario.
- Carecen de capacitación en gestión empresarial.

2.4.2.11. Características de las MYPES en el Perú

Características de la microempresa formal:

- Emplea menos de 5 trabajadores
- Tiene un volumen de ventas reducido
- Se dedica principalmente a actividades de servicio o

comercio

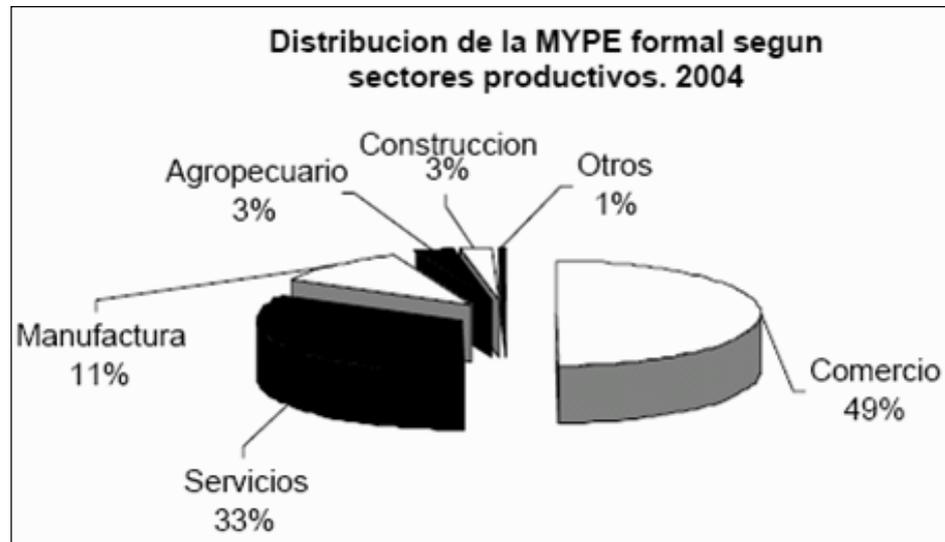
- Se localiza principalmente en Lima
- Conductores tienen un mayor nivel educativo
- Características de la microempresa informal
- Emplea menos de 5 trabajadores
- Genera empleo de mala calidad: ocupa a un alto porcentaje de trabajadores familiares no remunerados
- Se dedica principalmente a actividades agropecuarias
- Se ubica fuera de Lima
- Altamente correlacionada con pobreza a nivel local
- Sus conductores tienen un bajo nivel educativo

Es recomendable hacer explícito si el autoempleo debe o no considerarse como microempresa. El no hacerlo conduce a confusiones, de modo que políticas que quieran promover la actividad empresarial del micro y pequeñas empresas pueden tener otros efectos, como por ejemplo beneficiar el crecimiento del autoempleo y no el de la microempresa. El problema es que un independiente puede subcontratar los servicios productivos de otras MYPES o independientes, lo cual es difícil de cuantificar. Es por ello que en las licitaciones de las compras del Estado no se diferencia por tamaño empresarial del proveedor. Sin embargo el establecer la diferencia contribuiría a registrar información sobre subcontrata.

2.4.2.12. Distribución de empresas en el Perú

Se estima que el 82% de las 648,147 micro y pequeñas empresas formales a nivel nacional se encuentran ubicadas en el sector terciario: el 49.6% de MYPES formales se dedica a actividades del sector comercio y el 33.3% a servicios. El 11% se dedica a actividades en manufactura, 2.9% a la actividad agropecuaria y 2.5% a construcción. Las microempresas que se

dedican a la pesca, minería e hidrocarburos representan en total el 0.7%.



2.4.2.13. Actividades de la Pymes

El siguiente esquema muestra la participación de las PYMES por actividad económica:

Actividad Económica	PYMES Estimadas N°	%	PYMES Contribuyentes N°	%
Agropecuaria	1'380,000	45	42,746	3
Manufactura	255,000	8	125,688	10
Comercial	1'120,000	36	534,556	44
Servicios	345,000	11	519,199	43
Total	3'100,000	100	1'222,189	100

Fuente: Datos elaborados por Consultora Maximize sobre la base de información de COFIDE y SUNAT (No incluye sectores Pesca y Explotación de canteras por no existir información disponible).

2.4.2.14. Estimación del número de Mypes informales en el Perú

El número de MYPES informales ascendería a 1.8 millones, en comparación con 648,147 MYPES formales.

En términos porcentuales, la MYPE formal representaría el 25% de la MYPE total del país, mientras que la MYPE informal el 75%. Por lo tanto el 75% de las microempresas totales o 1855,075 unidades serían informales; sin embargo, la mayor parte de las pequeñas empresas son formales. El 37.2% de las pequeñas empresas o 15,395 unidades son informales. Es decir, la formalidad tributaria dependería del volumen de ventas: la mayoría de las empresas informales (1855,075 de unidades económicas o 73% de la MYPE total a nivel nacional) serían microempresas.

¿Por qué surgen las pyme y qué tipo de actividades realizan?

De acuerdo con la ENAHO, un 44% de los emprendedores inició su negocio por necesidad económica, un 7% porque no encontró trabajo asalariado, un 27% porque buscaba mayores ingresos, un 12% porque quiso ser independiente, mientras que un 3.8% lo hizo por tradición familiar. Las PYME se concentran en tres tipos de actividades: un 18% se dedica a la producción de bienes, un 36% a la compra y venta de mercadería, y un 47% a la prestación de servicios.

¿Cómo son los emprendedores?

Una característica resaltante es la tendencia hacia una mayor participación de las mujeres. En el 2003, un 48% de los propietarios eran mujeres, mientras que en el 2009, la cifra creció a un 53%. También hay una mayor concentración de los negocios en zonas urbanas (93%). Sin embargo, es importante señalar que

el número de PYME en el ámbito rural está en crecimiento (+2.6% durante los últimos tres años). En cuanto a la edad, un 40% tiene más de 46 años y resulta interesante mencionar que, en un 13% de los negocios, los dueños no tienen más de 23 años. Con respecto a la educación, alrededor del 68% cuenta con educación básica (primaria y secundaria), un 23% posee educación superior y solo un 4% no tiene ningún nivel educativo.

¿Cuánto ganan?

El ingreso promedio mensual de los pequeños empresarios es de S/. 1,300. Cabe resaltar que un 30% genera ingresos por más de S/. 20 mil anuales y un 6% por más de S/. 50 mil. Estas cifras reflejan una mejora en la economía ya, que en el 2008, el ingreso promedio ascendía a S/. 1,215 y en el 2007 a S/. 1,195.

En síntesis:

- La idea del negocio propio se ha vuelto un denominador común para muchos peruanos en los últimos años, con la intención de generar sus propios ingresos y no depender de un trabajo fijo, que en algunos casos no genera estabilidad económica. Sin embargo, abrir una empresa demanda mucho sacrificio y pasos que se deben tomar en cuenta para que la iniciativa no fracase.
- Casi el 99% del total de empresas son MYPE, las cuales proporcionan el 77% del empleo incluyendo el autoempleo y aportan el 42.1% del PBI del país.
- Cada vez más PYME peruanas aprovechan los beneficios del comercio internacional. Sin embargo, pese a su mayor participación, solo contribuyen con un 10% del valor exportado.

- La pequeña y mediana empresa ayuda a combatir la pobreza, es decir genera empleo.
- La pequeña y microempresa, por su rápida generación de empleo, constituyen elementos claves para el desarrollo.
- El sector informal se constituye en la alternativa más importante para el abastecimiento de las clases populares ofreciendo precios más ventajosos para la adquisición de bienes y servicios. Debido a los altos índices de desempleo, el gobierno no podrá formalizar en este sector mientras no ofrezca alternativas más favorables de trabajo.

2.4.3 Definiciones Conceptuales

Tamaño de la empresa

La definición del tamaño de la empresa depende de la elección de la variable que se utilice para la medición. Las variables más habituales son el número de trabajadores, el volumen de ventas y el capital y financiamiento que manejan.

La definición del tamaño de la empresa varía por países, siendo mayormente el número de trabajadores el criterio más utilizado por ser el más fácil de obtener.

Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- i. **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de

crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

- ii. Medianas Empresas: En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.
- iii. Pequeñas Empresas: En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.
- iv. Microempresas: Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

2.4.5 Ventas anuales

El volumen de tus ventas es la cantidad total de bienes, productos o ideas vendidas dentro de un marco, en este caso, de 12 meses. Dicha cantidad suele ser expresada en términos monetarios pero también podría figurar en total de unidades de inventario o productos vendidos.

El volumen de ventas anuales actúa como indicador del tamaño de la empresa, según la legislación peruana vigente, en los términos siguientes:

- i. Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ii. Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- iii. Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT.
- iv. Gran empresa: ventas anuales superiores a 2,300 UIT.

2.4.6 Número de trabajadores

Un trabajador o trabajadora es la persona física que, con la edad legal suficiente y en pleno ejercicio de su libertad, presta sus servicios retribuidos subordinados a otra persona, a una empresa o institución. Estos servicios pueden ser prestados dentro del ámbito de una organización y bajo la dirección de otra persona física o persona jurídica, denominada empresario (si tiene ánimo de lucro) o empleador, normalmente institucional (si no lo tiene); o bien como trabajador independiente o autónomo, cuando éste tiene afán lucrativo, no mantiene relación contractual sino mercantil y realiza personalmente la actividad o el servicio.

Usualmente se considera el número de trabajadores como indicador del tamaño de la empresa en los términos siguientes:

- i. Microempresa: Hasta 10 trabajadores
- ii. Pequeña empresa: De 10 a 50 trabajadores.
- iii. Mediana empresa: De 50 a 250 trabajadores.
- iv. Gran empresa: Más de 250 trabajadores.

2.4.2.8 Programa de política ambiental

La alta dirección de la organización debe definir y documentar su política ambiental dentro de un programa de acción y en el contexto de la política ambiental de la organización.

La política ambiental es la que impulsa la implementación y la mejora del sistema de gestión ambiental de una organización, de tal forma que puede mantener y potencialmente mejorar su desempeño ambiental. Esta política debería reflejar el compromiso de la alta dirección de cumplir con los requisitos legales aplicables y otros requisitos, de prevenir la contaminación, y de mejorar continuamente. La política ambiental constituye la base sobre la cual la organización establece sus objetivos y metas. La política ambiental debería ser lo suficientemente clara de manera que pueda ser entendida por las partes interesadas tanto internas como externas, y se debería evaluar y revisar de forma periódica para reflejar los cambios en las condiciones y en la información. Su área de aplicación (es decir, su alcance) debería ser claramente identificable y debería reflejar la naturaleza única, la escala y los impactos ambientales de las actividades, productos y servicios que se encuentran dentro del alcance definido del sistema de gestión ambiental.

2.5 Formulación de hipótesis

2.5.1 Hipótesis general

Las políticas y estrategias de RSE tienen efecto en el desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente.

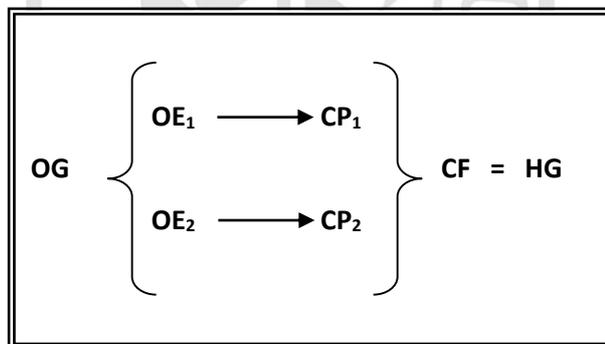
2.5.2 Hipótesis específicas

- a) Las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 tienen efectos en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.
- b) Las políticas de RSE tienen efectos en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.
- c) Las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.
- d) Las estrategias de RSE inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.
- e) Las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés.

CAPITULO III: METODOLOGIA

3.1 Diseño metodológico

El presente estudio dada la naturaleza de las variables materia de la investigación, responde al de una investigación por objetivos de acuerdo al siguiente esquema:



Leyenda:

- OG = Objetivo General
- OE = Objetivos Específicos
- CP = Conclusiones Parciales
- CF = Conclusión Final
- HP = Hipótesis General

Este cuadro nos indica que el Objetivo General se forma a partir de los Objetivos Específicos, con los cuales se contrastan. A su vez los Objetivos Específicos, constituyen la base para formular las Conclusiones Parciales del Trabajo de Investigación. Las Conclusiones Parciales, se correlacionan adecuadamente para formular la Conclusión Final de la Investigación, la misma que debe ser congruente con la Hipótesis General.

3.1.1 Tipo de investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como “INVESTIGACIÓN APLICADA”, porque los alcances de esta investigación son más prácticos, más aplicativos y se auxilia de leyes, normas, manuales y técnicas para el recojo de información. Todo este planteamiento representa el sustento empírico y numérico que nos ha permitido llegar a las conclusiones del trabajo de investigación.

3.1.2 Estrategias de la Investigación

En atención al propósito de la investigación, ésta tiene como centro el nivel descriptivo, analítico y correlacional.

En el proceso de desarrollo de este trabajo de investigación además de estos métodos se han aplicado otros, pero en menor incidencia, de modo que su adecuada complementación ha servido para obtener los resultados esperados en este trabajo. En todo caso, la utilización de métodos o cualquier procedimiento o técnica de trabajo no ha sido limitativa en el desarrollo de la investigación.

3.2. Población y muestra

3.2.1 Población

La población estará conformada por funcionarios de las medianas y grandes empresas consideradas las más representativas de Lima Metropolitana y Provincia Constitucional del Callao.

Empresas grandes y medianas	Funcionarios y Gerentes
COSAPI	15
LAU CHUN	13
WONG	10
PLAZA VEA	10
EDELNOR	16
MOVISTAR	25
INCA KOLA	15
BACKUS	15
DIARIO EL COMERCIO	6
NICOLINI	5
Total	130

3.2.2 Muestra

Para determinar el tamaño óptimo de la muestra se utilizará el muestreo aleatorio simple para estimar proporciones cuya fórmula se describe a continuación:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Donde:

Z : Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.

P : Proporción de funcionarios y gerentes de las grandes y medianas empresas que manifestaron obtener beneficios con la aplicación de políticas y estrategias de RSE. (Se asume **P = 0.5**)

Q : Proporción de funcionarios y gerentes de las grandes y medianas empresas que manifestaron no obtener beneficios con la aplicación de políticas y estrategias de RSE. (Se asume **Q = 0.5**)

e : Margen de error 5%

N : Población

n : Tamaño óptimo de muestra.

A un nivel de significancia de 95% y 5% como margen de error n será:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (130)}{(0.05)^2 (130-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n = 102 funcionarios y gerentes DE LAS GRANDES Y MEDIANAS EMPRESAS-

Estos funcionarios y gerentes de las grandes y medianas empresas serán seleccionados aleatoriamente, considerando las siguientes empresas:

Empresas grandes y medianas	Funcionarios y Gerentes	Muestra
COSAPI	15	12
LAU CHUN	13	10
WONG	10	8
PLAZA VEA	10	8
EDELNOR	16	12
MOVISTAR	25	19
INCA KOLA	15	12
BACKUS	15	12
DIARIO EL COMER	6	5
NICOLINI	5	4
Total	130	102

La muestra ha sido seleccionada de manera aleatoria en un número de 130 medianas y grandes empresas, con un margen de error del 5%.

3.3. Operacionalización de variables

3.3.1. Variable independiente

X : Políticas y estrategias de la Responsabilidad social empresarial.

Indicadores:

- X₁ Misión y Visión
- X₂ Condiciones laborales en la empresa
- X₃ Desarrollo y participación de los empleados
- X₄ Salud y seguridad del cliente
- X₅ Publicidad

- X₆ Satisfacción de los stakeholders
- X₇ Promoción de la responsabilidad social
- X₈ Calidad del producto y/o servicio
- X₉ Respeto al Medio Ambiente

3.3.2. Variable dependiente

Y : Empresas del Perú

Indicadores:

- Y₁ Desarrollo sostenible
- Y₂ Elementos humanos
- Y₃ Aspiraciones
- Y₄ Realizaciones
- Y₅ Capacidad Técnica
- Y₆ Satisfacción de necesidades
- Y₇ Obtención de utilidades y beneficios
- Y₈ Trato bueno a los trabajadores
- Y₉ Preocupación por el medio ambiente
- Y₁₀ Protección derechos
- Y₁₁ Negociación Colectiva

3.4 Técnicas de recolección de datos

Para los fines de la presente investigación se elaborará un cuestionario de evaluación, o también llamado encuesta, será el instrumento exploratorio que nos ayudará a establecer la relación entre las variables, relación causa – efecto, y validar o no la hipótesis y será el principal instrumento de investigación.

3.5 Técnicas de procesamiento de la información

El análisis y procesamiento de datos se realizará de la siguiente manera:

- a. Los datos contenidos en las encuestas serán codificados a fin de organizarlos y poder analizarlos.
Los datos serán procesados mediante la utilización de un programa estadístico.
- b. La relación entre las dos variables será medida a través de la correlación lineal y se utilizará el coeficiente de correlación de Pearson.

3.6 Aspectos éticos

En el desarrollo de la presente investigación se tendrá en cuenta el Código de Ética de la Universidad San Martín de Porres y del Contador, ciñéndose a los principios éticos de: integridad, objetividad, individualidad, responsabilidad, confidencialidad y competencia.

La investigación se realizará con honestidad, sinceridad y justicia. Utilizando la lógica, racionalidad, medida, equilibrio intelectual, limpieza y serenidad para la toma de decisiones.

El recojo y procesamiento de los datos serán obtenidos de forma correcta y legal y se mantendrá la reserva de los nombres de los que participaron en la investigación. Además, se reconocerá el trabajo de los investigadores que nos han antecedido otorgándole el mérito.

A continuación, presentamos algunos conceptos vertidos sobre ética y estrategia de autores mundialmente conocidos y respetados.

Ética y estrategia

En el artículo de Stark (1999), publicado en la *Harvard Business Review*, (*What is the matter with Business Ethics?*). En él se pone de manifiesto el 'abismo' existente entre la ética empresarial académica y la de los directivos o profesionales.

Se critica una ética empresarial demasiado general, demasiado teórica y, sobre todo, demasiado impracticable.

Aunque, a nuestro modo de ver, las propuestas finales del artículo, en pro de un mayor pragmatismo, llegan a pecar de cierto utilitarismo ético, es del todo cierto que los directivos interesados por la práctica ética de los negocios no siempre cuentan con los medios para lograrlo.

Precisamente, la existencia de esta discrepancia entre las propuestas teóricas y la gestión del día a día, es la que nos lleva a desarrollar este punto en el trabajo.

Hemos hablado del por qué, del dónde y del cómo incluir el enfoque ético en la dirección de la empresa.

Hacerlo así, permite diseñar, a nuestro modo de ver, un marco conceptual idóneo para posteriores trabajos. Pero quedan aún interrogantes por contestar.

¿Por qué la ética se queda tan lejos de los planteamientos empresariales del día a día? ¿Por qué no da respuestas a los complejos dilemas éticos? (Stark, 2004).

¿No será que hasta el momento las cuestiones éticas estaban ausentes, al menos de un modo explícito, en los procesos de gestión?

La tesis que nos proponemos defender en este punto aboga por la revisión de los elementos del proceso de dirección y su secuencia de tareas “entre las que la estrategia destaca con luz propia” (Fernández, 2000).

Este último punto no se marca como objetivo llevar a cabo dicha revisión, pues resultaría temerario y excesivamente ambicioso.

Tan sólo queremos dejar abierta esta línea de investigación, que pasaría por un análisis de las distintas propuestas de dirección estratégica. Análisis que iría encaminado a poner de relieve la necesidad de tener en cuenta el enfoque ético y la presencia de los valores personales, en todas las fases del proceso de dirección estratégica.

La única forma de no caer en la esquizofrenia, manteniendo los mismos valores dentro y fuera de las organizaciones, y en todos los ámbitos de la actividad humana será tenerlos en cuenta a lo largo de todo el proceso directivo. Como dice Moore, 1999: “Es evidente que está teniendo lugar un divorcio entre el estado de los valores y la realidad dentro de las organizaciones”. Estas incoherencias cada vez más criticadas, podrán verse reducidas en la medida en que dichos valores estén presentes en la formulación e implementación de las estrategias empresariales.

La estrategia entendida como proyección de preferencias lleva a reconocer que no hay manera de separar la decisión que determina la estrategia económica para una empresa, de los valores personales de aquellos que toman la decisión. Los directivos no miran exclusivamente qué podría o puede hacer la empresa, a su vez están fuertemente influenciados por lo que ellos personalmente quieren hacer.

Los deseos personales, las aspiraciones y necesidades de los ejecutivos juegan un papel que influye en la determinación de la estrategia.

Esto no es solo inevitable, es también deseable, cuando todas las decisiones estratégicas deben caer dentro de los límites de una dirección fiduciariamente responsable. «Lo que un director quiere hacer no está fuera de orden» (Irwin, 1998).

Pero también es cierto que la existencia de valores personales puede llevar al conflicto entre lo que un director quiere hacer y lo que le dicta la estrategia económica que debería hacer. En el mismo sentido podría plantearse conflicto entre propuestas estratégicas que emanan de valores distintos. “Las actas ocultas de los debates sobre política corporativa los hace interminables y explica por qué tantas empresas no tienen estrategias explícitas, rotundas y adecuadamente enfocadas” (Irwin, 2001).

