



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

“ELABORACIÓN DE UN QUINTO ESTADO FINANCIERO QUE REGISTRE LAS ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE REALIZA CAXAMARCA GAS S.A., CAJAMARCA, AÑO 2016”.

Tesis para optar el título profesional de:

Contador Público

Autores:

Alzola Vásquez, Víctor
Carlos Cercado Alvarado,
Alamiro

Asesor:

C.P.C. Céspedes Ortiz Luis Enrique

Cajamarca– Perú
2017

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachilleres Alzola Vásquez Víctor Carlos y Cercado Alvarado Alamiro, denominada:

**"ELABORACIÓN DE UN QUINTO ESTADO FINANCIERO QUE REGISTRE LAS ACTIVIDADES
DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL QUE REALIZA CAXAMARCA GAS S.A.,
CAJAMARCA, AÑO 2016."**


CPC. CÉSPEDES ORTIZ LUIS ENRIQUE
ASESOR


Mg. RODOLFO URTEAGA SALAZAR
**JURADO
PRESIDENTE**


MBA. JUAN CARLOS LLAQUE
JURADO


Dr. ALEX MIGUEL HERNÁNDEZ TORRES
JURADO

DEDICATORIA

A Dios y a mis amados padres, quienes con su apoyo material y espiritual me impulsaron a seguir adelante para la consecución de mis más ansiadas metas

Víctor Carlos Alzola Vásquez

A Dios, a mis padres y a mis hermanos, que gracias a ellos, pude salir adelante, trazarme un nuevo camino y alcanzar mis más anhelados sueños.

Alamiro Cercado Alvarado

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento a la Universidad Privada del Norte, quien busca en sus estudiantes formar un futuro profesional con valores éticos y competentes en el ámbito laboral.

Un reconocimiento especial al asesor CPC. Luis Enrique Céspedes Ortiz, por su permanente apoyo, orientación, tiempo y dedicación durante el presente trabajo de investigación, demostrando su capacidad y calidad profesional.

Los autores

INDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
INDICE DE CONTENIDOS	IV
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT	IX
I. CAPÍTULO. INTRODUCCIÓN	10
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	10
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
1.3. JUSTIFICACIÓN	11
1.4. LIMITACIONES.....	11
1.5. OBJETIVOS	11
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	11
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	11
II. CAPÍTULO. MARCO TEÓRICO	12
2.1. ANTECEDENTES.....	12
2.2. BASES TEÓRICAS.....	13
2.2.1. <i>Responsabilidad Social Empresarial (RSE)</i>	13
2.2.2. <i>Grupos de interés</i>	25
2.2.3. <i>ISO 9001: 2015 Sistemas de Gestión de Calidad</i>	25
2.2.4. <i>ISO 14001: 2015 Sistema de Gestión Ambiental</i>	25
2.2.6. <i>Estado Financiero</i>	26
2.2.7. <i>Quinto Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial</i>	27
2.3. HIPÓTESIS.....	29
III. CAPÍTULO. METODOLOGÍA	29
3.1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	29
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	29
3.3. UNIDAD DE ESTUDIO.....	30
3.4. POBLACIÓN.....	30
3.5. MUESTRA	30
3.6. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	30
3.7. MÉTODOS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS	30
3.7.1. <i>Análisis de datos</i>	30
3.7.2. <i>Procedimientos</i>	31
IV. CAPÍTULO. RESULTADOS	33
4.1. PRIMER ELEMENTO: GENERACIÓN DE RIQUEZA.....	33
4.1.1. <i>Identificar la responsabilidad social empresarial (rse) con sus proveedores</i>	33
4.2. SEGUNDO ELEMENTO: DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA	40
4.2.1. <i>IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON SUS CLIENTES</i>	40
4.2.2. <i>IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON SUS EMPLEADOS</i>	41
4.2.3. <i>IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON LA COMUNIDAD</i>	47
4.2.4. <i>IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON SUS ACCIONISTAS</i>	52
4.2.5. <i>IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON LAS EMPRESAS FINANCIERAS</i>	53

V. DISCUSIÓN.....	54
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES.....	60
REFERENCIAS.....	61
ANEXOS	63

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Ponderación del importe otorgado para la obtención de la ISO 9001:2008 Gestión de la Calidad, según domicilio fiscal _____	33
Tabla N° 2: Ponderación de la compra del Gas Licuado de petróleo (GLP) según domicilio fiscal _____	35
Tabla N° 3: Ponderación de la compra de Balones de Gas, según domicilio fiscal. _____	36
Tabla N° 4: Ponderación de la compra de Precintos de Seguridad, según domicilio fiscal _____	37
Tabla N° 5: Ponderación de la compra del O'ring, según domicilio fiscal. _____	38
Tabla N° 6: Ponderación de la compra de Pintura para Balones, según domicilio fiscal	39
Tabla N° 7: Ponderación del gasto por mantenimiento de balones de gas, según domicilio fiscal _____	40
Tabla N° 8: Ponderación de los gastos incurridos con el pago de planillas, según lugar de procedencia _____	41
Tabla N° 9: Distribución porcentual del costo de los equipos de protección personal de acuerdo al lugar de procedencia de los trabajadores _____	43
Tabla N° 10: Distribución porcentual del monto del Seguro Complementario de Riesgo (SCTR) de acuerdo al lugar de procedencia de sus empleados _____	44
Tabla N° 11: Ponderación de los gastos incurridos con el pago de Pólizas de Seguro _____	45
Tabla N° 12: Distribución porcentual del monto de Capacitaciones a trabajadores, de acuerdo a su lugar de procedencia _____	46
Tabla N° 13: Ponderación de los gastos incurridos con el tratamiento de Residuos Sólidos _____	47
Tabla N° 14: Ponderación de los gastos incurridos con el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA) _____	49
Tabla N° 15: Ponderación de los importes otorgados por Donaciones	50
Tabla N° 16: Ponderación de los importes otorgados para la obtención de la ISO 14001:2004 Gestión Medio Ambiental _____	51
Tabla N° 17: Ponderación de la utilidad de Caxamarca Gas SA, por los años 2014 y 2015 _____	52
Tabla N° 18: Ponderación del monto de financiamiento de Caxamarca Gas SA. con empresas financieras, de acuerdo a su domicilio fiscal _____	53

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Ponderación de la compra del Gas Licuado de petróleo (GLP) según domicilio fiscal. _____	33
Figura N° 2: Ponderación de la compra de balones de gas, según domicilio fiscal. _____	35
Figura N° 3: Ponderación de la compra de precintos de seguridad, según domicilio fiscal. _____	36
Figura N° 4: Ponderación de la compra del O'ring, según domicilio fiscal. _____	37
Figura N° 5: Ponderación de la compra de Pintura para Balones, según domicilio fiscal. _____	38
Figura N° 6: Ponderación del gasto por mantenimiento de balones de gas, según domicilio fiscal. _____	39
Figura N° 7: Ponderación del importe otorgado para la obtención de la ISO 9001:2008 Gestión de la Calidad, según domicilio fiscal. _____	40
Figura N° 8: Ponderación del gasto incurrido con el pago de planillas, según lugar de procedencia. _____	41
Figura N° 9: Distribución porcentual del costo de los equipos de protección personal de acuerdo al lugar de procedencia de los trabajadores. _____	43
Figura N° 10: Distribución porcentual del Seguro Complementario de Riesgo (SCTR) de acuerdo al lugar de procedencia de sus empleados. _____	44
Figura N° 11: Ponderación de los gastos incurridos con el pago de Pólizas de Seguro _____	45
Figura N° 12: Distribución porcentual del monto de Capacitaciones a trabajadores, de acuerdo a su lugar de procedencia _____	46
Figura N° 13: Ponderación de los gastos incurridos con el tratamiento de Residuos Sólidos _____	48
Figura N° 14: Ponderación de los gastos incurridos con el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA) _____	49
Figura N° 15: Ponderación de los importes otorgados por donaciones. _____	50
Figura N° 16: Ponderación de los importes otorgados para la obtención de la ISO 14001:2004 Gestión Medio Ambiental. _____	51
Figura N° 17: Ponderación de la utilidad de Caxamarca Gas, por los años 2014 y 2015. _____	52
Figura N° 18: Ponderación del monto de financiamiento de Caxamarca Gas S.A. con empresas financieras, de acuerdo a su domicilio fiscal _____	53

RESUMEN

El actual trabajo de investigación realizado en la ciudad de Cajamarca, durante el año 2017, pretende elaborar un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza Caxamarca Gas S.A., año 2016. El presente trabajo se enmarca dentro de una investigación no experimental, transversal, exploratoria.