Es evidente que el diagnóstico de tales conflictos, para identificar los valores implícitos en la propuesta o elección que cada persona lleva a cabo, será el primer paso para la reconciliación. Junto a esto habrá que tener en cuenta el papel que juega el poder y el liderazgo en un proceso estratégico que es sin duda un proceso político. *«La estrategia es una obra humana; debe ser responsable en el largo plazo, de las necesidades humanas. Fundamentalmente debe inspirar acuerdos. Debe mover a la organización a luchar con éxito contra la competencia. Algunas personas deben tener su corazón puesto en ello»* (Irwin, 1998).

Consideraciones como las expuestas en párrafos anteriores llevan a plantear la necesidad de tener en cuenta el enfoque ético desde el mismo diseño de la estrategia. Por ejemplo, en la fijación de objetivos es preciso revisar en primer lugar si con tales objetivos, pese a lograr el

interés de la organización, se va perjudicar a alguien, en qué grado y con qué contrapartida para la empresa. “Desentenderse de este punto es una tentación siempre abierta y posible, pero resulta éticamente inaceptable” (Fernández, 1993).

El paso que tocaría dar a continuación, como ya hemos dicho, requeriría un análisis profundo del proceso de dirección y de la estructura de la estrategia. Esto permitiría hacer presente la dimensión ética allí donde pudo ser olvidada y, a nuestro modo de ver, dicho análisis supondría una aportación de interés académico y práctico. Como dice Kay (2002): «Es claro que la estrategia como disciplina ha sufrido una falta de raíces en la sociología y en las ciencias económicas... La disciplina de la gestión empresarial tiene que avanzar mucho para poder aspirar el nivel científico conseguido por la medicina moderna.

El intento de desarrollo de un marco coherente para la comprensión del comportamiento empresarial es un primer paso necesario para la consecución de ese objetivo». La propuesta de incorporación de la ética a la estrategia empresarial pretende colaborar al diseño de este «marco».

“¿Qué tipo de sociedad queremos? ¿Qué tipo de relaciones consideramos deseables? ¿Cuál es el modelo de vida en común que consideramos más humano? Dicho en un lenguaje más llano: ¿con quién queremos jugar los cuartos? La respuesta a estas cuestiones en modo alguno es ajena al diseño de las estrategias, ni mucho menos a la «responsabilidad social de la empresa»” (Fernández, 2003).

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Interpretación de resultados

Este capítulo tiene el propósito de presentar el proceso que conduce a la demostración de la hipótesis propuesta en la investigación de: *“EFECTOS DE LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL EN EL PERÚ”*

Para la realización de esta fase hemos tomado como base el cumplimiento de los siguientes objetivos:

- a. Analizar los efectos de las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.
- b. Establecer los efectos de las políticas de RSE en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.

- c. Precisar en qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.
- d. Determinar las estrategias de RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.
- e. Determinar las estrategias de RSE que tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés.

Los resultados obtenidos en cada uno de los objetivos específicos, nos conducen al cumplimiento del objetivo general de la investigación y consecuentemente nos permitió contrastar la hipótesis del trabajo para aceptarla o rechazarla de acuerdo al grado de significación que tenga.

En la mayoría de los casos se han hecho visitas a las empresas, que operan en Lima Metropolitana, dada su cantidad y magnitud. Sin embargo, también se ha considerado a algunas que pertenecen al interior del país, puesto que es importante el trabajo que realizan y no pueden ser dejadas de lado. Luego se realizaron entrevistas, algunas bastante extensas, con los gerentes de Recursos Humanos, de personal, Imagen Institucional, de Imagen Corporativa, de Relaciones Públicas o similares.

Con la finalidad de conocer la actitud de los públicos con respecto a las empresas del medio, tomando en cuenta para ello las acciones de responsabilidad social y laboral, se han aplicado encuestas, las mismas que tienen preguntas acerca de las principales variables e indicadores de Responsabilidad Social Empresarial aplicada a los trabajadores.

4.2. Resultados

4.2.1 Resultados de la entrevista

1. ¿Cuál es su opinión en relación a la aplicación de las políticas y estrategias de RSE en las empresas del Perú?

Las empresas en el Perú aun no toman plena conocimiento del efecto positivo de la aplicación de la RSE en sus actividades. Por esta razón, existe una falta de compromiso institucionalizado con respecto a la RSE, así como la negativa a establecer prácticas socialmente responsables dentro de la organización. Estas dos características nos ayudan a entender el bajo nivel de inversión por parte de las empresas en el desarrollo de actividades que promuevan la RSE. Otro efecto a destacar es la falta de involucramiento del personal perteneciente a la empresa privada en actividades de carácter voluntario, así como la ausencia de personal dedicado exclusivamente a los temas de RSE en toda la organización.

Este contexto nos lleva a decir que la aplicación de políticas y estrategias de RSE en las empresas del Perú es incipiente, está en sus inicios.

Durante las últimas dos décadas observamos un creciente número de actividades orientadas a la promoción de la RSE, a través de las cuales este concepto se ha extendido entre los principales gremios y líderes empresariales. Sin embargo, en la práctica la mayoría de empresas aún está lejos de lograr ese ideal integral y solo una minoría lo intenta. Al analizar esta situación a través de diversas fuentes consideramos que el desarrollo de la RSE en el Perú ha respondido a tres factores principales: las

exigencias del mercado, las prioridades de entidades donantes y financieras internacionales, y las presiones de la sociedad civil.

2. A su juicio, ¿Cree importante la implementación de políticas y estrategias de RSE en las medianas y grandes empresas en el Perú?

Si es importante cuando se entiende y se trabaja transversalmente en la empresa. A mí me ha costado dos años convencer al Gerente General de la empresa lo que significa la RSE. Sin embargo, cuando ahora le presento proyectos de RSE, él me pide que el proyecto tenga números, es decir, le demuestre que el proyecto también es rentable, que deja utilidades. Ese es mi gran reto. Esto nos lleva a pensar que la importancia de la implementación de la RSE está en que beneficia a tus grupos de interés y, al mismo tiempo, generas utilidades para la empresa. Por estos considerandos, para la empresa es importante la implementación de políticas y estrategias de RSE siempre y cuando vaya acompañado de un plan definido. Es decir, es importante hacer un análisis de cuáles son los grupos de interés de la empresa, para luego elegir al grupo sobre el cual se quiere aplicar una mejoría, definiendo además en qué nivel se actuará: económico, social o medioambiental.

Así mismo debemos aseverar que la importancia radica en retornos para la empresa que pueden ser tangibles o intangibles, a veces un reconocimiento a la empresa, que le da un mejor posicionamiento en el mercado frente a la competencia. También pueden ser retornos tangibles o cuantificables al traducirse en menores costos o una mejora del producto, al igual que al invertir en la mejora de infraestructura cercana a la empresa.

Finalmente la importancia de la implementación de la RSE en las empresas en el Perú se da en la comprensión de la interrelación empresa-sociedad en dos dimensiones: la empresa respecto al entorno y el entorno respecto a la empresa. En el primer caso es retribuir a la sociedad por lo recibido en un horizonte de largo plazo y en el segundo es el reconocimiento de la sociedad sobre la importancia, que para ella tiene, el contar con una organización capaz de brindarle bienes y servicios de calidad, además de soporte en iniciativas de desarrollo, de acuerdo a sus requerimientos y posibilidades.

3. ¿Cuáles son los efectos de las políticas de RSE en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú?

En general se mejoran las relaciones con los grupos de interés. Los trabajadores, en su mayoría, perciben lo que la empresa está haciendo por ellos en forma adicional a lo que la ley exige. Se sienten bien tratados. Hacia afuera, se trata de apoyar a los grupos de interés a mejorar. Por ejemplo, nosotros como empresa pesquera, vendemos pescado en la sierra a un precio menor que el pescado congelado que se importa y, además, enseñamos a prepararlo de diferentes maneras, lo que da un valor agregado a la provisión de proteínas que ofrece el pescado. Y, encima, es rentable el proyecto.

Es preciso enfatizar primeramente que la empresa debe tener la capacidad de escuchar las necesidades de los grupos de interés e incorporarlas al plan de RSE de la organización.

Sobre la base de este punto de partida, las políticas de RSE buscan, entre otros objetivos, desarrollar programas que satisfagan estas necesidades, como por ejemplo: mejores

productos, capacitación a proveedores, mejor atención a los clientes, salarios justos para los trabajadores, preservación del medio ambiente.

Es preciso enfatizar primeramente que la empresa debe tener la capacidad de escuchar las necesidades de los grupos de interés e incorporarlas al plan de RSE de la organización.

Sobre la base de este punto de partida, las políticas de RSE buscan, entre otros objetivos, desarrollar programas que satisfagan estas necesidades, como por ejemplo: mejores productos, capacitación a proveedores, mejor atención a los clientes, salarios justos para los trabajadores, preservación del medio ambiente.

Lo que las empresas vienen trabajando ahora son buenas prácticas relacionadas a mejorar por ejemplo el clima laboral. Hay diferentes políticas ahora que suman a esta estrategia de responsabilidad social, por ejemplo, si las empresas tienen unos horarios que equilibran trabajo y familia, si a los colaboradores se les paga a tiempo, si hacen fortalecimiento de capacidades, si ofrecen línea de carrera, etc. Hoy existe una relación de muy buenas prácticas direccionadas puntualmente para colaboradores.

4. ¿En qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente?

Definitivamente las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente. Por ejemplo, nosotros cambiamos la matriz de energía de nuestra planta de procesamiento que tenemos en Huacho. Pasó de ser a petróleo a ser a gas. Este cambio, no sólo mejora la rentabilidad de la planta sino que, adicionalmente, cuida el medio ambiente porque la matriz a gas contamina menos el medio ambiente.

Las estrategias de RSE se dan a través de las normas ISO 26000 y 14001. Estas normas ayudan a la organización en el cómo desarrollar la RSE. Y la norma ISO 14001 nos habla específicamente de la gestión ambiental. Por lo tanto, la aplicación de las estrategias de RSE conduce a que la empresa formule un plan para la preservación y cuidado del medio ambiente como un propósito no sólo importante de la RSE sino imprescindible de ella.

Una empresa que implementa las estrategias de RSE es una empresa ecoeficiente, con una adecuada gestión de residuos y un apropiado consumo de agua y energía, lo que le permitirá obtener mayor productividad. Finalmente, se convierte en una compañía con buena reputación, capaz de generar puentes de diálogo constructivo y de influencia en la sociedad. Mejora el posicionamiento de sus productos y de su marca corporativa.

5. ¿Cuáles son las estrategias de RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú?

Como lo dije anteriormente, creo que las estrategias de RSE que tienen que ver directamente con el proceso productivo de la empresa, así por ejemplo: cambio de matriz energética por aquellas que son más “limpias” o utilización de insumos que sean reciclables o que contaminen menos. Estas estrategias mejoran la capacidad técnica de la empresa, haciéndola más rentable.

La norma ISO 26000, que representa el conjunto de estrategias de la RSE, considera como una materia fundamental de la RSE las “Prácticas Laborales”.

Las prácticas laborales comprenden todas las prácticas relacionadas con el trabajo de la organización, incluido el trabajo subcontratado.

Estas prácticas laborales incluyen: reclutamiento y promoción de trabajadores; procedimientos disciplinarios, transferencia y traslado de trabajadores; finalización de la relación de trabajo; formación y desarrollo de habilidades; salud; seguridad e higiene industrial, entre otros. Este conjunto de prácticas laborales inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas.

La RSE promueve que los equipos al interior de la empresa busquen la tan mencionada “sinergia”, liderando con creatividad e innovación. Por ende, es responsabilidad social de la dirección hacer que cada persona en la organización disponga de herramientas, objetivos, capacitación y un entorno que fomente dichas aptitudes.

Asimismo, los proyectos con la comunidad favorecen el desarrollo de una variada gama de habilidades en los empleados que participan directamente en estas actividades, entre las que se incluyen: trabajo en equipo, planificación e implementación, comunicación, conducción y gestión.

6. ¿De qué manera las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés?

Las estrategias de RSE tienen efectos positivos en la negociación colectiva de las empresas peruanas porque mejoran las relaciones con los trabajadores y, como lo dije anteriormente, lo positivo es que ellos perciben que la empresa está preocupada por el bienestar de ellos en todo momento y está haciendo cosas

por ellos. Son muy importantes los programas que se desarrollan en favor de los trabajadores.

La función de la RSE debe ser la de una herramienta para que los sindicatos puedan desarrollar el diálogo con los empresarios privados y públicos, con el objetivo de organizar mejor a las trabajadoras y trabajadores y negociar mejores condiciones de trabajo y de vida para ellos y sus familias.

Consideremos que la ISO 26000 está básicamente relacionada con ayudar a las organizaciones a considerar la RSE como un primer paso para el desarrollo sostenible. Esto significa que su consideración está directamente relacionada con este tema. La ISO 14001 se refiere principalmente a la gestión del sistema ambiental lo que, a la larga, también está relacionada con el desarrollo sostenible de la empresa.

Las estrategias de RSE tienen efectos positivos en la negociación colectiva de las empresas peruanas porque mejoran las relaciones con los trabajadores y, como lo dije anteriormente, lo positivo es que ellos perciben que la empresa está preocupada por el bienestar de ellos en todo momento y está haciendo cosas por ellos. Son muy importantes los programas que se desarrollan en favor de los trabajadores.

7. ¿Cuáles son los efectos de la aplicación de las políticas contenidas en las ISO 26000 e ISO 14001 en el desarrollo sostenible de la empresa?

Consideremos que la ISO 26000 está básicamente relacionada con ayudar a las organizaciones a considerar la RSE como un primer paso para el desarrollo sostenible. Esto significa que su consideración está directamente relacionada con este tema. La

ISO 14001 se refiere principalmente a la gestión del sistema ambiental lo que, a la larga, también está relacionada con el desarrollo sostenible de la empresa.

Desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. En este sentido, la norma ISO 26000 es una guía que pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible, fomentando que vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social.

Igualmente, la norma ISO 14001 especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental, destinados a permitir que una organización desarrolle e implemente un cuidado del medio ambiente para el presente y para el futuro.

Retener talento humano, una mejora en la percepción que tienen las comunidades hacia la empresa –mejor imagen pública-, posicionamiento de marca en el mercado, reducción de costos debido a la mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos.

Las empresas grandes que trabajan el tema de RSE lo que están haciendo hoy es jalar a su cadena de valor, es decir jalar a las pymes que están trabajando con ellos para que también asuman sus mismas prácticas de RSE.

Son muchos los beneficios, la idea hoy es que tu negocio sea sostenible. Y que sea sostenible hoy es que se trabaje el “Triple

bottom line”, es decir que se trabaje el tema económico, el social y el ambiental, e integrarlo en tu gestión.

8. Cómo influye el tamaño de la empresa en la puesta en marcha de proyectos y programas sociales en beneficio de los trabajadores?

Definitivamente las que más lo practican son las empresas que vienen de afuera y tienen sus sucursales acá en el Perú. Estas vienen con esa filosofía de trabajo desde su casa matriz. Por el contrario, las micro y pequeñas empresas, más aun las que se han iniciado como empresas familiares, son las más reacias para aplicar la RSE. Esto debido a que ellas cuando no se “profesionalizan” y siguen siendo conducidas por los dueños originales sólo piensan en generar más ingresos y ahorrar todo lo que les sea posible. En este escenario, consideran la RSE como un gasto.

En conclusión, el tamaño de la empresa sí influye en la puesta en marcha de la RSE en la empresa. Mientras más grande la empresa es más probable que pongan en marcha programas en favor de los trabajadores.

Creo que más que el número de trabajadores de una empresa, lo que influye en la puesta en marcha de proyectos y programas sociales en beneficio de ellos mismos es el convencimiento de la empresa de iniciar la RSE en la organización. Este convencimiento se inicia con la inclusión de la RSE en la visión, la disposición del nivel directivo en este esfuerzo y el trabajo transversal de la RSE en las actividades de la empresa.

En la actualidad son las empresas grandes las que están trabajando el tema de responsabilidad social, pero con el

transcurso de los años hemos podido ir observando que las pymes vienen integrando esta estrategia dentro de su gestión empresarial. Las grandes, las pymes y las medianas deben gestionar buenas prácticas de responsabilidad social independientemente del sector en el que estén o del tamaño de la empresa.

Como lo dijimos en la respuesta anterior, una empresa grande tiene desde su visión incluida la RSE y al trabajarla transversalmente en las diferentes áreas de la organización tenemos, entonces, el desarrollo de programas de RSE, tanto internamente como hacia afuera. Y aquí entran los programas ambientales.

Las micro y pequeñas empresas tienen que estar convencidas primeramente de lo positivo de la RSE para el desarrollo sostenible de las mismas y después empezar al interior con los trabajadores y de allí pasar hacia afuera.

En la actualidad son las empresas grandes las que están trabajando el tema de responsabilidad social, pero con el transcurso de los años hemos podido ir observando que las pymes vienen integrando esta estrategia dentro de su gestión empresarial. Las grandes, las pymes y las medianas deben gestionar buenas prácticas de responsabilidad social independientemente del sector en el que estén o del tamaño de la empresa

9. ¿La relación que existe entre el tamaño de la empresa y un programa de política ambiental dentro de ella?

Como lo dijimos en la respuesta anterior, una empresa grande tiene desde su visión incluida la RSE y al trabajarla

transversalmente en las diferentes áreas de la organización tenemos, entonces, el desarrollo de programas de RSE, tanto internamente como hacia afuera. Y aquí entran los programas ambientales.

Las micro y pequeñas empresas tienen que estar convencidas primeramente de lo positivo de la RSE para el desarrollo sostenible de las mismas y después empezar al interior con los trabajadores y de allí pasar hacia afuera.

Al igual que la respuesta anterior, llevar adelante un programa de política ambiental es factible cuando la empresa está involucrada en la práctica de la RSE y no necesariamente depende del tamaño de ella.

10. ¿Cuál es el grado de implementación y aplicación de las ISO 26000 e ISO 14000 en las grandes empresas, medianas y micro empresas en nuestro país?

Entiendo que las ISO mencionadas se toman sólo como referenciales en las empresas. Las empresas, en general, dan más importancia a las ISO que generan una certificación y que la utilizan en sus operaciones.

Las normas ISO 26000 e ISO 14001 no son certificables. Son más bien guías que orientan a la empresa a poner en marcha la RSE y un sistema de gestión ambiental. Esta premisa determina que el grado de implementación y aplicación en las empresas en el Perú sea mínimo y sólo referencial.

A cuatro años de su publicación, la norma ISO 26000 aún representa para las organizaciones públicas y privadas un área de oportunidad.

En noviembre de 2012 se dio a conocer a nivel mundial la norma ISO 26000. En ella se reunían los lineamientos internacionales necesarios para diagnosticar el grado de compromiso de las organizaciones con la Responsabilidad Social.

Contraria a otras normas ISO, ésta no es certificable y, por lo tanto, su implementación depende sólo de una convicción sincera sobre las ventajas de trabajar a favor del bien común. El reto a vencer: lograr que las organizaciones la adopten y acaten.

11. A su juicio, ¿cree usted que el número de trabajadores en la empresa influye directamente en el número de programas y proyectos sociales que se desarrollan en ellas?

Lo que genera el número de programas y proyectos sociales en la empresa es el convencimiento de lo positivo de la RSE desde su visión y a nivel de su liderazgo y no tanto el número de trabajadores.

Si bien existe una tendencia que las empresas llamadas grandes promuevan la RSE, pero el número de trabajadores no influye directamente en el número de programas sociales desarrollados, sino más bien la convicción y voluntad del nivel directivo de llevar adelante la RSE en la organización.

12. ¿El volumen de ventas anuales de las empresas influyen directamente en la implementación y desarrollo de proyectos sociales en beneficio de los trabajadores?

Al igual que la respuesta anterior, lo determinante es que la visión y el nivel directivo consideren la RSE como una inversión y lo trabajen transversalmente en todas las áreas y operaciones de la misma. Esto sí genera los programas y proyectos a favor de los trabajadores y demás grupos de interés.

13. ¿Qué tipo de políticas y estrategias recomienda para la aplicación adecuada de la responsabilidad social empresarial en el Perú?

Más que políticas o estrategias, recomendaría una mayor difusión de lo que significa la RSE y el efecto positivo para la empresa cuando se aplica adecuadamente. Compartir experiencias de proyectos de RSE que son rentables. Hacerle entender al empresario lo importante y positivo que es la RSE para el desarrollo sostenible de la empresa.

Considero que se debe empezar por una campaña de sensibilización de parte del Gobierno, de los gremios empresariales y ONGs para las empresas dando a conocer el concepto y alcances de la RSE, los beneficios y los efectos tangibles e intangibles que pueden obtener. Todo esto con el propósito de desvirtuar conceptos errados y mitos tejidos alrededor de la RSE, considerándolo un gasto más que una inversión.

Es una ventaja disponer de mayor liquidez pero no es un factor decisivo para desarrollar proyectos en beneficio de los trabajadores. Como se respondió en la pregunta anterior, lo que sí influye es la vocación del liderazgo de implementar la RSE en la empresa.

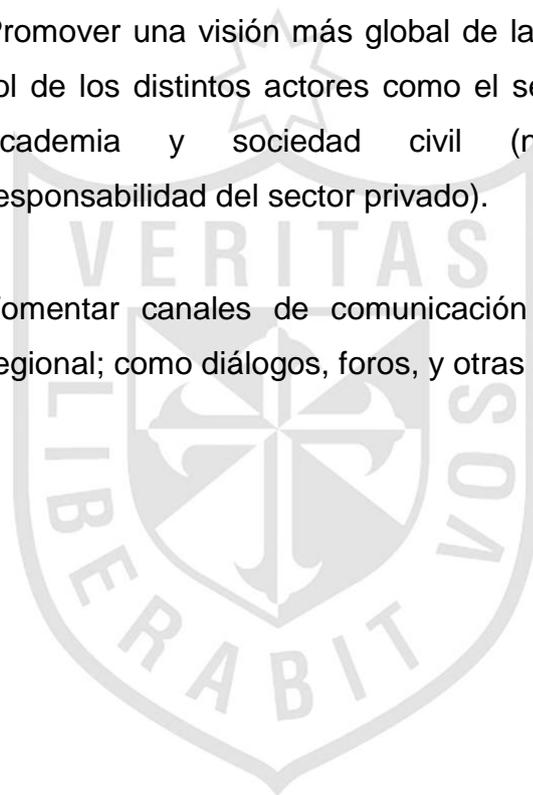
14. Finalmente le solicitamos su autorizada opinión en relación al tema que estamos investigando para la solución de los problemas planteados.

Tomemos en cuenta el artículo que Porter y Kramer publicaron el 2011 titulado “La creación de valor compartido”. Creo que es un

paso más adelante de la RSE y desarrollo sostenible. Este es un concepto poderoso en generar más innovación y crecimiento para las empresas y tiene mucho que ver con las relaciones con los grupos de interés.

Comparto algunas de las recomendaciones de la OEA sobre la construcción de una agenda estratégica de RSE en Latinoamérica:

- Promover una visión más global de la RSE, basada en un rol de los distintos actores como el sector público, ONGs, academia y sociedad civil (no es solamente responsabilidad del sector privado).
- Fomentar canales de comunicación a nivel nacional y regional; como diálogos, foros, y otras actividades.



4.2.2 Resultados de la encuesta

Es preciso indicar que fueron encuestadas una muestra de 102 personas conformada por funcionarios y gerentes de las grandes y medianas empresas quienes representan o prestan servicios en las mencionadas empresas.

PREGUNTA N° 1:

1. Los compromisos éticos se encuentran formalmente establecidos en la estrategia de RSE.

Tabla N° 1

Alternativas	Total Parcial	%
Si	62	61
No	38	37
Desconoce	2	2
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

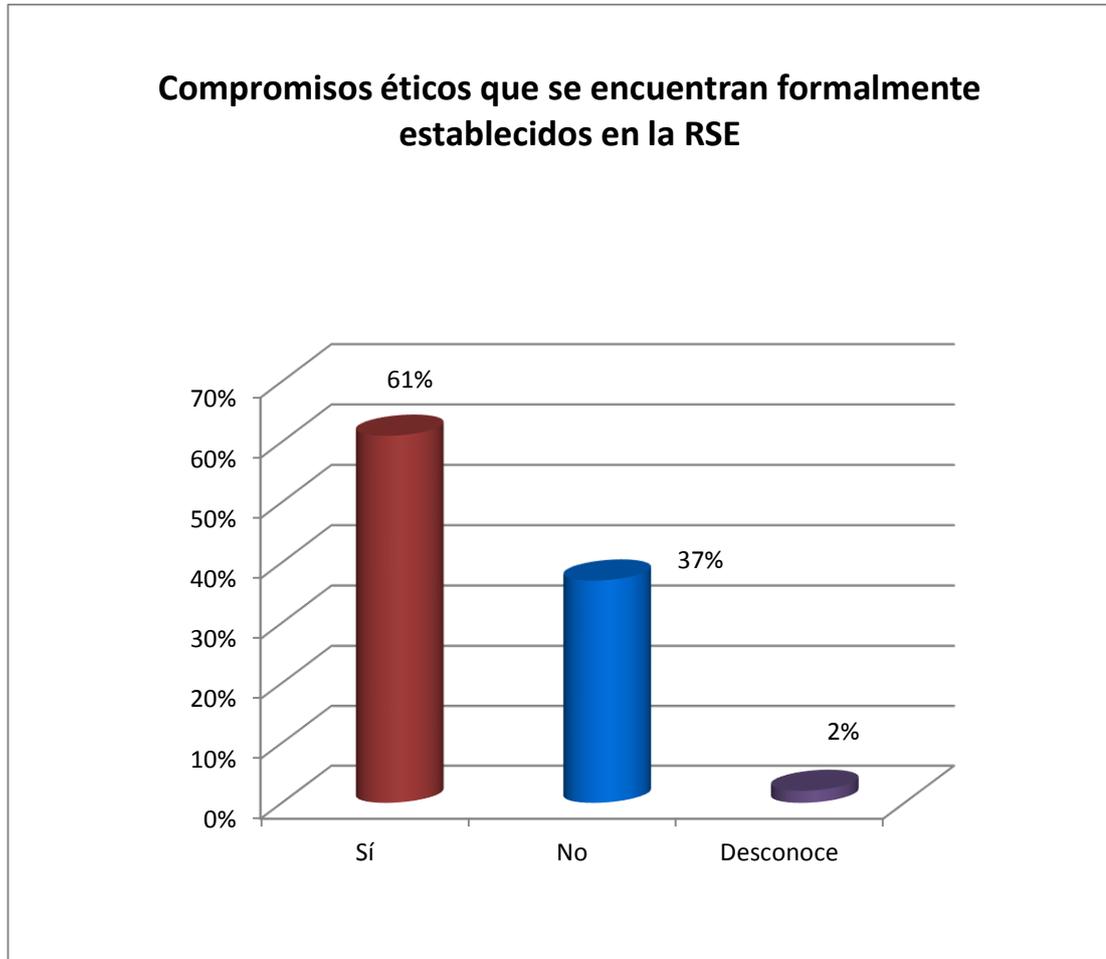
Analizando la información, el 61% de nuestros encuestados opinó que los compromisos éticos se encuentran formalmente establecidos en la estrategia de la RSE. Sin embargo, el 37% de los encuestados piensa que no, y finalmente el 2% desconoce.

Comentario

Al respecto, consideramos que los principios éticos se encuentran perfectamente delimitados en la normativa de la RSE, pero su

aplicación por las empresas es voluntaria debido a que no existe una ley que las obligue a llevarlas a cabo.

GRÁFICO N° 1



Fuente: Encuesta

PREGUNTA N° 2

¿Los valores establecidos en la cultura organizacional son difundidos entre los trabajadores de la organización como parte de su política de RSE?

Tabla N° 2

Alternativas	Total Parcial	%
Si	75	74
No	20	20
Desconoce	7	6
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

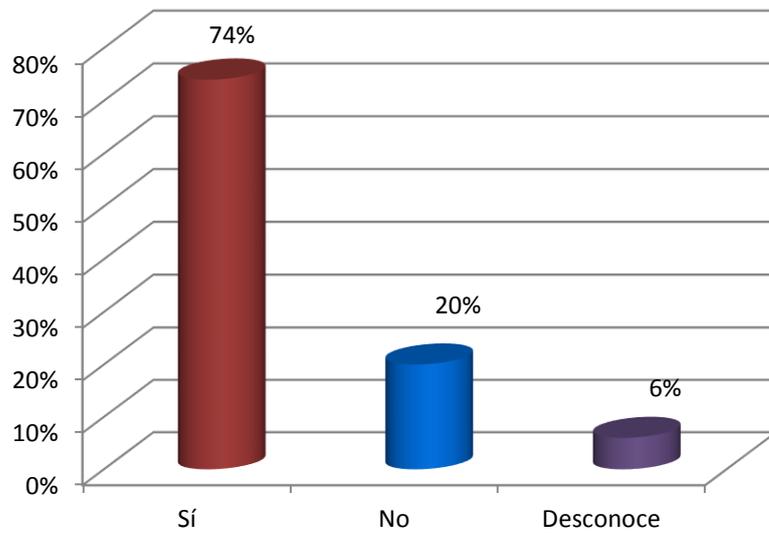
El 74% de nuestros encuestados indicó que están totalmente de acuerdo con los valores de la cultura organizacional que son difundidos entre los trabajadores de la empresa como parte de su política. El 20% no está de acuerdo y el 6% no opina.

Comentario

Tal como se aprecia en la información del párrafo anterior, es evidente que la mayoría de los encuestados que escogieron la primera de las alternativas están convencidos que los valores considerados en la cultura organizacional son difundidos en los trabajadores como parte de su política resultando un beneficio para la empresa y el trabajador.

GRÁFICO N° 2

Los valores establecidos en la cultura organizacional son difundidos entre los trabajadores de la organización como parte de su política de RSE.



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 3

¿La empresa motiva al liderazgo, a sus trabajadores y a sus socios estratégicos para que adopten sus valores y principios éticos dentro de su política de RSE?

Tabla N° 3

Alternativas	Total Parcial	%
Si	52	51
No	38	37
Desconoce	12	12
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

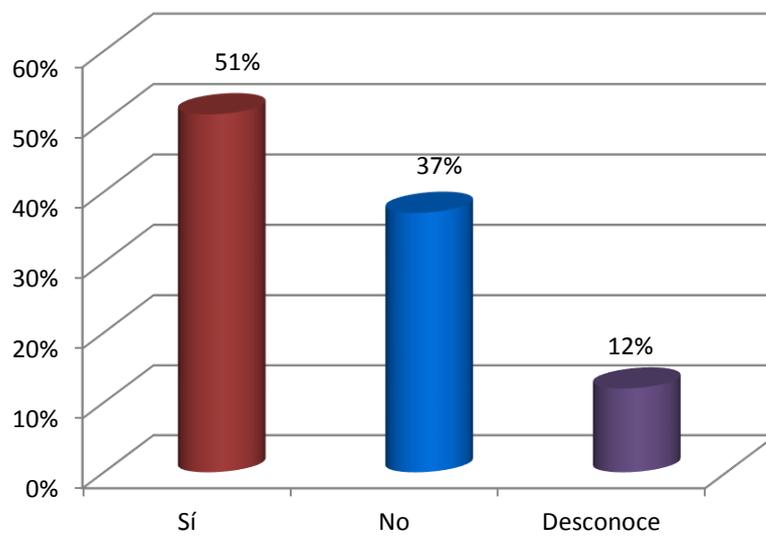
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 51% de los encuestados opinó si, y un 37% que no están de acuerdo con esta opinión y el 12% manifestó que desconocen el tema.

Comentario

Al respecto la información presentada en líneas anteriores, permite conocer que el mayor porcentaje de los encuestados reconocieron que la empresa motiva el liderazgo entre sus trabajadores y socios para que adopten sus valores y principios éticos dentro de la política de RSE.

GRÁFICO N° 3

La empresa motiva al liderazgo, a sus trabajadores y a sus socios estratégicos para que adopten sus valores y principios éticos dentro de su política de RSE.



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 4

La empresa incorpora criterios de orden social y ambiental en la gestión del negocio como parte de su gobernabilidad corporativa y su política de RSE.

Tabla N° 4

Alternativas	Total Parcial	%
Si	68	66
No	22	22
Desconoce	12	12
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

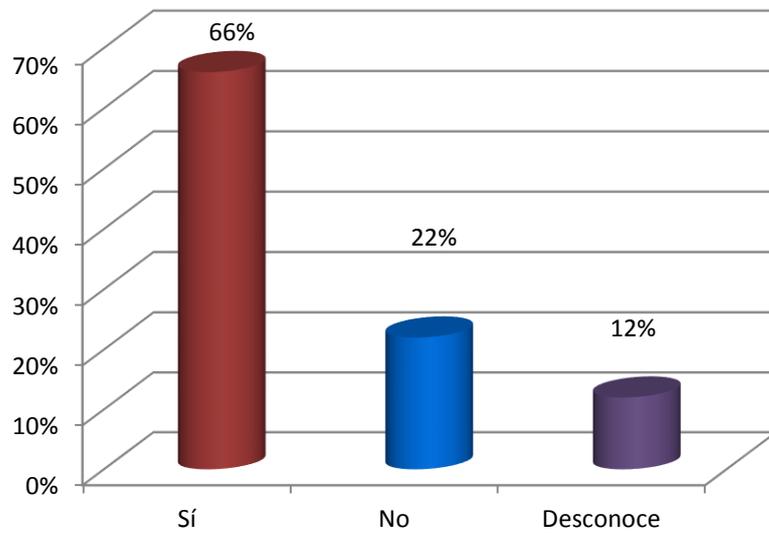
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 66% opinó que sí, el 22% opinó negativamente y el 12% desconoce.

Comentario

AL respecto indicamos que las empresas incorporan criterios de orden social y ambiental en la gestión del negocio y la consideran muy importante.

GRÁFICO N° 4

La empresa incorpora criterios de orden social y ambiental en la gestión del negocio como parte de su gobernabilidad corporativa y su política de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 5

La empresa no tiene prácticas desleales de comercio en sus relaciones con la competencia como parte de su política de RSE.

Tabla N° 5

Alternativas	Total Parcial	%
Si	68	67
No	32	31
Desconoce	2	2
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

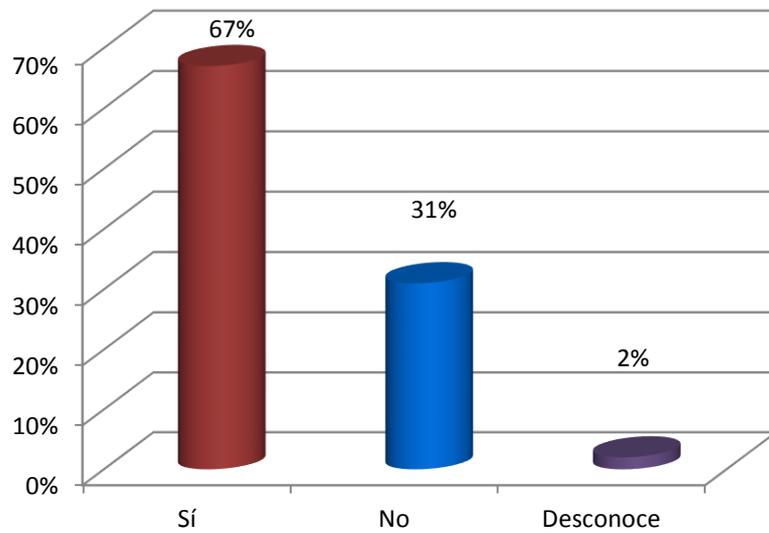
Analizando la información que nos presenta esta interrogante se aprecia que el 67% de los encuestados opinaron afirmativamente, el 31% opinó negativamente. Así mismo el 2% no proporcionó su opinión.

Comentario

La relación que existe entre prácticas desleales de comercio en sus relaciones con la competencia en opinión de la mayoría de encuestados no se practican, por razones de ética y responsabilidad.

GRÁFICO N° 5

La empresa no tiene prácticas desleales de comercio en sus relaciones con la competencia como parte de su política de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 6

La empresa presenta patrones claros de conducta en su diálogo con sus grupos de interés (stakeholders) como parte de su política de RSE.

Tabla N° 6

Alternativas	Total Parcial	%
Si	77	75
No	25	25
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

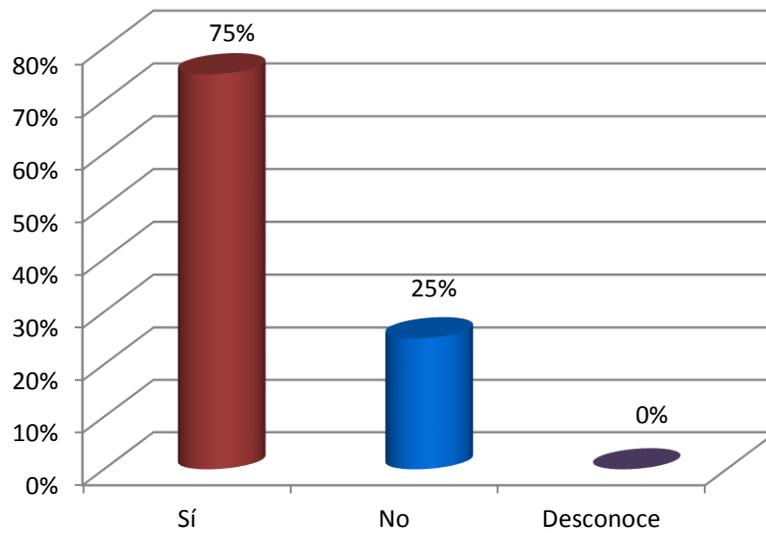
Con respecto a la pregunta, el 75% opinó que si es importante informar sobre los patrones claros de conducta, mientras que el 25% respondieron negativamente.

Comentario

La respuesta de los encuestados coincide con nuestra opinión, ya que la mayoría piensa que es importante presentar a los grupos de interés (stakeholders) información clara como parte de su política.

GRÁFICO N° 6

La empresa presenta patrones claros de conducta en su diálogo con sus grupos de interés (stakeholders) como parte de su política de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 7

La empresa prohíbe formalmente prácticas de discriminación como valoración de la diversidad a fin de promover la satisfacción laboral.

Tabla N° 7

Alternativas	Total Parcial	%
Si	77	75
No	25	25
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

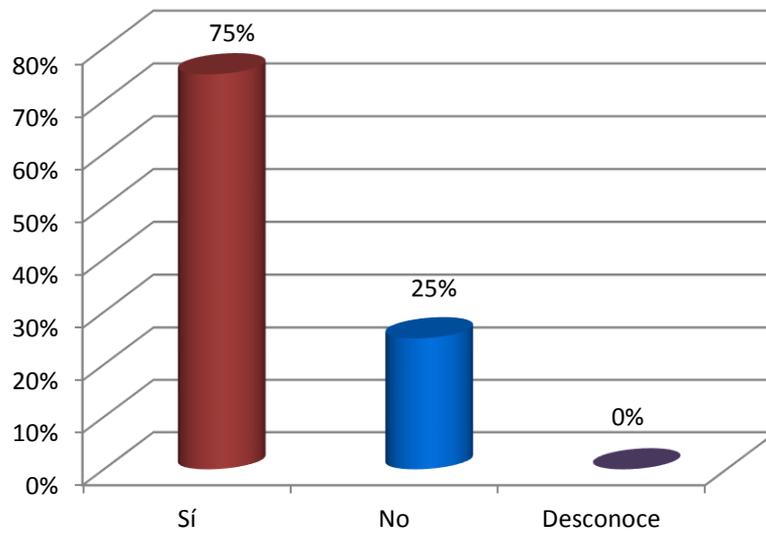
Con respecto a la aplicación de un sistema de prácticas de no discriminación en los trabajadores, el 75% opinó que es bueno, el 25%, manifiesta que no.

Comentario

Tal como se aprecia en la información del párrafo anterior, es evidente que la mayoría de los encuestados que eligieron la primera alternativa, están convencidos que la empresa prohíbe formalmente prácticas de discriminación como valoración de la diversidad a fin de promover la satisfacción laboral.

GRÁFICO N° 7

La empresa prohíbe formalmente prácticas de discriminación como valoración de la diversidad a fin de promover la satisfacción laboral



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 8

La empresa invierte en el desarrollo profesional de su personal de acuerdo con un plan de carrera a fin de promover la satisfacción laboral.

Tabla N° 8

Alternativas	Total Parcial	%
Si	68	67
No	27	26
Desconoce	7	7
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

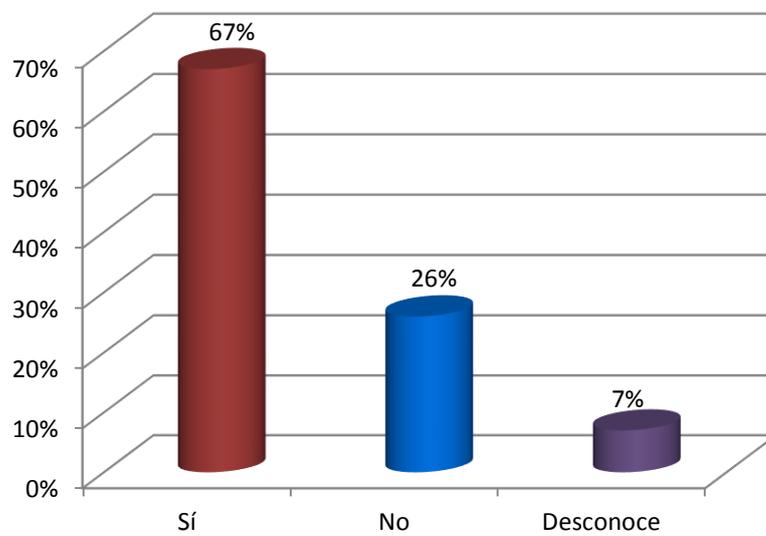
Analizando la información que nos presenta esta interrogante se encuentra que el 67% de los encuestados opinó que sí, el 26% opinó que no y el 7% desconoce.

Comentario

Del mismo modo que en las preguntas anteriores la tendencia de los resultados facilitó conocer que más de dos tercios de los encuestados que respondieron opinaron que la empresa invierte en la capacitación de sus trabajadores dando como resultado el mejoramiento de la satisfacción laboral.

GRÁFICO N° 8

La empresa invierte en el desarrollo profesional de su personal de acuerdo con un plan de carrera a fin de promover la satisfacción laboral



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 9

La empresa tiene definidos planes y metas para alcanzar o superar los patrones de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector a fin de promover la satisfacción laboral.