Durante el desarrollo de la investigación, se utilizó el instrumento de medición (Ficha de Análisis Documental), para poder recolectar toda la información concerniente al tema estipulado, para luego, mediante cálculos de ponderación, lograr identificar la responsabilidad social empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus proveedores, con sus clientes, con sus empleados, con su comunidad, con sus accionistas y con las empresas financieristas.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el actual trabajo, confirmamos que se realizó la elaboración de un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A.

PALABRAS CLAVES:

Generación de Riqueza: Diferencia del valor de las ventas totales menos costos directos totales.

Distribución de Riqueza: Repartición del valor generado entre diversos interesados de la empresa.

ABSTRACT

The current research work carried inside the city of Cajamarca during the year 2017, intends to develop a Fifth Financial Statement that reflects the activities of Corporate Social Responsibility carried out by Caxamarca Gas SA in the year 2016. It is worth noting that the present work is framed within Non-experimental, transverse, exploratory research.

During the development of the research, the instrument of measurement (Document Analysis Data Sheets) were used in order to collect all the information concerning the stipulated subject, and then, through weighting calculations, to will achieve identify the corporate social responsibility of Caxamarca Gas S.A. With its suppliers, with its clients, with its employees, with the state, with its community, with its shareholders and with the financial companies.

According to the results obtained in the current work, we confirm that a Fifth Financial Statement was prepared to record the Corporate Social Responsibility activities of Caxamarca Gas S.A.

KEYWORDS:

Wealth Generation: Difference in the value of total sales minus total direct costs (local and non-local).

Wealth Distribution: Distribution of the value generated among the stakeholders of the company.

I. Capítulo. Introducción

1.1. Realidad Problemática

En las últimas décadas, hablar de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ha tomado mayor importancia en el análisis de la misma. A nivel mundial, con la globalización, los medios informáticos, las redes sociales y las economías emergentes, se ha visto que la producción de bienes y servicios reflejan, muchas veces, condiciones de poca atención a lo que se refiere a la ética empresarial, centrándose más en el por qué y no en el cómo.

(Word Business Council for Sustainable Development, 2016), la Responsabilidad Social Empresarial es “El compromiso de los negocios para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar su calidad de vida”. Este concepto expone la responsabilidad social de una empresa como una perspectiva, guía, como bien fundamental en la comunidad; realizando la siguiente afirmación “existe un interés por conocer íntegramente el desempeño de las empresas, sus resultados operacionales, su aporte a la comunidad, a sus trabajadores y al medioambiente”. (DERES, 2013, p.7).

Las empresas no son ajenas a este reciente interés mundial, relativamente. Al respecto, ha habido conferencias internacionales que surgen a principios del nuevo milenio, como las Conferencias Interamericanas organizadas por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para promover la Responsabilidad Social Empresarial en los países de América Latina y el Caribe.

Hablar de responsabilidad social empresarial, no es hablar en forma teórica, sino, verlo en la práctica, a través, de los datos financieros reflejados en los respectivos documentos financieros, teniendo en cuenta la realidad institucional y el desarrollo económico y social de los países.

En el Perú, existe escasez de estudios empíricos acerca de esta situación; de ahí que es difícil hacer generalizaciones sobre prácticas responsables. Es más, no existe un estado financiero específico que registre, de una forma integrada las Ventas menos la Responsabilidad Social Empresarial de una organización con sus proveedores (Generación de la riqueza) y la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa con sus clientes, empleados, accionistas, con la comunidad y con las empresas financieristas (Distribución de la riqueza).