Tabla N° 9

Alternativas	Total Parcial	%
Si	76	74
No	26	26
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

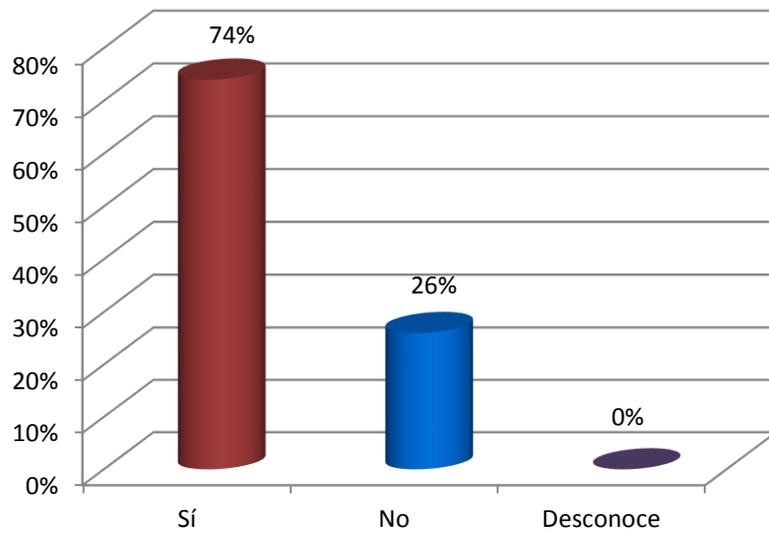
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 74% de los encuestados opinó que están de acuerdo con los beneficios que consideran las empresas respecto a sus trabajadores, sin embargo el 26% opinó negativamente, totalizando de esta manera el 100% de los encuestados.

Comentario

Tal como se aprecia en la información señalada en lo tocante a las políticas de salud, seguridad y ambiente laboral que aplican las empresas, son totalmente aceptadas entre los encuestados.

GRÁFICO N° 9

La empresa tiene definidos planes y metas para alcanzar o superar los patrones de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector a fin de promover la satisfacción laboral



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 10

La empresa ejecuta un plan de entrenamiento y capacitación continua entre su personal como compromiso con el desarrollo profesional a fin de promover la satisfacción laboral.

Tabla N° 10

Alternativas	Total Parcial	%
Si	62	61
No	34	33
Desconoce	6	6
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

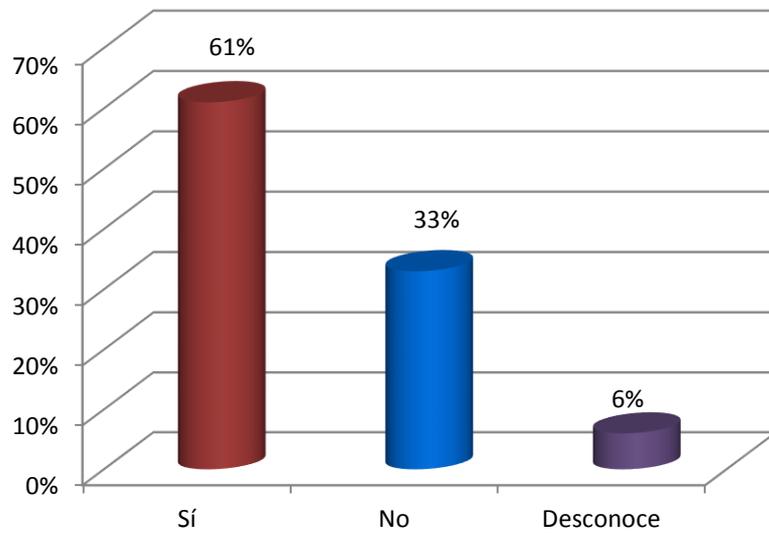
Analizando la información que nos presenta esta interrogante se encuentra que el 61% de los encuestados opinó que sí, el 33% no está de acuerdo, y el 6% no opina.

Comentario

Estos resultados se deben a que una importante mayoría en las empresas está de acuerdo en que ejecutan planes de entrenamiento y capacitación continua entre su personal como un compromiso a fin de contribuir a un clima de política y satisfacción laboral.

GRÁFICO N° 10

La empresa ejecuta un plan de entrenamiento y capacitación continua entre su personal como compromiso con el desarrollo profesional a fin de promover la satisfacción laboral



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 11

La empresa fomenta la cultura de responsabilidad social entre sus consumidores a fin de promover la satisfacción del cliente.

Tabla N° 11

Alternativas	Total Parcial	%
Si	77	75
No	25	25
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

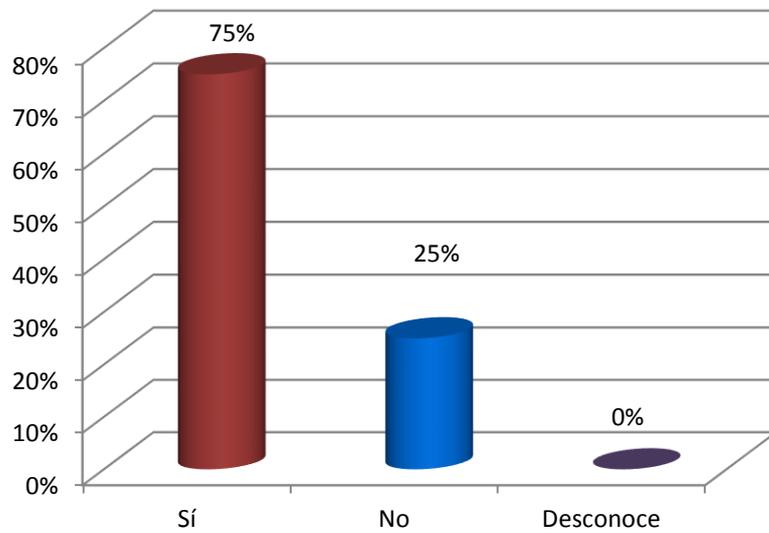
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 75% de los encuestados opinaron afirmativamente, sin embargo el 25% opinó no estar de acuerdo.

Comentario

Los continuos estudios y nuevas técnicas permiten y recomiendan hacer de conocimiento de los consumidores los beneficios de la cultura social a fin de proporcionar una mayor satisfacción del cliente.

GRÁFICO N° 11

La empresa fomenta la cultura de responsabilidad social entre sus consumidores a fin de promover la satisfacción del cliente



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 12

La empresa promueve la excelencia en la atención a fin de lograr la satisfacción del cliente.

Tabla N° 12

Alternativas	Total Parcial	%
Si	72	71
No	30	29
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

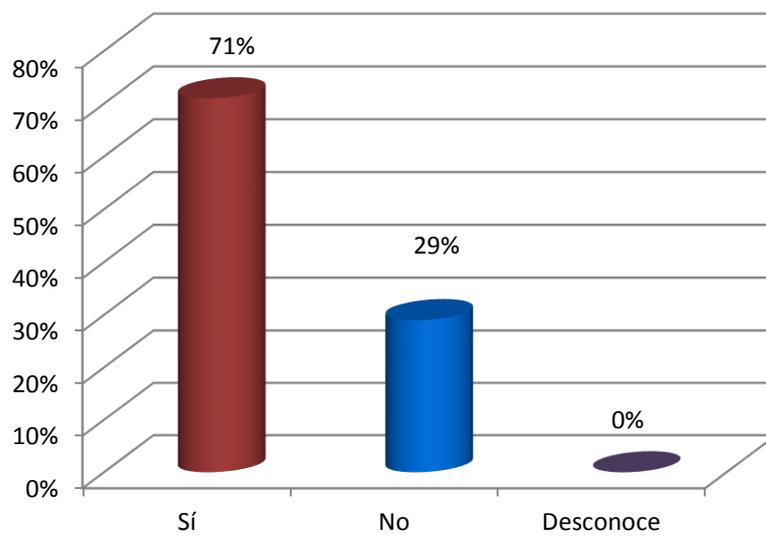
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 71% de los encuestados contestó que si y el 29% opinó negativamente.

Comentario

El entorno en el cual se llevó a cabo la investigación facilitó comprender que efectivamente la mayoría de los encuestados consideran que la empresa privilegia la atención para lograr la satisfacción al cliente.

GRÁFICO N° 12

La empresa promueve la excelencia en la atención a fin de lograr la satisfacción del cliente



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 13

La empresa proporciona información detallada de sus productos y servicios a fin de lograr la satisfacción del cliente.

Tabla N° 13

Alternativas	Total Parcial	%
Si	68	67
No	34	33
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

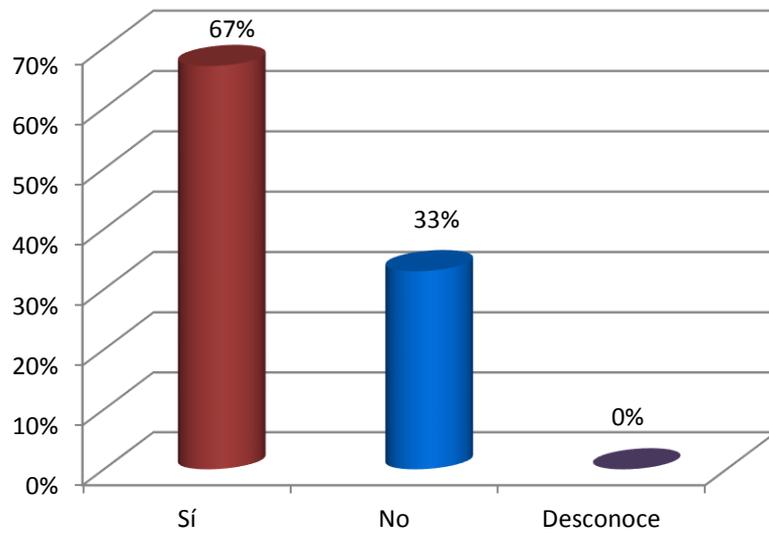
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 67% de los encuestados contestó que si y el 33% opinó negativamente.

Comentario

En el contexto en el cual se llevó a cabo el acopio de material y expuesto con claridad en el párrafo anterior, nos demuestra que efectivamente que la empresa proporciona información detallada de sus productos y servicios a fin de lograr la satisfacción del cliente.

GRÁFICO N° 13

La empresa proporciona información detallada de sus productos y servicios a fin de lograr la satisfacción del cliente



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 14

La autorregulación de la conducta (compromisos éticos) y las relaciones transparentes con la sociedad influyen directamente en la satisfacción laboral y satisfacción del cliente.

Tabla N° 14

Alternativas	Total Parcial	%
Si	82	80
No	20	20
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

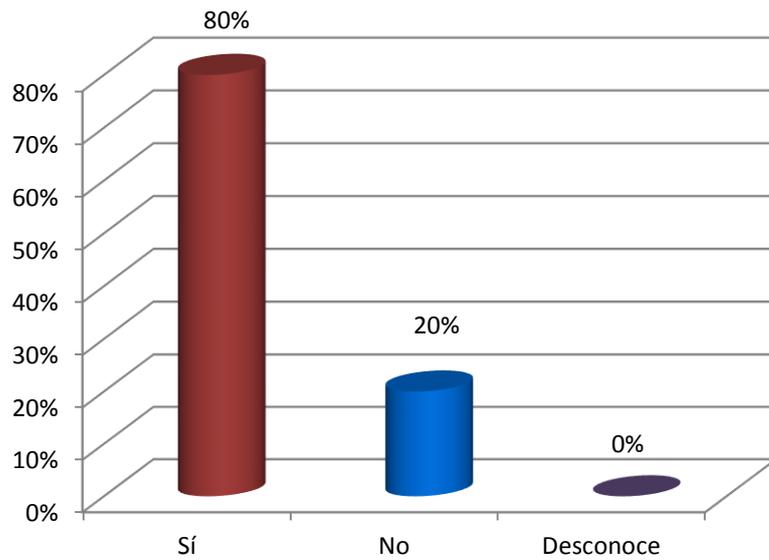
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 80% de los encuestados contestó que si y el 20% opinó negativamente.

Comentario

Efectivamente el cumplimiento de los compromisos éticos y su relación transparente con la sociedad influyen directamente en la satisfacción laboral y satisfacción del cliente.

GRÁFICO N° 14

La autorregulación de la conducta (compromisos éticos) y las relaciones transparentes con la sociedad influyen directamente en la satisfacción laboral y satisfacción del cliente



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA 15

La empresa ha formalizado una Declaración de Política Ambiental según la norma ISO 14001:2004 como parte de sus estrategias de RSE.

Tabla N° 15

Alternativas	Total Parcial	%
Si	88	86
No	14	14
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

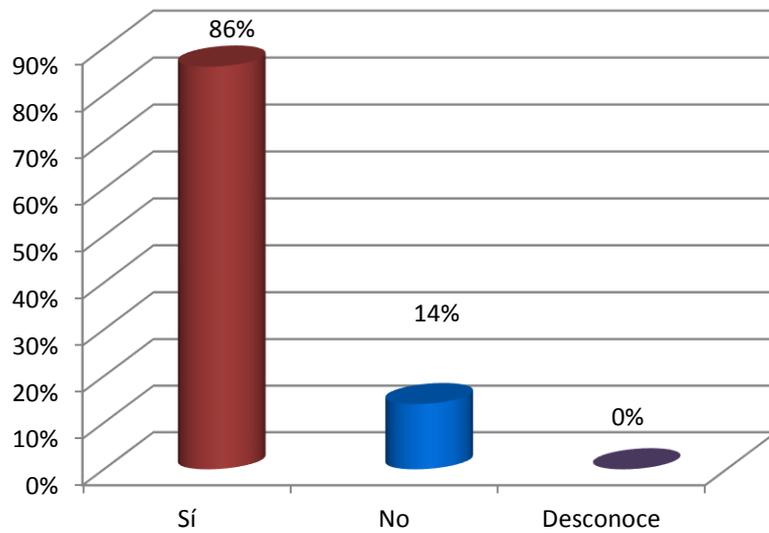
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 86% de los encuestados contestó que si y el 14% opinó negativamente.

Comentario

Efectivamente la encuesta aplicada muestra que la empresa ha formalizado una declaración de política ambiental según la norma ISO 14001 2004 condición necesaria para dar cumplimiento a las estrategias establecidas por las empresas.

GRÁFICO N° 15

La empresa ha formalizado una Declaración de Política Ambiental según la norma ISO 14001:2004 como parte de sus estrategias de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 16

La empresa realiza periódicamente auditorías ambientales según la norma ISO 14001:2004 como parte de sus estrategias de RSE.

Tabla N° 16

Alternativas	Total Parcial	%
Si	98	96
No	4	4
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

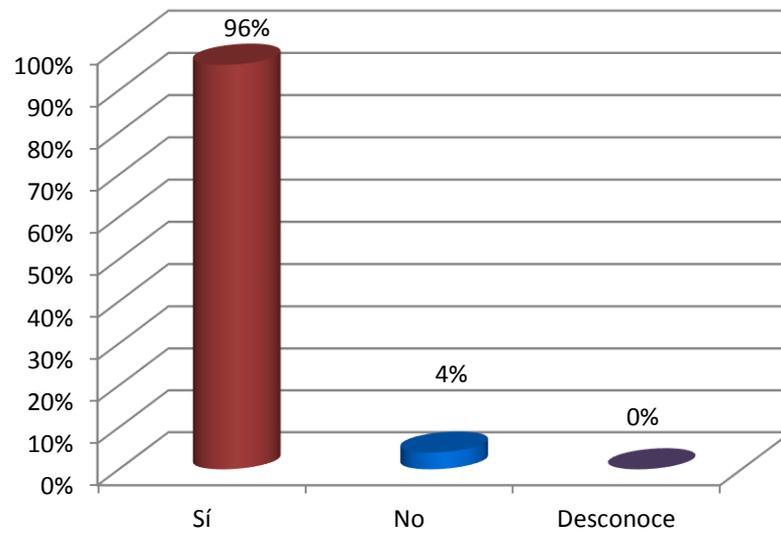
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 96% de los encuestados contestó que si y el 4% opinó negativamente.

Comentario

Según lo mostrado en líneas anteriores destaca la primera de las alternativas, en el sentido que la empresa realiza periódicamente auditorías ambientales según la norma ISO 14001 2004 como parte de sus estrategias planteadas.

GRÁFICO N° 16

La empresa realiza periódicamente auditorías ambientales según la norma ISO 14001:2004 como parte de sus estrategias de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 17

La empresa presenta prácticas laborales según lo recomendado por la norma ISO 26000:2010 como parte de sus estrategias de RSE.

Tabla N° 17

Alternativas	Total Parcial	%
Si	76	75
No	26	25
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

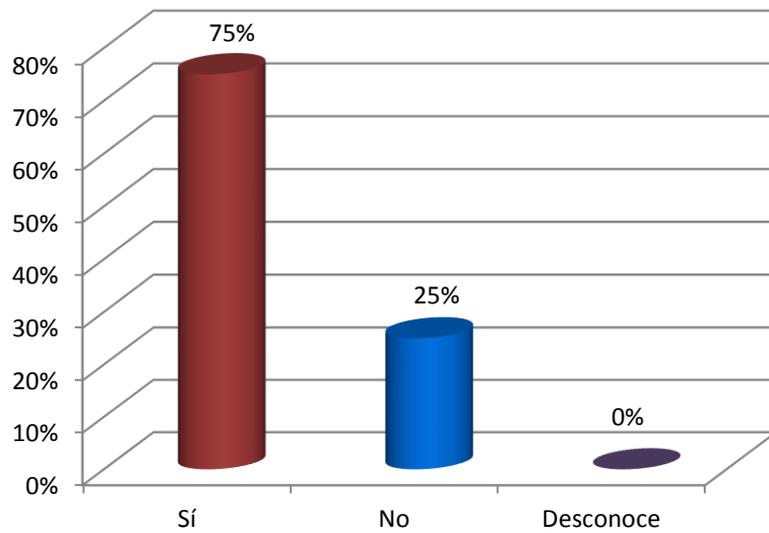
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 75% de los encuestados contestó que si y el 25% opinó negativamente.

Comentario

La importancia de la información que fue encontrada en la interrogante nos demuestra que la mayoría de las empresas cumplen adecuadamente con la norma planteada por la ISO 26000 2010 en relación a las prácticas laborales como parte de sus estrategias.

GRÁFICO N° 17

La empresa presenta prácticas laborales según lo recomendado por la norma ISO 26000:2010 como parte de sus estrategias de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 18

La empresa tiene prácticas justas de operación según lo recomendado por la norma ISO 26000:2010 como parte de sus estrategias de RSE.

Tabla N° 18

Alternativas	Total Parcial	%
Si	89	87
No	13	13
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

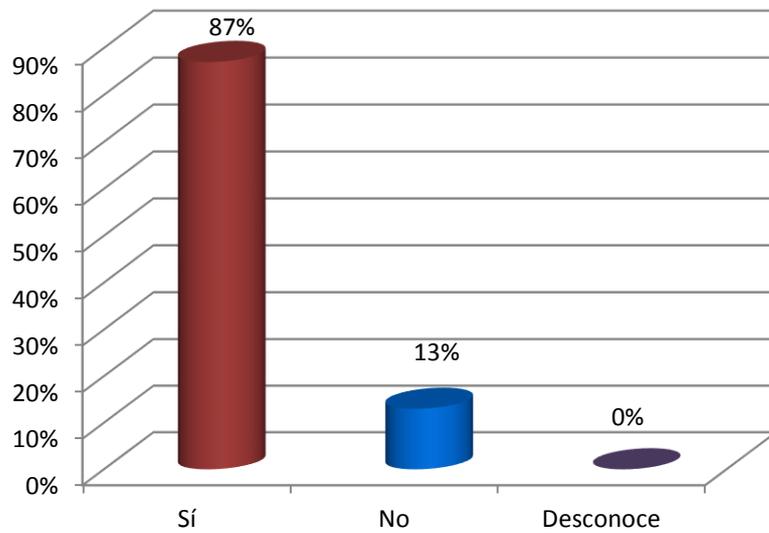
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 87% de los encuestados contestó que si y el 13% opinó negativamente.

Comentario

Sobre la base de los puntos expresados en el párrafo anterior se desprende como parte del análisis que la Mayoría de los encuestados fueron de opinión que la empresa si tiene si tiene prácticas de operación contempladas en el ISO 26000 2010 y que forma parte de su estrategia

GRÁFICO N° 18

La empresa tiene prácticas justas de operación según lo recomendado por la norma ISO 26000:2010 como parte de sus estrategias de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 19

La empresa presenta proyectos por desarrollar con los trabajadores como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.

Tabla N° 19

Alternativas	Total Parcial	%
Si	72	70
No	25	24
Desconoce	5	6
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

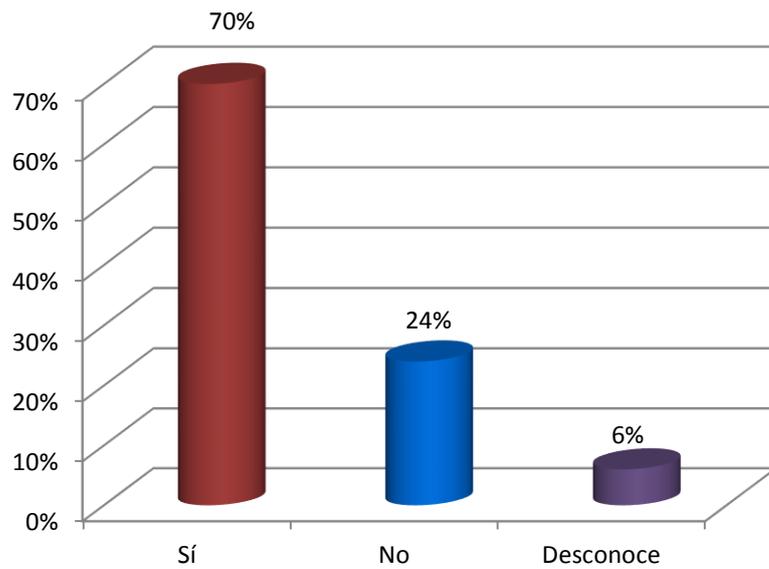
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 70% de los encuestados contestó que si y el 24% opinó negativamente y el 6% desconoce.

Comentario

Tal como se observa en la información presentada en la tabla y gráfico correspondiente se demuestra de acuerdo a los resultados de la investigación que la mayoría de las empresas encuestadas presentan proyectos para desarrollar con los trabajadores para dar cumplimiento a la normatividad legal de la RSE.

GRÁFICO N° 19

La empresa presenta proyectos por desarrollar con los trabajadores como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 20

La empresa tiene programas desarrollados con los trabajadores como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.

Tabla N° 20

Alternativas	Total Parcial	%
Si	72	71
No	28	27
Desconoce	2	2
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

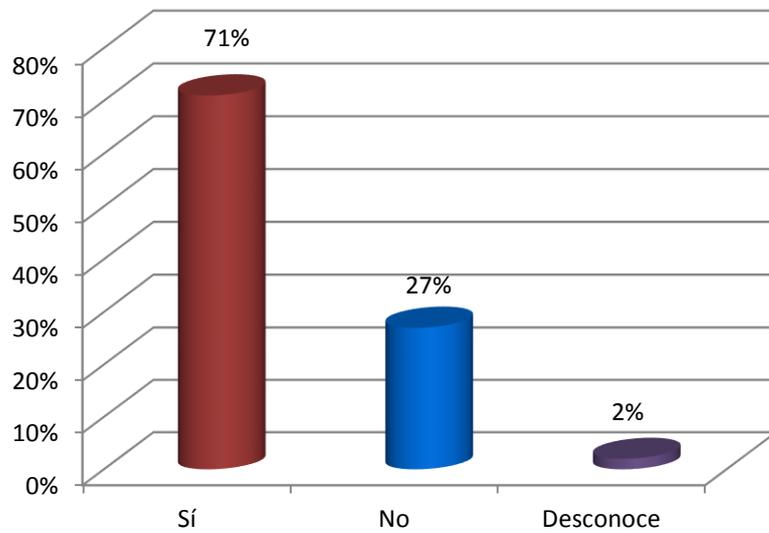
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 71% de los encuestados contestó que sí, el 27% opinó negativamente, y el 2% desconoce.

Comentario

Si analizamos la información anterior, es notorio que la mayoría de los que respondieron a la primera alternativa coincidieron en sus apreciaciones reconociendo que la empresa tiene programas desarrollados con sus trabajadores como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.

GRÁFICO N° 20

La empresa tiene programas desarrollados con los trabajadores como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 21

La empresa presenta proyectos por desarrollar con la comunidad como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.

Tabla N° 21

Alternativas	Total Parcial	%
Si	78	76
No	17	17
Desconoce	7	7
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

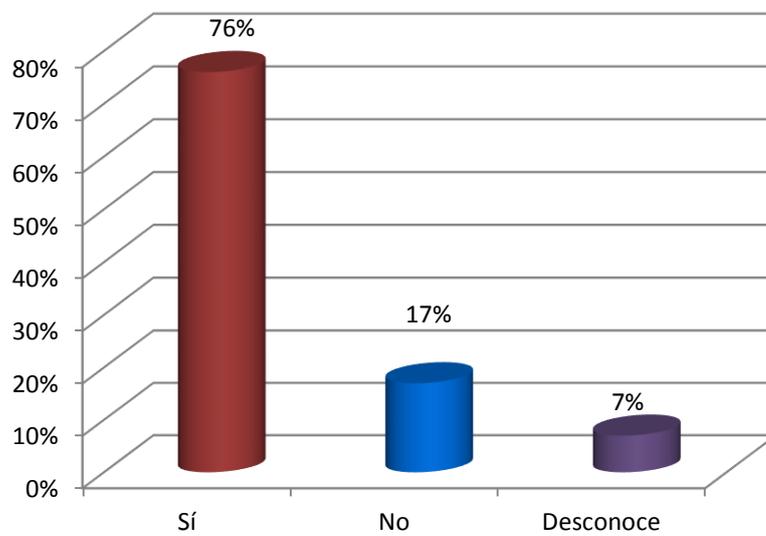
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 76% de los encuestados contestó que si, el 17% opinó negativamente y el 7% desconoce.

Comentario

Al revisar esta información en la parte porcentual, se encuentre que la gran mayoría reconoce que la empresa presenta proyectos por desarrollar con la comunidad como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.

GRÁFICO N° 21

La empresa presenta proyectos por desarrollar con la comunidad como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 22

La empresa tiene programas desarrollados con la comunidad como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.

Tabla N° 22

Alternativas	Total Parcial	%
Si	72	71
No	30	29
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

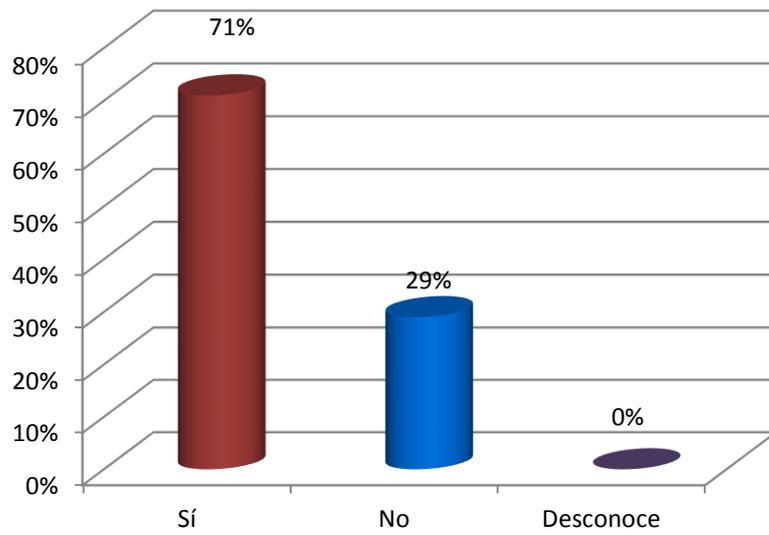
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 71% de los encuestados contestó que sí y el 29% opinaron negativamente.

Comentario

Si se analiza la información, se encuentre que efectivamente la mayoría de los empresarios a quienes se aplicó esta técnica de investigación contestaron afirmativamente en el sentido que la empresa si tiene programas desarrollados con la comunidad para cumplir con las normas legales de la RSE.

GRÁFICO N° 22

La empresa tiene programas desarrollados con la comunidad como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 23

La práctica de las normas ISO 14001 e ISO 26000 influyen directamente en la formulación de proyectos y puesta en marcha de programas desarrollados con los trabajadores y la comunidad.

Tabla N° 23

Alternativas	Total Parcial	%
Si	82	80
No	20	20
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

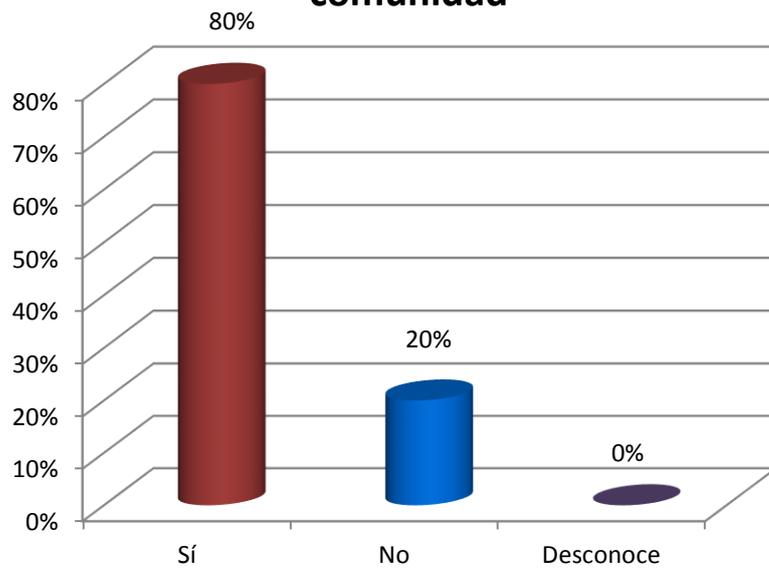
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 80% de los encuestados contestó que si y el 20% opinó negativamente.

Comentario

Tal como se aprecia en la información que antecede, se desprende que la mayor cantidad de los empresarios respondieron que la práctica de la normas ISO 14001 E ISO 26000 si influyen directamente en la formulación de proyectos y puesta en marcha de programas desarrollados con los trabajadores y la comunidad.

GRÁFICO N° 23

La práctica de las normas ISO 14001 e ISO 26000 influyen directamente en la formulación de proyectos y puesta en marcha de programas desarrollados con los trabajadores y la comunidad



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 24

La empresa informa acerca de los impactos actuales y futuros de sus actividades en su relación con la comunidad local como parte de su política y estrategias de RSE.

Tabla N° 24

Alternativas	Total Parcial	%
Si	77	75
No	25	25
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

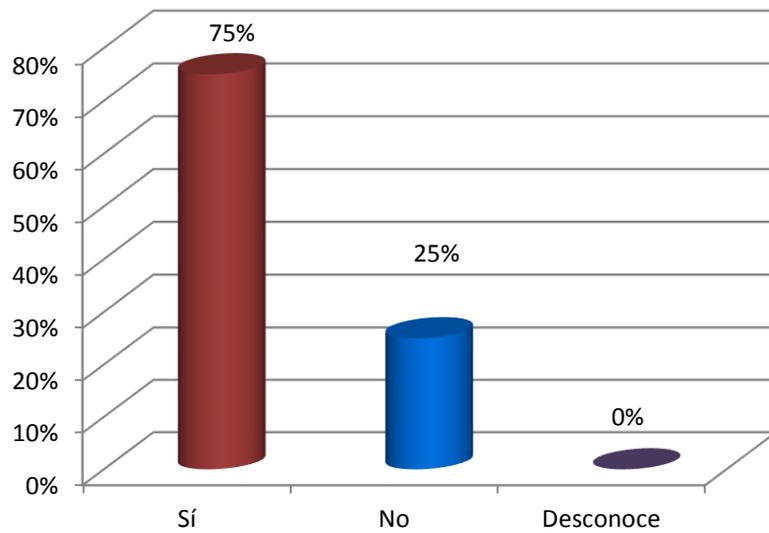
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 75% de los encuestados contestó que si y el 25% opinó negativamente.

Comentario

Sobre este particular podemos apreciar con bastante claridad que la mayoría de los empresarios se preocupan en informar acerca de los impactos actuales y futuros de sus actividades en su relación con la comunidad local como parte del cumplimiento de la planificación de su política y estrategias.

GRÁFICO N° 24

La empresa informa acerca de los impactos actuales y futuros de sus actividades en su relación con la comunidad local como parte de su política y estrategias de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 25

El programa de inversión social de la empresa es administrado por un equipo especializado en su relación con la comunidad como parte de su política y estrategias de RSE.

Tabla N° 25

Alternativas	Total Parcial	%
Si	89	87
No	13	13
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

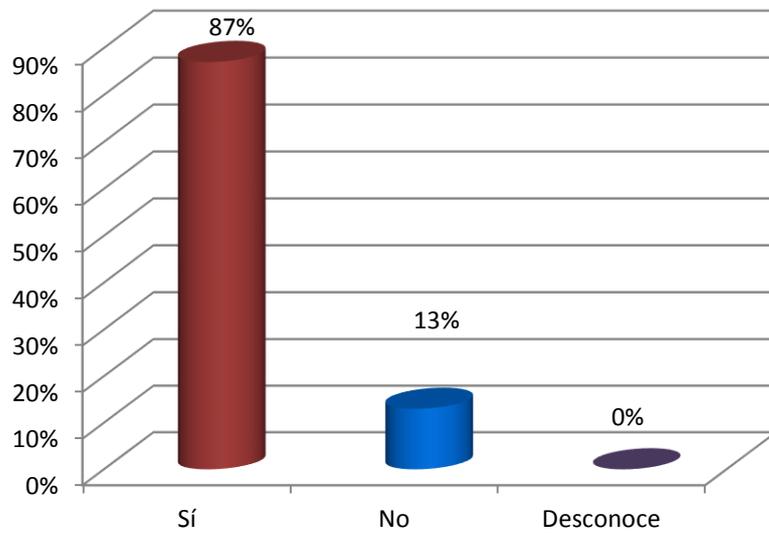
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 87% de los encuestados contestó que si y el 13% opinó negativamente.

Comentario

Los empresarios opinaron en su mayoría que la condición necesaria para la administración del programa de inversión de la empresa debe ser que sea responsabilidad de un personal especializado en su relación con la comunidad..

GRÁFICO N° 25

El programa de inversión social de la empresa es administrado por un equipo especializado en su relación con la comunidad como parte de su política y estrategias de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 26

La empresa tiene prácticas anticorrupción y soborno en su relación con el gobierno y la sociedad como parte de su política y estrategia de RSE.

Tabla N° 26

Alternativas	Total Parcial	%
Si	75	74
No	15	15
Desconoce	12	11
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

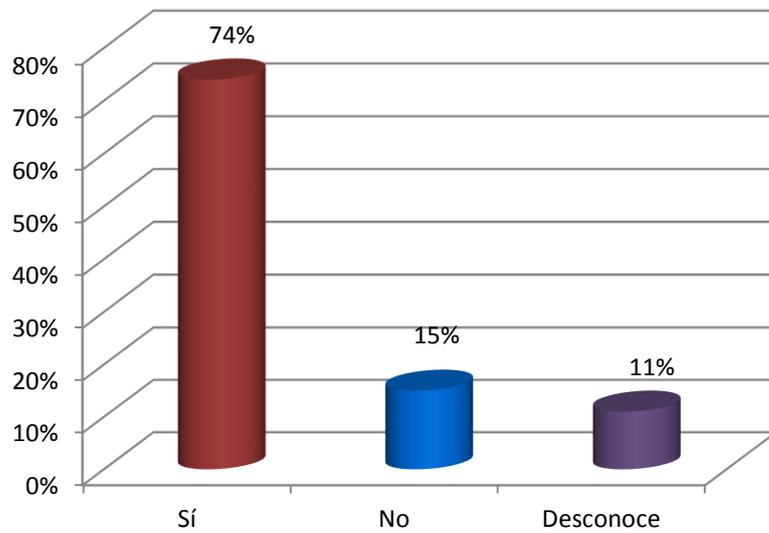
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 74% de los encuestados contestó que si, el 15% opinó negativamente y el % 11 desconoce.

Comentario

Al revisar los datos obtenidos en la tabla y gráfico se aprecia que la mayoría de los empresarios aplican prácticas anticorrupción y soborno en su relación con el gobierno y la sociedad, como parte de sus políticas y estrategias.

GRÁFICO N° 26

La empresa tiene prácticas anticorrupción y soborno en su relación con el gobierno y la sociedad como parte de su política y estrategia de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 27

La empresa participa activamente en comisiones y grupos de trabajo relacionados con la defensa y promoción de los intereses específicos de su sector de negocios en su relación con el gobierno y sociedad como parte de su política y estrategias de RSE.

Tabla N° 27

Alternativas	Total Parcial	%
Si	89	88
No	13	12
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

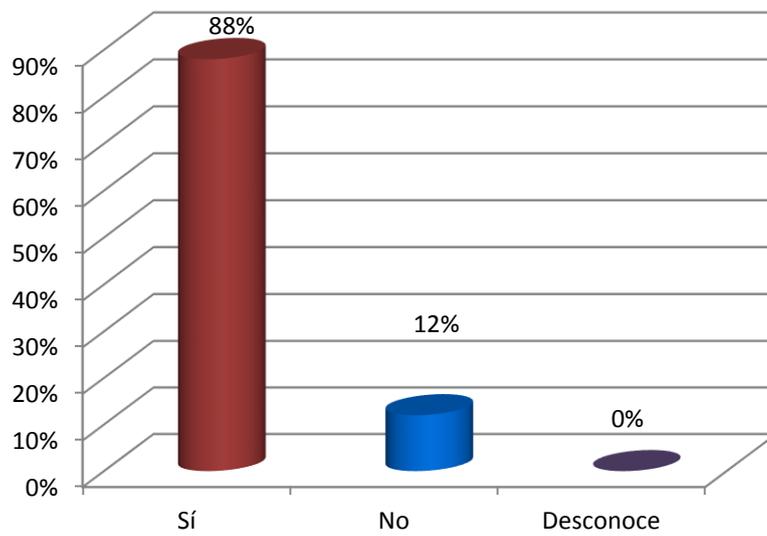
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 88% de los encuestados contestó que si y el 12% opinó negativamente.

Comentario

El análisis de la muestra nos da a conocer que, en la opinión de la mayoría de los empresarios, si participan activamente en las comisiones y grupos de trabajo relacionados con la defensa y promoción de los intereses específicos de su sector de negocios en su relación con el gobierno y sociedad, como parte de sus políticas y estrategias.

GRÁFICO N° 27

La empresa participa activamente en comisiones y grupos de trabajo relacionados con la defensa y promoción de los intereses específicos de su sector de negocios en su relación con el gobierno y sociedad como parte de su política y estrategias de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 28

La empresa revisa los reportes de conflictos sociales de las entidades gubernamentales para prevenir las amenazas y riesgos del entorno.

Tabla N° 28

Alternativas	Total Parcial	%
Si	95	90
No	10	10
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

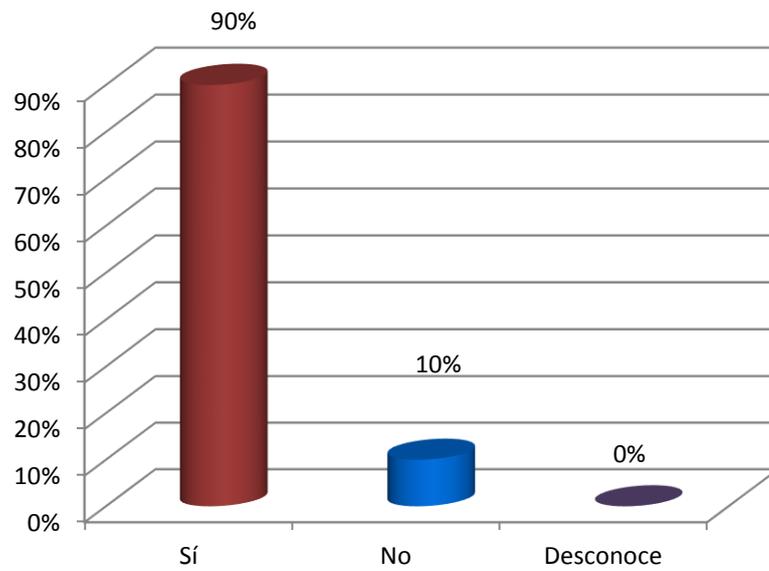
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 90% de los encuestados contestó que si y el 10% opinó negativamente.

Comentario

Tal como se observa en la información presentada en líneas anteriores, los empresarios si revisan la información acerca de los reportes de conflictos sociales de las entidades gubernamentales para prevenir las amenazas y riesgos del entorno que los pueda afectar en su conjunto.

GRÁFICO N° 28

La empresa revisa los reportes de conflictos sociales de las entidades gubernamentales para prevenir las amenazas y riesgos del entorno



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 29

La empresa tiene mecanismos para lograr la eficiencia presupuestal (ingresos / egresos) como parte de su desarrollo sostenible que le permita aprovechar las oportunidades del entorno.

Tabla N° 29

Alternativas	Total Parcial	%
Si	95	93
No	7	7
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

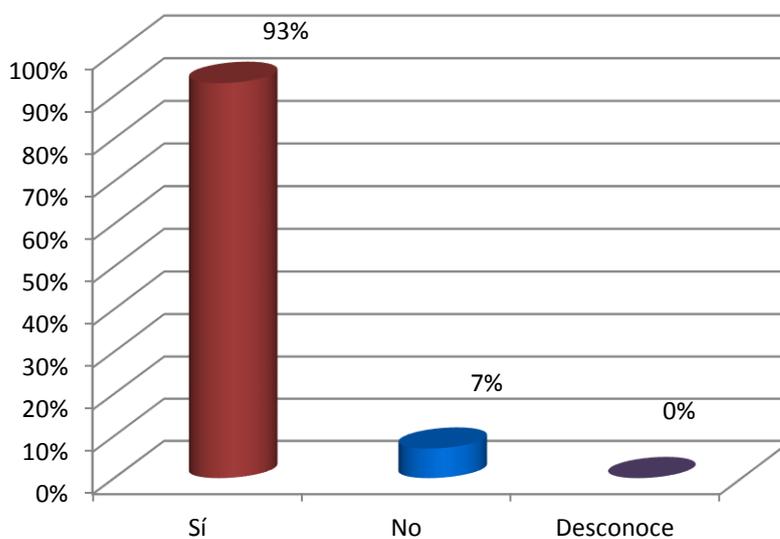
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 93% de los encuestados contestó que si y el 7% opinó negativamente.

Comentario

Tal como se aprecia en la información presentada en la tabla y el gráfico es evidente que la mayoría de los encuestados que eligieron la primera alternativa asegura que sus empresas cuentan con los mecanismos para lograr la eficiencia presupuestal (ingresos / egresos) como parte de su desarrollo sostenible que le permita aprovechar las oportunidades del entorno.

GRÁFICO Nº 29

La empresa tiene mecanismos para lograr la eficiencia presupuestal (ingresos / egresos) como parte de su desarrollo sostenible que le permita aprovechar las oportunidades del entorno



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

PREGUNTA N° 30

Los compromisos éticos se encuentran formalmente establecidos en la política de RSE.

Tabla N° 30

Alternativas	Total Parcial	%
Si	95	93
No	7	7
Desconoce	-	-
Total general	102	100

Fuente: Resultado de encuestas realizadas a funcionarios, gerentes y representantes de las grandes, y medianas empresas en Lima Metropolitana.