En Cajamarca, existen organizaciones públicas y privadas que pueden estar llevando prácticas responsables; pero, no existe un estado financiero que exprese en forma estructurada y resumida, las actividades de RSE que realizan dichas organizaciones.

Caxamarca Gas S.A., es una empresa cajamarquina dedicada al envasado y distribución del gas licuado de petróleo (GLP), cuyo público objetivo son familias y empresas consumidoras de gas; a las cuales brinda seguridad y calidad en sus productos, para satisfacer sus necesidades y expectativas.

La empresa Caxamarca Gas S.A. realiza actividades de Responsabilidad Social Empresarial; sin embargo, a pesar de que la empresa posee Estados Financieros

primordiales para la toma de decisiones; no reflejan las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realizan.

Es por ello que, considerando lo mencionado en el párrafo anterior, se procederá a elaborar un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza Caxamarca Gas S.A., Cajamarca, año 2016.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo elaborar un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza Caxamarca Gas S.A. Cajamarca, año 2016?

1.3. Justificación

El presente proyecto de investigación contribuirá a llenar un vacío en la información con relación a la elaboración de un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza una empresa. Siendo de utilidad para futuras investigaciones.

El actual trabajo de investigación fundamenta la necesidad y oportunidad de realizar un Quinto Estado Financiero de la Responsabilidad Social Empresarial para que la empresa Caxamarca Gas S.A. pueda observar sus actividades de RSE con sus grupos de interés (proveedores, clientes, empleados, comunidad, accionistas y financistas), expresadas en un informe de sencillez presentación y estructurado contenido.

1.4. Limitaciones

Durante la realización del presente trabajo de investigación, se contó con poca disponibilidad de recursos financieros básicos. Pese a dicha limitación el estudio en mención se logró concretar, trabajando en empresas particulares para recaudar los fondos necesarios, desarrollando el actual trabajo como un estudio inicial y apoyo a futuras investigaciones.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Elaborar un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza Caxamarca Gas S.A., Cajamarca, año 2016.

1.5.2. Objetivos Específicos

- ❖ Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus proveedores.

- ❖ Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus clientes.
- ❖ Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus empleados.
- ❖ Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus accionistas.
- ❖ Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con la comunidad.
- ❖ Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con las empresas financieras.

II. Capítulo. Marco Téorico

2.1. Antecedentes

De acuerdo al proyecto europeo DESUR (Desarrollando Regiones sostenibles a través Pymes responsables) (2016), en su investigación “Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones” publicada en la biblioteca virtual de responsabilidad social; se realizó una búsqueda en diferentes entidades, aplicando fichas de investigación, para identificar las buenas prácticas de RSE enfocadas en el medio ambiente, los recursos humanos, la acción social y el buen gobierno.

Las empresas realizaron acciones enfocadas al medio ambiente, distinguiéndose las siguientes:

- ❖ Diseños de edificios sostenibles, para reducir los impactos medioambientales a través de la iluminación con bombillas de bajo consumo - LED y equipos eléctricos eficientes.
- ❖ Desarrollo de programas para la reducción de contaminación, con sistemas de medición y ahorro de consumo energético, a través de plantas solares y estaciones de coches eléctricos.
- ❖ Programas medioambientales para la protección del medio ambiente, a través del reciclaje, la creación de puntos limpios, sistemas de medición y ahorro de consumo energético, y sensibilización en materia medioambiental a sus involucrados.

Las Acciones de RSE orientas a en recursos humanos fueron las siguientes:

- ❖ Sistema de gestión para proteger la seguridad y salud de los trabajadores, implantando un sistema OHSAS 18001: Gestión de la Salud y Seguridad Laboral, certificada por una entidad internacional.
- ❖ Diseños de Gestión del talento humano para mejorar la seguridad y salud de los trabajadores, a través de buenas condiciones de trabajo para sus empleados,

promociones de trabajo en equipo, y motivación de sus empleados mediante “experiencias de trabajo”.

- ❖ Establecer normas y políticas de comportamiento ético que guíen a la organización en el cumplimiento de sus objetivos.