Interpretación

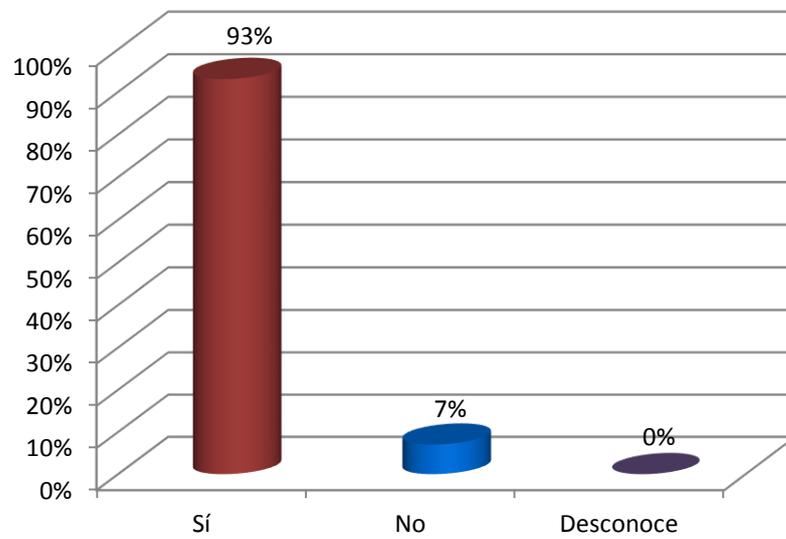
Analizando la información que nos presenta esta interrogante observamos que el 93% de los encuestados contestó que sí y el 7% opinaron negativamente.

Comentario

Tal como se aprecia en la información presentada en las alternativas de respuesta aplicadas en la investigación, no cabe duda que la primera alternativa concentró el acuerdo casi unánime de los encuestados que consideran que los compromisos éticos se encuentran formalmente establecidos en la política de RSE.

GRÁFICO N° 30

Los compromisos éticos se encuentran formalmente establecidos en la política de RSE



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaboración: Propia.

4.3. Contrastación y verificación de las hipótesis de la investigación

La contrastación tiene el propósito de presentar el proceso que conduce a la demostración de la hipótesis propuesta en la investigación. “La falta de aplicación de políticas y estrategias adecuadas de la Responsabilidad Social Empresarial puede generar efectos negativos tomando en cuenta que la RSE es un concepto que ha ido incorporando cada vez más, distintas variables acordes a los cambios a nivel global que además va exigiendo que se tomen en consideración nuevas áreas orientadas a una mirada más integral de la empresa y de la colectividad laboral”.

Este estudio corresponde alcanzar el cumplimiento de los siguientes objetivos:

Objetivo general

Determinar los efectos de las políticas y estrategias de RSE que se implementan en las empresas del Perú.

Objetivos específicos

- a. Determinar los efectos de las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.
- b. Determinar los efectos de las políticas de RSE en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.
- c. Precisar en qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.
- d. Determinar las estrategias de RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.

- e. Determinar las estrategias de RSE que tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés.

Hipótesis general

Las políticas y estrategias de RSE tienen efecto en el desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente.

Hipótesis específicas

- a. Las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 tienen efectos en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.
- b. Las políticas de RSE tienen efectos en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.
- c. Las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.
- d. Las estrategias de RSE inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.
- e. Las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés. buena gestión empresarial exitosa.

Los logros que se obtengan en el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos nos inducirán al cumplimiento del objetivo general de la investigación y consecuentemente dichos resultados permitirán contrastar con las hipótesis de trabajo antes indicadas de acuerdo al grado de significación que tengan para aceptarlas o rechazarlas.

4.3.1 Contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis se usó la Prueba Ji Cuadrada ya que los datos para el análisis están distribuidos en frecuencias absolutas o frecuencias observadas. La Prueba Ji Cuadrada corregida por YATES, es más adecuada para esta investigación porque las variables son cualitativas y las celdas presentan frecuencias esperadas menores a cinco.

Hipótesis a:

H₀: Las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 no tienen efectos en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.

H₁: Las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 tienen efectos en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.

Las políticas de RSE son favorables	Los efectos en el desarrollo sostenible son favorables			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	62	3	0	65
No	22	7	0	29
Desconoce	3	5	0	8
Total	87	15	0	102

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

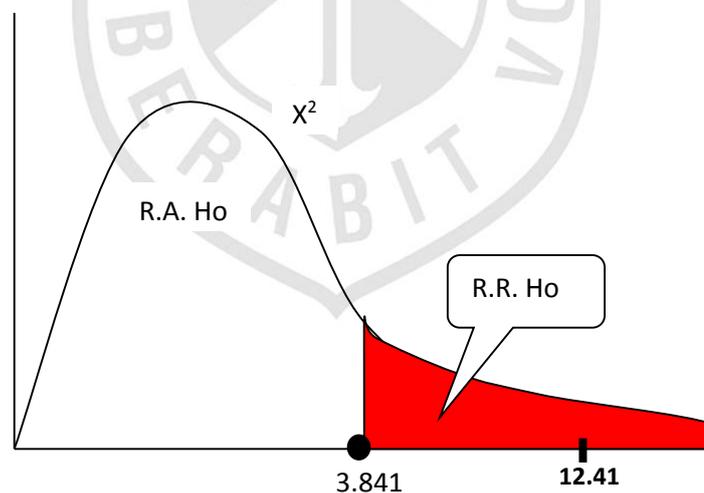
1. Estadística de prueba: La estadística de prueba es: Ji-cuadrada corregida por YATES, en razón que más del 20% de las frecuencias esperadas que contienen las celdas de la tabla, son menores a 5.

$$\chi^2 = \frac{(|AD - BC| - n/2)^2 n}{(A + B)(C + D)(A + C)(B + D)}$$

- Distribución de la estadística de prueba: cuando H_0 es verdadera, χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grado de libertad. Al utilizar ji-cuadrada corregida por YATES, las celdas de la tabla anterior se combinan, formando posteriormente una tabla 2x2. Es decir, 2 filas y 2 columnas.
- Cálculo de la estadística de prueba. Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|62 * 12 - 3 * 25| - 102/2)^2 102}{(65)(37)(87)(15)} = 12.41$$

- Decisión estadística: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416. Dado que $12.41 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



- Conclusión: Las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 tienen efectos en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.

Hipótesis b:

H₀ : Las políticas de RSE no tienen efectos en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.

H₁ : Las políticas de RSE tienen efectos en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.

Las políticas de RSE son favorables	Existe satisfacción de las necesidades de los grupos de interés			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	62	3	0	65
No	10	19	0	29
Desconoce	5	3	0	8
Total	77	25	0	102

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Estadística de prueba: La estadística de prueba es: Ji-cuadrada corregida por YATES, en razón que más del 20% de las frecuencias esperadas que contienen las celdas de la tabla, son menores a 5.

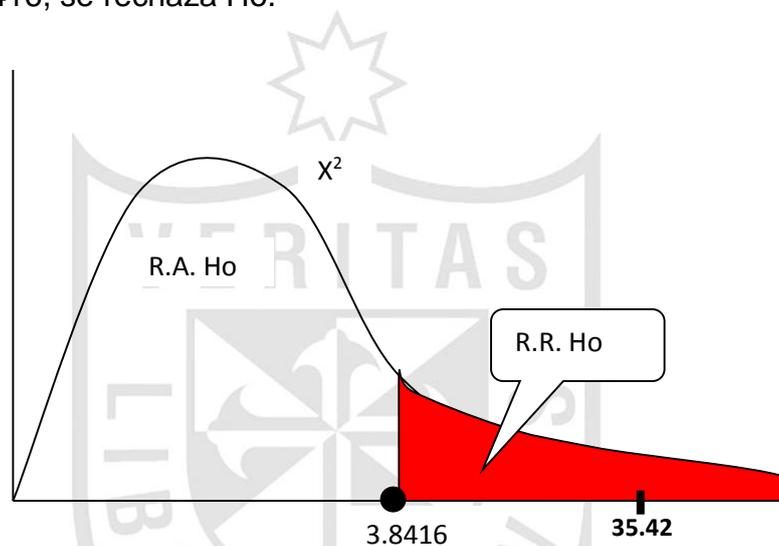
$$\chi^2 = \frac{(|AD - BC| - n/2)^2 n}{(A + B)(C + D)(A + C)(B + D)}$$

2. Distribución de la estadística de prueba: cuando Ho es verdadera, X² sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grado de libertad. Al utilizar ji-cuadrada corregida por YATES, las celdas de la tabla anterior se combinan, formando posteriormente una tabla 2x2. Es decir, 2 filas y 2 columnas.

3. Cálculo de la estadística de prueba. Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|62 * 22 - 3 * 15| - 102 / 2)^2 102}{(65)(37)(77)(25)} = 35.42$$

4. Decisión estadística: Rechazar hipótesis nula (Ho) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416. Dado que $35.42 > 3.8416$, se rechaza Ho.



5. Conclusión: Las políticas de RSE tienen efectos en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.

Hipótesis c:

H₀ : Las estrategias de RSE no inciden en el cuidado del medio ambiente.

H₁ : Las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.

Las estrategias de RSE son favorables	El cuidado del medio ambiente es favorable			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	81	4	0	85
No	12	4	0	16
Desconoce	0	1	0	1
Total	93	9	0	102

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Estadística de prueba: La estadística de prueba es: Ji-cuadrada corregida por YATES, en razón que más del 20% de las frecuencias esperadas que contienen las celdas de la tabla, son menores a 5.

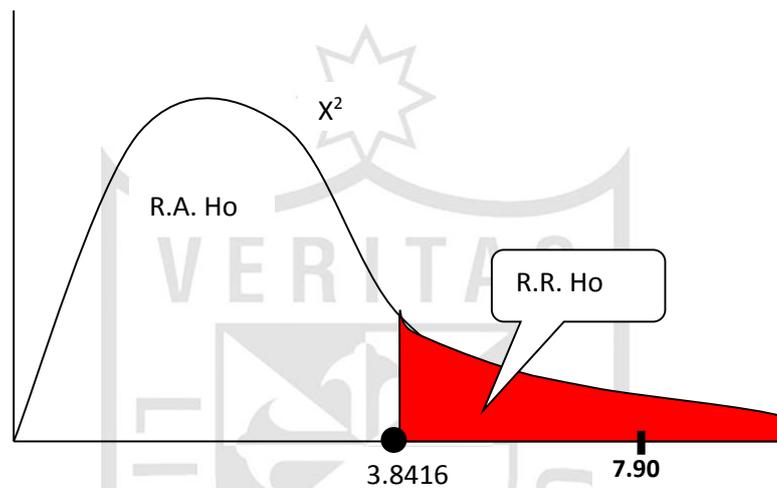
$$\chi^2 = \frac{(|AD - BC| - n/2)^2 n}{(A + B)(C + D)(A + C)(B + D)}$$

2. Distribución de la estadística de prueba: cuando H₀ es verdadera, X² sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grado de libertad. Al utilizar ji-cuadrada corregida por YATES, las celdas de la tabla anterior se combinan, formando posteriormente una tabla 2x2. Es decir, 2 filas y 2 columnas.

3. Cálculo de la estadística de prueba. Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|81*5 - 4*12| - 102/2)^2 102}{(85)(17)(93)(9)} = 7.90$$

4. Decisión estadística: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416. Dado que $7.90 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



5. Conclusión: Las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.

Hipótesis d:

H₀: Las estrategias de RSE no inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.

H₁: Las estrategias de RSE inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.

Las estrategias de RSE son favorables	Existen mejoras en la capacidad técnica de las empresas del Perú			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	73	12	0	85
No	9	7	0	16
Desconoce	0	1	0	1
Total	82	20	0	102

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Estadística de prueba: La estadística de prueba es: Ji-cuadrada corregida por YATES, en razón que más del 20% de las frecuencias esperadas que contienen las celdas de la tabla, son menores a 5.

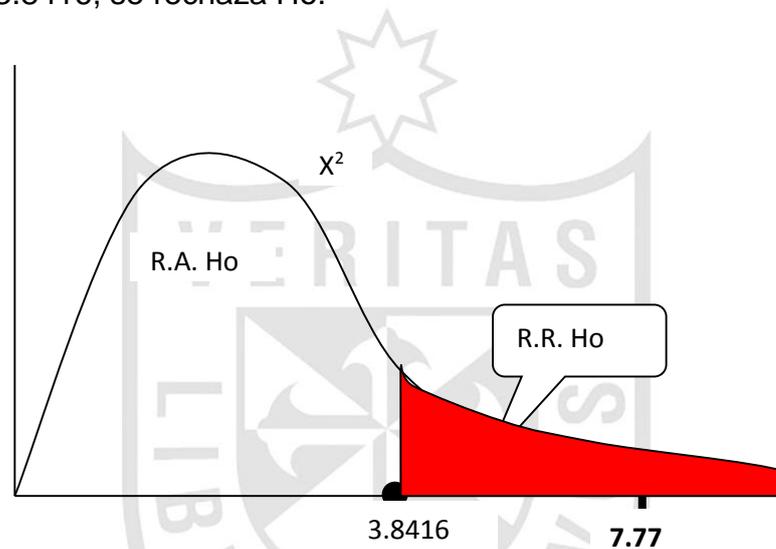
$$\chi^2 = \frac{(|AD - BC| - n/2)^2 n}{(A + B)(C + D)(A + C)(B + D)}$$

2. Distribución de la estadística de prueba: cuando H₀ es verdadera, X² sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grado de libertad. Al utilizar ji-cuadrada corregida por YATES, las celdas de la tabla anterior se combinan, formando posteriormente una tabla 2x2. Es decir, 2 filas y 2 columnas.

3. Cálculo de la estadística de prueba. Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|73*8 - 12*9| - 102/2)^2 102}{(85)(17)(82)(20)} = 7.77$$

4. Decisión estadística: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416. Dado que $7.77 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



5. Conclusión: Las estrategias de RSE inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.

Hipótesis e:

H₀: Las estrategias de RSE no tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés buena gestión empresarial exitosa.

H₁: Las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés buena gestión empresarial exitosa.

Las estrategias de RSE son favorables	La negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés es exitosa			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	78	7	0	85
No	11	5	0	16
Desconoce	0	1	0	1
Total	89	13	0	102

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Estadística de prueba: La estadística de prueba es: Ji-cuadrada corregida por YATES, en razón que más del 20% de las frecuencias esperadas que contienen las celdas de la tabla, son menores a 5.

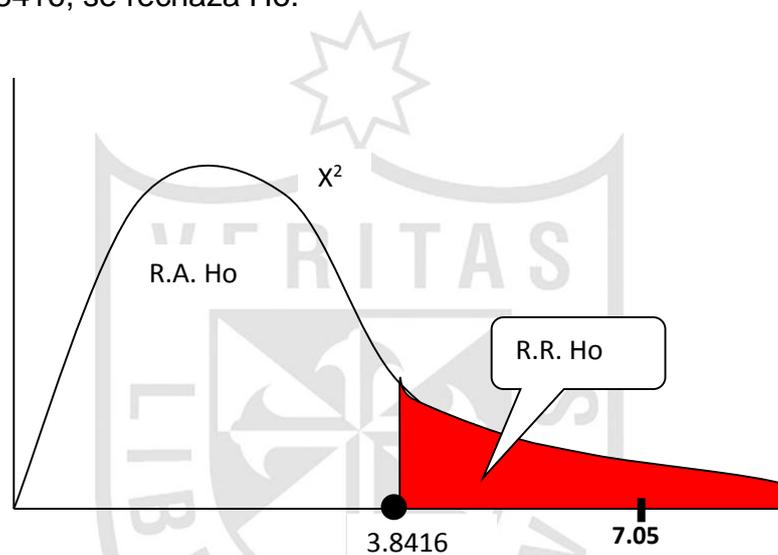
$$\chi^2 = \frac{(|AD - BC| - n/2)^2 n}{(A + B)(C + D)(A + C)(B + D)}$$

2. Distribución de la estadística de prueba: cuando Ho es verdadera, X² sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grado de libertad. Al utilizar ji-cuadrada corregida por YATES, las celdas de la tabla anterior se combinan, formando posteriormente una tabla 2x2. Es decir, 2 filas y 2 columnas.

3. Cálculo de la estadística de prueba. Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|78*6 - 7*11| - 102/2)^2 102}{(85)(17)(89)(13)} = 7.05$$

4. Decisión estadística: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416. Dado que $7.05 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



5. Conclusión: Las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés.

Hipótesis General:

H₀: Las políticas y estrategias de RSE no tienen efecto en el desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente.

H₁: Las políticas y estrategias de RSE tienen efecto en el desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente.

Las políticas y estrategias de RSE son favorables	El desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente es favorable			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	73	9	0	82
No	5	11	1	17
Desconoce	0	1	2	3
Total	78	21	3	102

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Estadística de prueba: La estadística de prueba es: Ji-cuadrada corregida por YATES, en razón que más del 20% de las frecuencias esperadas que contienen las celdas de la tabla, son menores a 5.

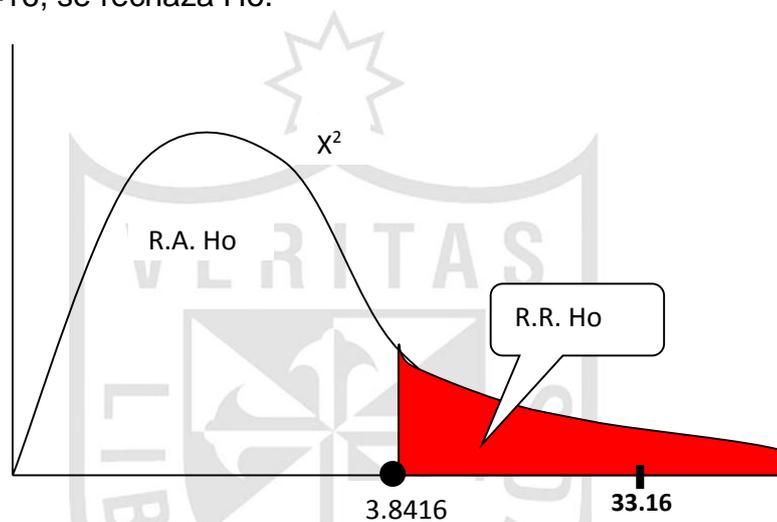
$$\chi^2 = \frac{(|AD - BC| - n/2)^2 n}{(A + B)(C + D)(A + C)(B + D)}$$

2. Distribución de la estadística de prueba: cuando H₀ es verdadera, X² sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grado de libertad. Al utilizar ji-cuadrada corregida por YATES, las celdas de la tabla anterior se combinan, formando posteriormente una tabla 2x2. Es decir, 2 filas y 2 columnas.

3. Cálculo de la estadística de prueba. Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(|73*15 - 9*5| - 102/2)^2 102}{(82)(20)(78)(24)} = 33.16$$

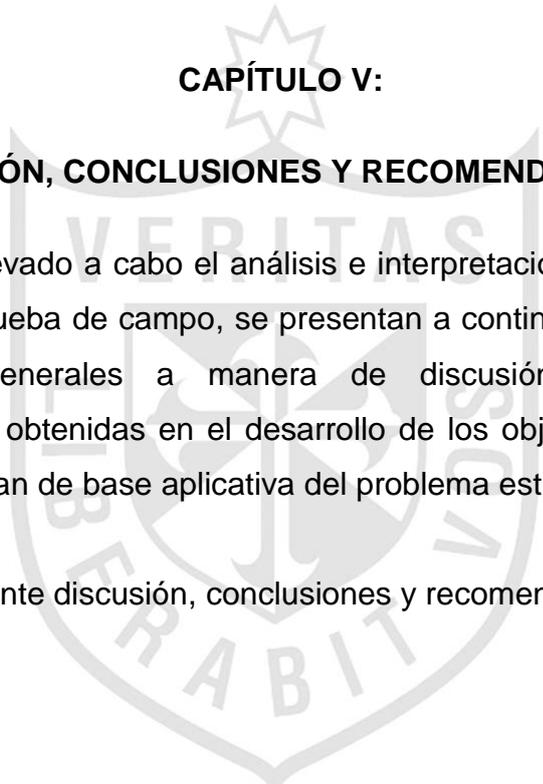
4. Decisión estadística: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416. Dado que $33.16 > 3.8416$, se rechaza H_0 .



5. Conclusión: Las políticas y estrategias de RSE tienen efecto en el desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente.

CONCLUSIONES

- a.** Los datos obtenidos como producto de la investigación ha permitido determinar que las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 tienen efectos en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.
- b.** Los datos obtenidos y puestos prueba permitieron determinar que las políticas de RSE tienen efectos en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.
- c.** Los datos permitieron precisar que las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.
- d.** Se ha determinado como producto de la contrastación de hipótesis que las estrategias de RSE inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.
- e.** Se ha determinado que las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés.
- f.** En conclusión, se ha determinado que las políticas y estrategias de RSE tienen efecto en el desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente.



CAPÍTULO V:

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de haber llevado a cabo el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la prueba de campo, se presentan a continuación una serie de planteamientos generales a manera de discusión, conclusiones y recomendaciones, obtenidas en el desarrollo de los objetivos específicos y se espera que sirvan de base aplicativa del problema estudiado.

Se llega a la siguiente discusión, conclusiones y recomendaciones:

5.1 Discusión

Con la finalidad de dar consistencia al estudio y análisis de cada una de las variables consideradas en la investigación, hemos planteado la implementación de políticas y estrategias consideradas de vital importancia para la aplicación de la RSE en nuestro país, en beneficio de la los trabajadores y la población en general.

La necesidad de plantear la aplicación de normas y principios para el cumplimiento de la RSE por parte de los empresarios tuvo su origen, como se ha señalado con anterioridad, en las corrientes establecidas y difundidas por la religión, la que finalmente tiene un rol preponderante

en el nacimiento de una verdadera Responsabilidad Social en el mundo empresarial. Los documentos eclesiales, que fueron mencionados inicialmente, marcaron el rumbo a seguir en los tiempos modernos, logrando que estas personas en cada país reciban de esta influencia una acción efectiva para direccionarse a las metas que las presentes y futuras generaciones pretenden alcanzar.

A partir de esto, se vislumbró una perspectiva diferente para el empresario, el cual ya no tenía como fin único obtener ganancias, sino que debía velar, además, por el bienestar de la sociedad. Para ello, se requería su valioso aporte. Esto no se podía decretar si el empresario no tomaba verdadera conciencia del importante papel que debería cumplir en el futuro. La calidad de vida del hombre tiene que mejorar. No es posible admitir que, en tiempos en que ya se llegó a grandes logros científicos, continúen existiendo personas que nada tienen, que sobreviven en la mayor miseria y se van convirtiendo en seres resentidos que después terminan convirtiéndose en delincuentes. Por supuesto, muchos dirán: “Esto es sumamente complejo y nadie lo va a solucionar”. Por esta razón, ya no se puede esperar que el Estado lo dé todo, ahora está el empresario para que preste su apoyo y así conseguir que nuestra sociedad tenga alguna esperanza de aliviar en parte la crítica situación en que vive.

Al darse cuenta el empresario que tenía una Responsabilidad Social que cumplir frente a sus trabajadores y a la sociedad en general, decidió, por lo tanto, emprender una Política Social, lo que significaba establecer metas partiendo de la estrategia empresarial.

El establecimiento de una Política Social implicaba que se adoptaran una serie de medidas, principios y herramientas que, traducidas y aplicadas, permiten conocer una evaluación de sus acciones sociales, es decir, le va a permitir al empresario, que ya tomó conciencia del rol

que tiene en la sociedad, saber si está logrando o no los objetivos que se ha propuesto cumplir dentro de la Responsabilidad Social.

Por lo visto, la aplicación de políticas y estrategias en RSE se convierte en un elemento indispensable para el empresario moderno. Debemos aclarar que si no hay una planificación de la acción social y sólo desarrollamos una Inversión Social, entonces no es posible aplicar políticas y estrategias en RSE.

El hecho de evaluar la Política Social y las estrategias que realiza la empresa le permitirá admitir si su trabajo en lo referente a su compromiso con la sociedad es positivo. Si así ocurre, estará ganando en imagen y la empresa será vista cada vez mejor por los grupos de interés. Esto tiene relación directa con las Relaciones Públicas. De allí la necesidad (o mejor dicho la obligatoriedad) que se conozca todo lo concerniente a la acción social de la empresa.

5.2 Conclusiones

5.2.1 Conclusión General

- a) Los datos obtenidos como producto de la investigación han permitido concluir que las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 tienen efectos en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.

- b) Se ha comprobado que la Responsabilidad Social Empresarial es una visión de negocios que integra, en forma armónica, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente en la gestión empresarial. Debido a ello, las empresas han adoptado Políticas Sociales en concordancia con su Plan Estratégico y ellas tienen efectos en la satisfacción de

las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.

- c) Los datos permitieron precisar que las estrategias y políticas de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.
- d) Se ha determinado como producto de la contrastación de hipótesis que las estrategias de RSE inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú porque, durante la ejecución de sus planes de desarrollo, las empresas utilizan diferentes herramientas administrativas y gerenciales como la Planeación Estratégica, Justo a Tiempo, Calidad Total, Técnicas de Mercadeo, Plan de Acción, Presupuesto, entre otros, trabajando en diferentes mecanismos y herramientas que mejoran la productividad de ellas.
- e) Se ha determinado que las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva entre las empresas peruanas y los grupos de interés, al aplicar diferentes herramientas administrativas y gerenciales que las políticas y estrategias de la RSE consideran y que determinan que la gestión empresarial sea eficaz y exitosa.
- f) En conclusión, se ha determinado que las políticas y estrategias de RSE tienen efecto en el desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente. Se ha demostrado igualmente que las empresas tienen objetivos más amplios que los económicos para asegurar su supervivencia y el bienestar de los sistemas sociales en que existen. Por lo tanto deben ser traducidos en acciones y programas de beneficio común los cuales se evalúan periódicamente a fin de comprobar su comportamiento y la continuidad de las políticas sociales que la empresa ha adoptado de forma voluntaria.

Conclusiones parciales

- a) La RSE no es entendida (empresa – sociedad – estado) como un comportamiento ético – empresarial que responda a un compromiso moral con sus grupos de interés.

Si bien la empresa tiene una expectativa económica, en el país el empresario va tomando una conciencia, cada vez mayor, de este comportamiento que le corresponde en la lucha por el Bien Común.

Sin embargo, esta nueva actitud no se difunde con la celeridad deseada porque en las empresas aún no se comprende bien lo que es la RSE y, por consiguiente, lo que significa una política social.

- b) Se ha demostrado que la RSE a través de los efectos que produce la aplicación de sus políticas y estrategias correspondientes es cada vez más importante como fuente de ventaja competitiva para las empresas. Las empresas socialmente responsables son más atractivas para los clientes, para los empleados y para los inversores.

El éxito de la RSE se basa en el diálogo con un amplio abanico de interlocutores (llamados "stakeholders"), con el objeto de colaborar significativamente en la creación de valor para estos grupos de interés. De esta forma, las empresas pueden cumplir con las expectativas de sus clientes internos y externos, anticipando los riesgos y conflictos que pudieran aparecer.

- c) El término "Política Social", en sentido estricto, significa la programación operativa de acciones sociales respondiendo a una estrategia perteneciente a la RSE. Para ello es necesario establecer metas en el área social que requieran un esfuerzo empresarial. Las empresas utilizan dicha denominación, pero no ejecutan una "Política Social" propiamente dicha. Por lo tanto, no utilizan las herramientas de planeamiento y normatividad que las

lleve a lograr las metas que se han propuesto y que les permita medir los resultados de sus acciones en el área social.

5.3 Recomendaciones

Recomendación general

Las conclusiones obtenidas en la investigación nos han permitido llegar a las siguientes recomendaciones:

- a) La Responsabilidad Social Empresarial y la aplicación de las estrategias y políticas deben ser entendidas como un comportamiento empresarial que implica un compromiso moral con la sociedad. Si bien toda empresa tiene una expectativa económica, el empresario peruano va tomando conciencia del rol importante que le corresponde en la lucha por el bien común. Sin embargo, esta nueva actitud no se difunde con la celeridad deseada porque en las empresas aún no se comprende bien lo que es incorporar la RSE en la estrategia empresarial y, consecuentemente, la ejecución de una Política Social.
- b) El término Política Social, en sentido estricto, significa la programación de acciones sociales según la estrategia de RSE adoptada por la empresa. Para ello, es necesario establecer metas que requieran un esfuerzo empresarial más allá de lo meramente económico. Las empresas utilizan estas denominaciones pero, son poquísimas las que planifican rigurosamente sus actividades en el área social.
- c) Al no efectuar una Política Social propiamente dicha, las empresas de nuestro país no utilizan herramientas de evaluación (Balance Social). Dichos instrumentos son factibles de ser usados cuando la empresa se ha propuesto metas en el área social.

Como no existen éstas, solamente se podrá hacer un Informe Social que, como su nombre lo indica, consiste en dar a conocer las acciones sociales realizadas, pero sin medir resultados.

- d) El análisis y las metas planteadas y ejecutadas permiten apreciar con precisión los logros y los alcances de una Política Social. Este análisis nos permitirá plantear nuevas estrategias, reprogramar acciones, establecer nuevas metas y poner en práctica una metodología de trabajo capaz de superar las dificultades detectadas y, asimismo, acrecentar los logros obtenidos.

Recomendaciones parciales

- a) La Responsabilidad Social Empresarial y los efectos de la aplicación de las estrategias y políticas que corresponden a ella (desarrollo sostenible, satisfacción de las necesidades de los grupos de interés, cuidado del medio ambiente, mejoramiento de la capacidad técnica y de la negociación colectiva) deben ser entendidas y difundidas como un comportamiento ético – empresarial a través de diferentes foros llevados a cabo por la empresa – sociedad – estado, a fin de lograr la convicción de su aplicación por parte de los empresarios.
- b) La Responsabilidad Social Empresarial debe ser internalizada en la empresa e incorporada a la visión, misión, objetivos y estrategia para aplicarse transversalmente a la organización, a fin de convertirse en una fuente de ventaja competitiva. Debemos recordar que la naturaleza voluntaria de la RSE determina que su incorporación y aplicación en la empresa parte del convencimiento y de la voluntad del mismo empresario o nivel directivo de la empresa, dejando de ser una mera declaración.
- c) La Responsabilidad Social Empresarial debe ser incorporada activamente en la formación de los nuevos profesionales en las universidades sin discriminar especialidades de estudio, a fin que éstos se conviertan en agentes de cambio en las empresas en las que se desempeñen profesionalmente. Esta formación en RSE

permitirá que estos jóvenes profesionales apoyen la implementación de la RSE en los planes estratégicos de las empresas, diseñando políticas sociales que sean, finalmente, monitoreadas y evaluadas en el impacto social que generan.

- d) Como una de nuestras conclusiones finales presentamos a continuación las principales razones por las cuales consideramos que las empresas debieran aplicar las políticas y estrategias adecuadas. Desarrollamos a continuación cada una de las razones:

1. **Beneficios para el negocio de la empresa**

Agrega valor: Imagen

La aplicación de políticas y estrategias crea una diferencia en la imagen de la empresa: Son decisiones cada vez más valoradas por los inversionistas y consumidores en el mundo.

Aumenta el atractivo de cara a los Inversionistas: Respaldo a proyectos de inversión

Las políticas y estrategias son consideradas como instrumentos de validación que los analistas de mercado, inversionistas y organismos financieros incluyen en su lista de documentos necesarios para respaldar la sustentabilidad de los proyectos de una empresa.

Mejora las relaciones con los grupos de interés: Confianza

La empresa que realiza este esfuerzo por publicar y hacer transparentes sus acciones y decisiones está más capacitada para construir lazos de confianza con sus grupos de interés (stakeholders¹). La aplicación de las políticas y

estrategias actúan como complemento del balance financiero-contable, demostrando la apertura de la empresa al diálogo y a sus esfuerzos por responder a los intereses de todos sus públicos objetivos.

Reduce costos producto de crisis: Minimiza Riesgos

En un mundo globalizado, en el cual las informaciones sobre las empresas circulan permanentemente en los mercados internacionales, una conducta ética y transparente debe incorporarse a la estrategia de cualquier organización moderna. Además, la comunicación fortalece los puentes de confianza entre las empresas y sus stakeholders, reduciendo paralelamente los riesgos de un conflicto.

Disminuye el riesgo de publicidad adversa: Percepción

Las empresas que dan cuenta de sus acciones, están mejor preparadas para guiar los intereses de sus consumidores y de otros stakeholders, de esta forma se evitan percepciones negativas de la empresa.

Identificación de potenciales conflictos: Autoprotección

El esfuerzo por compilar toda la información requerida en un reporte social puede ayudar a identificar prácticas o situaciones que pudiesen comprometer a la compañía. Esta pronta detección de conflictos latentes, da la oportunidad a la empresa de resolver el problema antes de que éstos terminen en costosas demandas legales o en una negativa exposición pública.

Mejora la efectividad organizacional: Herramienta

La aplicación de las políticas y estrategias deben ser consideradas como instrumento moderno de gestión y una valiosa herramienta para estructurar, medir y divulgar el ejercicio de la responsabilidad social en sus diversos

escenarios. Por ejemplo, un reporte social y medioambiental brinda a la compañía la oportunidad de reunir y apreciar más claramente la información sobre sus operaciones y los impactos de las mismas.

**Respuesta a la creciente demanda de transparencia:
Mostrar más**

Más allá de los accionistas, en el mundo de hoy existe una amplia variedad de grupos (activistas, medios de comunicación, organizaciones sin fines de lucro, etc.) nacionales e internacionales, que están presionando a las empresas para dar a conocer su desempeño en temas sociales y medioambientales.

2. Las nuevas demandas que surgen en las empresas

Existe un interés por conocer íntegramente el desempeño de las empresas, sus resultados operacionales y su aporte a la comunidad, sus trabajadores y el medioambiente. La opinión pública tiene hoy un protagonismo relevante en la reputación y supervivencia de una empresa, y hace respetar sus facultades de fiscalizador cuando el sector empresario no cumple las nuevas exigencias.

Se apela a la transparencia, a una mayor conciencia social y medioambiental, y a ambientes laborales flexibles. Existen numerosos ejemplos de empresas, que por distintas situaciones no deseadas, se han visto enormemente perjudicadas, algunas de ellas, incluso con daños irreparables en su negocio y continuidad como empresas. Quizás, cada una de esas situaciones, hubieran sido apreciadas en forma distinta si la sociedad hubiera contado con información sobre su responsabilidad social. Los inversores en general, sean locales o del extranjero, exigen

informes de rentabilidad transparentes, que reflejen fielmente el desempeño de la empresa, y valoran a aquellas que además dan cuenta de su responsabilidad social.

3. Consolida una intención o tendencia

Algunas empresas, ya sean del sector público o privado, ya están presentando en sus memorias anuales, breves reseñas sobre sus actividades en relación al tema de responsabilidad social, quizás con mayor o menor desarrollo dependiendo, principalmente, de la voluntad de la Dirección o del personal superior responsable por la preparación de dichas memorias y dependiendo también de la percepción que se tenga sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresaria.

Existe una delgada línea entre lo que puede ser presentar información de responsabilidad social y lo que es presentar información del tipo de beneficencia social a los efectos de obtener resultados positivos desde un punto de vista de marketing: el análisis de estos principios refleja la realidad de la empresa en todas las áreas de RSE a través de un proceso continuado y no puntual.

Es así que la adopción de políticas y estrategias de la aplicación de la RSE ayudará a las empresas a consolidar sus hasta ahora tímidas presentaciones de información en relación al tema de Responsabilidad Social. Asimismo, la utilización de un modelo estándar, adoptado por la mayoría de las empresas del mercado, las liberará de las presunciones de que su presentación de información sobre su responsabilidad social adopta un carácter exclusivamente de marketing o promoción de la empresa.

5.4 Aporte

Para el estudio del planteamiento que consideramos como un aporte significativo estamos presentando la guía de la implementación del Balance Social que deberían presentar las empresas en nuestro país el Anexo N° 04.



FUENTES DE INFORMACIÓN

- **Referencias bibliográficas**

1. Albareda, I.; Balaguer, Rosario; Murillo, D. (2011) *Observatorio 2011 de la Inversión Socialmente Responsable*. España, Barcelona. ESADE – Instituto de Innovación Social.
2. Austin, J. (2005). *Alianzas Sociales en América Latina. Enseñanzas extraídas de colaboraciones entre el Sector Privado y Organizaciones de la Sociedad Civil* Banco Interamericano de Desarrollo. Estados Unidos de Norteamérica, Nueva York. BID.
3. Caravedo, B. (2006) *Perú: Empresas Responsables*. Lima – Perú. SASE – PERÚ 2021.
4. Carneiro, M. (2004). *La responsabilidad Social Corporativa Interna*. España, Madrid. ESIC Editorial.
5. Córdova, A. (2007). *El corazón de las empresas. La responsabilidad social corporativa y conciliación de la vida profesional y personal*. España, Madrid. ESIC Editorial.
6. Chabaud, G. (2005). *El ejecutivo de alto nivel, humanamente formado, y su papel protagónico en la empresa de nuestro tiempo*. Tesis de Maestría en Comunicación Social. México. Universidad Panamericana.
7. De la Cuesta, M. y Rodríguez L. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa*. España, Salamanca. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
8. FISE - Fondo de Inversión Social Empresarial. (2003). *Cartera de proyectos orientados a establecer alianzas entre empresas socialmente responsables y organizaciones de la sociedad civil*. FISE, CEDES y Fundación FORD.
9. Fundación Garrigues (2012). *Principios, prácticas y beneficios de la responsabilidad social*. España, Madrid. AENOR Ediciones.
10. García, E. (2011). *¿Qué hace especial a las empresas?: la ventaja competitiva a inicios del siglo XXI*. Perú, Lima. Universidad del Pacífico.

11. Glück, A. (2002). *Asumir Responsabilidad: Una sociedad de ciudadanos para un país más eficiente y humano*. Ecuador, Quito. INDESIC.
12. Instituto ETHOS (2005). *Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria 2004 / 2005. Guía de auto aplicación*. Brasil, Sao Paulo. Conferencia Internacional.
13. Lozano, J.M. (2009). *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*. España, Madrid. Editorial Trotta.
14. OIT (2007). *La promoción de Empresas Sostenibles*. Suiza, Ginebra. Conferencia Internacional del Trabajo. 96ª Reunión.
15. Perdiguero T.; García A. (2005). *La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial*. España, Valencia. Universidad de Valencia.
16. Portocarrero, F.; Tarazona, B. y Camacho L. (2006). *Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el Perú*. Perú, Lima. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
17. Schwalb M. y García E. (2003). *Evolución del compromiso social de las empresas*. Perú, Lima. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
18. Schwalb M. y García E. (2004). *Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial y las inversiones socialmente responsables*. Perú, Lima. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
19. Solano D. (2009). *Responsabilidad Social: Estrategias sostenibles para el desarrollo y la competitividad*. Perú, Lima. Lima: Universidad ESAN.
20. VIVES, A. y PEINADO-VARA, E. (eds.) (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Fondo Multilateral de Inversiones (Banco Interamericano de Desarrollo).

- **Referencias hemerográficas**

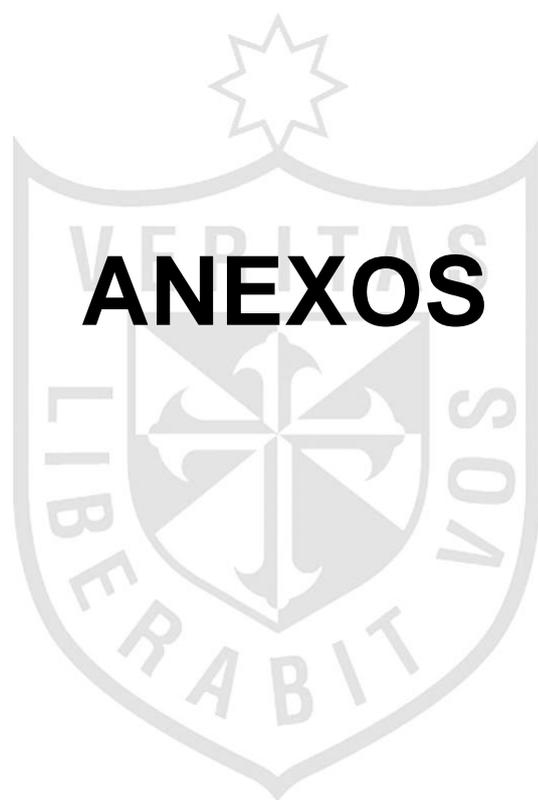
1. Lafuente A. (2001). *La responsabilidad de las empresas, en Londres y Francfort*. Publicado en el diario El País, el 8 de julio de 2001. España.
2. Lafuente A. (2003). *Urbanidad Empresarial*. Publicado en el diario El País, el 26 de Enero de 2003. España.
3. Viñuales V. y Benbeniste S. (2002). *Empresas y desarrollo sostenible, Johannesburgo 2002*. Diario desde la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible. Día 7. Fundación Ecología y Desarrollo, Publicado en el diario Heraldo de Aragón, el 1 de septiembre de 2002.



- **Referencias electrónicas**

1. Perú 2021 Portal. <http://www.peru2021.org>
2. ISO 26000 – Comité Perú. <http://www.iso26000peru.org>
3. <http://economia.terra.com.pe>
4. <http://gestion.pe/blogs>
5. <http://www.revistabusiness.com.pe>





ANEXOS

ANEXO N°1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E IINDICADORES	MÉTODOLÓGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuáles son los efectos de las políticas y estrategias de RSE que se implementan en las empresas del Perú?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a. ¿Cuáles son los efectos de las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú?</p> <p>b. ¿Cuáles son los efectos de las políticas de RSE en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú?</p> <p>c. ¿En qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente?</p> <p>d. ¿Cuáles son las estrategias de RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú?</p> <p>e. ¿De qué manera las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar los efectos de las políticas y estrategias de RSE que se implementan en las empresas del Perú.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>f. Determinar los efectos de las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.</p> <p>g. Determinar los efectos de las políticas de RSE en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.</p> <p>h. Precisar en qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.</p> <p>i. Determinar las estrategias de RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.</p> <p>j. Determinar las estrategias de RSE que tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Las políticas y estrategias de RSE tienen efecto en el desarrollo sostenible de las empresas y el cuidado del medio ambiente.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>f. Las políticas de RSE identificadas como ISO 26000 y 14000 tienen efectos en el desarrollo sostenible en las medianas y grandes empresas del Perú.</p> <p>g. Las políticas de RSE tienen efectos en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú.</p> <p>h. Las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente.</p> <p>i. Las estrategias de RSE inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú.</p> <p>j. Las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés. buena gestión empresarial exitosa.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Políticas y Estrategias de la R.S.E</p> <p>INDICADORES</p> <p>X₁ Misión y Visión. X₂ Condiciones laborales en la empresa. X₃ Desarrollo y participación de los empleados. X₄ Salud y seguridad del cliente. X₅ Publicidad. X₆ Satisfacción de los stakeholders. X₇ Promoción de la responsabilidad social. X₈ Calidad del producto y/o servicio. X₉ Respeto al Medio Ambiente.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Empresas del Perú</p> <p>INDICADORES</p> <p>Y₁ Desarrollo sostenible Y₂ Elementos humanos Y₃ Aspiraciones Y₄ Realizaciones Y₅ Capacidad Técnica Y₆ Satisfacción de necesidades Y₇ Obtención de utilidades y beneficios Y₈ Trato bueno a los trabajadores Y₉ Preocupación por el medio ambiente Y₁₀ Protección derechos Y₁₁ Negociación Colectiva</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo Investigación aplicada 2. Nivel Descriptivo 3. Método Descriptivo, estadístico y de análisis(síntesis) 4. Diseño: La investigación es por Objetivos. 5. Población y Muestra La población que conformará la investigación estuvo delimitada por 7500 ejecutivos y trabajadores de la mediana y micro empresa en Lima Metropolitana. 6. Muestra La muestra es igual a 225 empresarios de la mediana y pequeña empresa. 7. Técnicas de recolección de datos Encuestas y entrevistas no estructuradas. 8. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información Guías de análisis documental, entrevistas y de observación.

ANEXO N° 2

ENTREVISTA

La presente información tiene por finalidad buscar información relacionada con el tema ***“EFECTOS DE LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL EN EL PERÚ”***, al respecto se le pide que en las preguntas que a continuación se acompañan se sirva expresar su opinión autorizada, su aporte será de mucho interés para este trabajo de investigación. Se agradece su participación.

1. **¿Cuál es su opinión en relación a la aplicación de las políticas y estrategias de RSE en las empresas del Perú?**

.....
.....
.....
.....

2. **A su juicio, ¿Cree importante la implementación de políticas y estrategias de RSE en las medianas y grandes empresas en el Perú?**

.....
.....
.....
.....

3. **¿Cuáles son los efectos de las políticas de RSE en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas del Perú?**

.....
.....
.....
.....

4. ¿En qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del medio ambiente?

.....
.....
.....
.....

5. ¿Cuáles son las estrategias de RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas del Perú?

.....
.....
.....
.....

6. ¿De qué manera las estrategias de RSE tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas peruanas y los grupos de interés?

.....
.....
.....
.....

7. ¿Cuáles son los efectos de la aplicación de las políticas contenidas en las ISO 26000 e ISO 14000 en el desarrollo sostenible de la empresa?

.....
.....
.....
.....

8. **¿Cómo influye el tamaño de la empresa en la puesta en marcha de proyectos y programas sociales en beneficio de los trabajadores?**

.....
.....
.....
.....

9. **¿Qué relación existe entre el tamaño de la empresa y un programa de política ambiental dentro de ella?**

.....
.....
.....
.....

10. **¿Cuál es el grado de implementación y aplicación de las ISO 26000 e ISO 14000 en las grandes empresas, medianas y micro empresas en nuestro país?**

.....
.....
.....
.....

11. **A su juicio, ¿Cree Ud. Que el número de trabajadores en la empresa influye directamente en el número de programas y proyectos sociales que se desarrollan en ellas?**

.....
.....
.....
.....

12. ¿El volumen de ventas anuales de las empresas influyen directamente en la implementación y desarrollo de proyectos sociales en beneficio de los trabajadores?

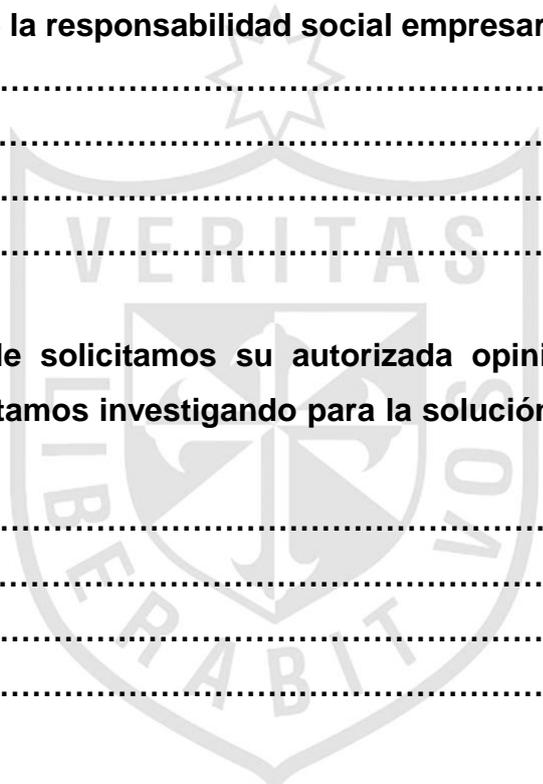
.....
.....
.....
.....

13. ¿Qué tipo de políticas y estrategias recomienda para la aplicación adecuada de la responsabilidad social empresarial en el Perú?

.....
.....
.....
.....

14. Finalmente le solicitamos su autorizada opinión en relación al tema que estamos investigando para la solución de los problemas planteados.

.....
.....
.....
.....



Gracias por su colaboración.

ANEXO N° 3

ENCUESTA

La presente información tiene por finalidad buscar información relacionada con el tema **“EFECTOS DE LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL EN EL PERÚ”**, al respecto se le pide que en las preguntas que a continuación se acompañan se sirva expresar su opinión, su aporte será de mucho interés para este trabajo de investigación, su participación será anónima.

INFORMACION GENERAL

1. Nombre de la empresa:
 2. Sector:
 3. Giro principal:
 4. Dirección:
 5. Número de trabajadores:
 6. Volumen de ventas anuales:.....
-

1. **¿Los compromisos éticos se encuentran formalmente establecidos en la estrategia de RSE?**
 - a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/no opina

2. **Los valores establecidos en la cultura organizacional son difundidos entre los trabajadores de la organización como parte de su política de RSE.**
 - a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina

- 3. La empresa motiva al liderazgo, a sus trabajadores y a sus socios estratégicos para que adopten sus valores y principios éticos dentro de su política de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 4. La empresa incorpora criterios de orden social y ambiental en la gestión del negocio como parte de su gobernabilidad corporativa y su política de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 5. La empresa no tiene prácticas desleales de comercio en sus relaciones con la competencia como parte de su política de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 6. La empresa presenta patrones claros de conducta en su diálogo con sus grupos de interés (stakeholders) como parte de su política de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina

- 7. La empresa prohíbe formalmente prácticas de discriminación como valoración de la diversidad a fin de promover la satisfacción laboral.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 8. La empresa invierte en el desarrollo profesional de su personal de acuerdo con un plan de carrera a fin de promover la satisfacción laboral.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 9. La empresa tiene definidos planes y metas para alcanzar o superar los patrones de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector a fin de promover la satisfacción laboral.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 10. La empresa ejecuta un plan de entrenamiento y capacitación continua entre su personal como compromiso con el desarrollo profesional a fin de promover la satisfacción laboral.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina

- 11. La empresa fomenta la cultura de responsabilidad social entre sus consumidores a fin de promover la satisfacción del cliente.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 12. La empresa promueve la excelencia en la atención a fin de lograr la satisfacción del cliente.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 13. La empresa proporciona información detallada de sus productos y servicios a fin de lograr la satisfacción del cliente.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 14. La autorregulación de la conducta (compromisos éticos) y las relaciones transparentes con la sociedad influyen directamente en la satisfacción laboral y satisfacción del cliente.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina

- 15. La empresa ha formalizado una Declaración de Política Ambiental según la norma ISO 14001:2004 como parte de sus estrategias de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 16. La empresa realiza periódicamente auditorías ambientales según la norma ISO 14001:2004 como parte de sus estrategias de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 17. La empresa presenta prácticas laborales según lo recomendado por la norma ISO 26000:2010 como parte de sus estrategias de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 18. La empresa tiene prácticas justas de operación según lo recomendado por la norma ISO 26000:2010 como parte de sus estrategias de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina

- 19. La empresa presenta proyectos por desarrollar con los trabajadores como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 20. La empresa tiene programas desarrollados con los trabajadores como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 21. La empresa presenta proyectos por desarrollar con la comunidad como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 22. La empresa tiene programas desarrollados con la comunidad como parte del cumplimiento de la normatividad legal de la RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina

- 23. La práctica de las normas ISO 14001 e ISO 26000 influyen directamente en la formulación de proyectos y puesta en marcha de programas desarrollados con los trabajadores y la comunidad.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 24. La empresa informa acerca de los impactos actuales y futuros de sus actividades en su relación con la comunidad local como parte de su política y estrategias de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 25. El programa de inversión social de la empresa es administrado por un equipo especializado en su relación con la comunidad como parte de su política y estrategias de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 26. La empresa tiene prácticas anticorrupción y soborno en su relación con el gobierno y la sociedad como parte de su política y estrategia de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina

- 27. La empresa participa activamente en comisiones y grupos de trabajo relacionados con la defensa y promoción de los intereses específicos de su sector de negocios en su relación con el gobierno y sociedad como parte de su política y estrategias de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 28. La empresa revisa los reportes de conflictos sociales de las entidades gubernamentales para prevenir las amenazas y riesgos del entorno.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 29. La empresa tiene mecanismos para lograr la eficiencia presupuestal (ingresos / egresos) como parte de su desarrollo sostenible que le permita aprovechar las oportunidades del entorno.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina
- 30. Los compromisos éticos se encuentran formalmente establecidos en la política de RSE.**
- a) Si
 - b) No
 - c) No sabe/No opina

GUIA DE LAS POLITICAS Y ESTRATEGIAS DE LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1. INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, empresas de cualquier tamaño y mercado tienen que ganar y mantener el beneplácito de la sociedad en general para permanecer en funcionamiento y esa aprobación sólo será dada si las colectividades creen que su actuación aporta una contribución beneficiosa en la sociedad, entorno y personas.

La RSE es un aspecto esencial para la subsistencia de cualquier organización. La RSE se está convirtiendo en una cuestión inevitable, independientemente del tamaño o sector de la compañía.

a. RSE: DEFINICIÓN, EXPLICACIONES, ESQUEMA, DIMENSIÓN INTERNA/EXTERNA

¿QUÉ ES RSE? DEFINICIÓN

Siguiendo a la Unión Europea en su libro verde, se define como “la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

- Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones legales, sino ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.
- La RSE es esencialmente un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio.
- El planteamiento de RSE es un enfoque de negocio donde las expectativas de las partes interesadas están en el núcleo de la estrategia empresarial. La RSE no es algo que se añade a la actividad principal de la empresa, sino que es algo intrínseco a la misma y debe estar integrada en la estrategia y gestión de la misma.

LA RSE Y LAS PYMES

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la RSE ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades

multinacionales, ésta es importante en todos los tipos de empresa y en todos los sectores de actividad, desde las pymes a las empresas multinacionales.

El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental porque son éstas las que más contribuyen a la prosperidad económica y a la creación de empleo.

Las empresas que prestan atención a los aspectos ambientales y sociales, indican que esas actividades les pueden generar crecimientos y una mejora en sus resultados.

Es preciso, no obstante, mejorar nuestros conocimientos sobre la incidencia de la responsabilidad social de las empresas en sus resultados económicos y realizar estudios adicionales al respecto.

DIMENSIÓN INTERNA/EXTERNA DE LA RSE

La RSE tiene dos vertientes. La interna, que contempla la empresa desde el interés social y por lo tanto tiene que ver con aspectos clave de la gestión de los recursos humanos y de la seguridad laboral, la formación y desarrollo de los trabajadores, la gestión de la calidad y del medio ambiente.

La dimensión externa está referida a las relaciones de la empresa con sus agentes externos y entorno social. Lejos de circunscribirse al mundo propio de la empresa, la RSE abarca a un amplio abanico de interlocutores donde estarían sus clientes y proveedores, administraciones, comunidades locales, etc.

DIMENSIÓN INTERNA

Las prácticas de RSE afectan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad. Las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción:

a) Gestión de recursos humanos

Actualmente uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan las empresas es atraer a los trabajadores cualificados y lograr que permanezcan en su organización, por ello, en este contexto las medidas pertinentes en este campo podrían incluir:

- Aprendizaje permanente, mejora de la información/comunicación.
- Equilibrio entre vida familiar y profesional. Equidad retributiva y de desarrollo profesional.
- Prácticas responsables de contratación (tratan de aumentar la tasa de empleo y luchan contra la exclusión social).

b) Salud y seguridad en el trabajo

Tradicionalmente los aspectos de salud y seguridad en el trabajo se han abordado mediante instrumentos legislativos. Sin embargo hoy debiéramos gestionar este aspecto mediante acciones tales como:

- Promover comportamientos que favorezcan la salud y seguridad en el trabajo, tanto de sus propios trabajadores, como de aquellos otros sub-contratados.
- Mayor control de los contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad.

c) Gestión de impacto ambiental

Las políticas ambientales de las empresas deben incluir actuaciones que redunden en:

- Reducir el consumo de recursos energéticos y disminuir la emisión de vertidos y residuos.
- Políticas integrales de producto basadas en el análisis de las repercusiones del producto a lo largo de su ciclo de vida.

DIMENSIÓN EXTERNA

La RSE de las empresas abarca a las relaciones de la empresa con su entorno social y ambiental en el sentido más amplio, tales como la comunidad, los clientes y proveedores, administración y autoridades públicas, ONG's:

a) Comunidad

Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades donde se ubican proporcionando empleos, prestaciones y servicios, así como beneficios adicionales revertiendo éstos a la sociedad a través de, entre otros, los ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas realizan sus contrataciones en el mercado de trabajo local, por lo que están muy interesadas en que en su ubicación existan personas con las competencias que necesitan.

Así mismo, cada vez más la imagen y reputación de las empresas influye sin duda en su competitividad.

Entre las diferentes formas en que la empresa, en el ámbito de la RSE, puede hacerse visible en la Comunidad podemos incluir:

- Mejorar el entorno físico local.
- Ofrecimiento de formación profesional.
- Actividades culturales y deportivas a nivel local.
- Donaciones y obras de beneficencia.

b) Clientes, proveedores, consumidores

Cada vez más los consumidores tienen en cuenta las políticas de RSE aplicadas por las empresas.

La colaboración estrecha de las empresas con sus socios comerciales puede redundar en mejora de costes y aumento de la calidad. De igual forma, los clientes valoran de forma muy positiva la interacción de la empresa con su entorno, como se constata en encuestas de opinión sobre RSE. Las grandes empresas son, a veces, al mismo tiempo socios comerciales de las más pequeñas, por ello, deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de valor:

- Subcontratación de servicio.
- Sistemas de tutoría y apoyo a empresas locales. Asistencia en general.
- Ofrecer productos y servicios con calidad, fiabilidad y servicio.
- Productos diseñados para ser utilizados por el mayor número posible de usuarios (discapacitados, etc.).

c) Derechos humanos

Una de las dimensiones de la RSE en las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, sobre todo por lo que respecta a las condiciones de trabajo de las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales. Aspectos a considerar son los relacionados con la lucha contra la corrupción y dentro de ésta el aspecto concreto de los sobornos. Así, bajo parámetros, las empresas adoptan “códigos de conducta” que de alguna forma corrijan o eliminen este tipo de actuaciones o conductas.

1.3. BENEFICIOS DE LA RSE

1. Factores que impulsan el desarrollo de la RSE en las empresas:

- Los criterios sociales influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas y de las instituciones.

- La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro ambiental provocado por la actividad económica.
- Las nuevas expectativas e inquietudes de los consumidores, instituciones, inversores.

2. La RSE como elemento diferenciador de la empresa frente a la competencia:

- Mejora de la imagen corporativa, de su reputación pública. Se incrementa la notoriedad y produce una influencia positiva de la empresa en la sociedad.
- Los clientes actuales toman conciencia de su empresa proveedora y consecuentemente incrementan su atractivo por la empresa socialmente responsable y son más fácilmente fidelizables.
- Mejora de la relación de la empresa con el entorno. La actuación de la empresa sobre conceptos de RSE, le permiten una mejor estrategia de comunicación, la sociedad en general está más predispuesta a los mensajes de empresas con políticas socialmente reconocidas.

3. La RSE como factor de mejora del clima laboral:

- Se puede derivar resultados positivos de un mejor entorno de trabajo, que genere un mayor compromiso de los trabajadores y de ello se mejore la productividad.
- Se fomenta una cultura corporativa, que redunde fundamentalmente en la gestión de los recursos utilizados en la actividad empresarial, abriendo así una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

2. IMPLANTACION DE LA RSE EN LA EMPRESA

Para la implantación de la RSE en la empresa, se debería abordar un proceso como el siguiente:

2.1 ELABORAR UNA ESTRATEGIA RSE

A. Identificar dónde estamos

Se hará mediante el análisis de la situación inicial de la empresa en políticas de RSE y la realización de un inventario que ponga a la empresa en el punto de salida para la aplicación/implantación de políticas RSE. También será necesario conocer las expectativas de

los grupos de interés. Los factores a considerar siempre serán: qué hace la empresa y cuáles son los intereses de los grupos de interés y trabajar en la conjunción de ambos.

La mejor herramienta para llevarlo a cabo será mediante una autoevaluación, que será más profunda en función del tipo de organización. Se utilizarán modelos tales como los ejemplos descritos en la figura A (Matriz ejemplos para autoevaluación). Además existen otras guías de evaluación de RSE.

B. Identificar grupos de interés o stakeholders

Grupos de interés son aquellas terceras partes interesadas (personas físicas, jurídicas o colectivos) que se ven afectados de forma directa o indirecta por las actividades de la empresa, o tienen incidencia sobre ella.

- Ejemplos típicos son Clientes, Accionistas, Socios, Empleados, Reguladores, Analistas, ONG's o Comunidades.
- Estos grupos de interés influyen en el logro de los objetivos corporativos y expresan su interés y expectativas sobre la empresa concretando demandas específicas, lo que puede influir, tanto en la definición y obtención de dichos objetivos, como en la conducta de la compañía.
- Es necesario conocer tanto la estrategia como los intereses de los grupos de interés.

C. Priorización de los grupos de interés

A continuación se priorizan los grupos de interés en base a diferentes criterios.

Existen varias herramientas para hacer esta priorización. Por ejemplo se puede evaluar teniendo en cuenta:

- Potencia: Valoración de la capacidad que tiene un determinado colectivo de imponer exigencias a la organización.
- Legitimidad: Valoración de la posibilidad de la que dispone un determinado colectivo para incidir en los resultados de la organización.
- Criticidad: Valoración de la urgencia en la que se requiere atención. Estos tres factores se pueden valorar en una escala numérica de 1 a 10 o según tres niveles (alto, medio y bajo). A continuación, en función de los valores obtenidos, se calculará la Prioridad de Riesgo (PR).

Otro posible método es considerar:

- Interés que el stakeholder tiene en la organización.
- Poder del stakeholder en influenciar en la organización.

D. Definir diálogo con los representantes de los grupos de interés

Con el objetivo de conocer la opinión que los grupos de interés tienen sobre nosotros, se les formulará preguntas referidas a:

- ¿Qué temas (económicos, sociales, ambientales) le parecen importantes en cuanto a las actividades de la empresa?
- ¿Cuáles son sus expectativas en cuanto al desempeño de la empresa en el futuro?
- ¿Cómo evalúa el desempeño actual de la empresa en estos campos?

La muestra de grupos de interés debe ser elegida por la empresa (clientes, población aleatoria, empleados, etc.) efectuándose las preguntas a los mismos sobre cuestiones relacionadas con la RSE en dos aspectos:

- a) Grado de importancia/expectativas.
- b) Cómo es su grado de percepción en esos aspectos.

E. Formulación de la estrategia RSE

Una vez conocidos los aspectos previamente descritos, se hará una formulación explícita de la RSE en los elementos clave de la estrategia de la empresa, tales como:

- Visión
- Misión
- Objetivos estratégicos
- Código de conducta

2.2 DESARROLLO DE PROGRAMAS

Partiendo de la estrategia y teniendo en cuenta los puntos de atención identificados en el análisis de los grupos de interés, junto con el inventario de las principales amenazas y oportunidades de cada momento, se debe definir el programa de actuación con sus correspondientes actividades, responsables, indicadores, medios, etc.

Este programa debe estar integrado en la propia gestión de las organizaciones y puede contemplar aspectos tales como:

A. Dimensión Económica

Aparte de los aspectos habituales gestionados por las empresas como:

- Facturación (ventas, cuota de mercado, etc.).
- Rentabilidad (EBITDA, beneficio, dividendos, etc.). Se deberán integrar aspectos relacionados con:
- Innovación (Inversión en I+D, lanzamiento nuevos productos, etc.).
- Eficiencia (Costos, lead-time, etc.).
- Clientes (satisfacción, fidelidad, rechazos, garantías, etc.).

B. Dimensión Ambiental

- Gestión (Implantación de sistemas).
- Consumos de recursos (energía, agua, etc.).
- Vertidos, residuos, emisiones.
- Consumo de materias primas.
- Consideración de aspectos ambientales en el diseño de productos y servicios.

C. Dimensión Social

- Satisfacción del personal.
- Salud (Enfermedad, accidentes, absentismo, etc.).
- Implicación con la Sociedad en general.
- Educación.
- Patrocinios, mecenazgo.

Todos estos programas deben ir acompañados de diferentes indicadores que vayan mostrando la realidad de cada momento y permitirán corregir nuestras actuaciones en el futuro, priorizando en base a resultados presentes y previsiones futuras.

Al mismo tiempo se fijarán los momentos en los cuales la organización, mediante los equipos constituidos al efecto, harán el seguimiento de los programas y de sus correspondientes indicadores.

En base al análisis de estos resultados y de acuerdo al ciclo de mejora se deberían establecer nuevos objetivos que permitan a la empresa avanzar.