Operaciones destinadas en acciones sociales:

- ❖ Generación de espacios que permitan escuchar de forma activa las demandas de los consumidores y clientes con mejor forma de crecer y lograr el éxito. Para hacer efectivas dichas actividades se establecieron canales de diálogo con la totalidad de los grupos de interés, así mismo, se desarrolló programas de concientización a la comunidad local.

Buenas prácticas enfocadas en el buen gobierno:

- ❖ Diseño de herramientas de autoevaluación de Responsabilidad Social Empresarial, para facilitar la implantación de RSE como una estrategia de las organizaciones.
- ❖ Establecer medidas de control que garanticen la calidad del proceso de producción, a través de ISOS 9001:2015 Gestión de Calidad.
- ❖ Estableciendo compromisos con proveedores locales, impartiendo una formación y/o capacitación para satisfacer sus necesidades y expectativas.

Se logró identificar las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial enfocadas en el medio ambiente, los recursos humanos, la acción social y el buen gobierno. DESUR recomendó que estas buenas prácticas de RSE involucren a sus respectivos grupos de interés, para generar mejores tomas de decisiones con transparencia.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

2.2.1.1. Definición

La Responsabilidad Social Empresarial, es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. (Cajiga, 2014, p.4).

La RSE es una actitud que implica el efecto de nuestras acciones y decisiones en un entorno físico y social; dicho de otra manera, la

responsabilidad social empresarial es ser consciente del impacto que nuestros actos pueden ocasionar a cualquier individuo o grupo social.

La responsabilidad social es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente (ISO 26000, 2010, pág.16).

La ISO 26000 afirma que la responsabilidad de una organización es:

- Contribuir al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.
- Tomar en consideración las expectativas de sus partes interesadas.
- Cumplir con la legislación aplicable y que sea coherente con la normativa internacional de comportamiento.
- Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

(DERES, 2013, p.7). La Responsabilidad Social Empresarial no trata fundamentalmente sobre el desarrollo de nuevas actividades sociales, sino sobre el desarrollo de una nueva estrategia de la empresa que se complementa con su modelo de negocios y que refleja sus valores. Para que la RSE sea básica para la empresa, debe ser tratada como un caso de negocios.

(Vives y Peinado, 2011). Definen a la Responsabilidad Social Empresarial como: "Una actitud, una manera de hacer negocios, tomando en cuenta los impactos de las actividades de la empresa sobre la sociedad [...] tanto en el corto como en el largo plazo [...]".

La responsabilidad social empresarial es una manera de hacer negocios, una actitud. Se encamina más como una estrategia organizacional, que se toma para un fin específico, el cual es: mejorar la imagen, la percepción de la empresa para diferentes grupos de interés.

En el escenario económico mundial, sería ideal que las empresas posean la necesidad de reorientar a su personal hacia modelos humanistas que consideren el beneficio de la compañía como algo más trascendente que una cifra en la cuenta de resultados, en donde todos los grupos de interés sean los beneficiados.

2.2.1.2. Factores que definen la Responsabilidad Social Empresarial

(Perera 2012, p.24). Indica que las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresarial, comprenden la "Relación

con los clientes, con los proveedores, con los Empleados, Apoyo a la comunidad, Protección del Medio Ambiente y Capital Accionario y Financiero”.

2.2.1.2.1. Relación con los Proveedores

Perera (2012, p.44), la relación con los proveedores es un factor clave hacia el éxito, por el impacto que tiene en las actividades empresariales. Las relaciones entre empresas y proveedores deben estar basadas en la confianza y transparencia, con una relación bidireccional.

Es muy importante que la empresa conozca la satisfacción y fidelidad de los proveedores y que apoye a los proveedores locales. El diálogo con ellos aumenta exponencialmente la eficiencia y disminuye los costes, y además, es fundamental que la Responsabilidad Social Empresarial sea transversal a toda la organización, incluyendo compras como el brazo de la empresa hacia proveedor. Igualmente, la selección de proveedores debe responder a criterios de compra responsable, tanto éticos como sociales y ambientales dando prioridad a aquellos proveedores que promuevan el comercio justo, el cuidado del medio ambiente y el respeto por los derechos humanos.

2.2.1.2.2. Relación con los Clientes

Perera (2012, p.44). “Las organizaciones cada vez están más presionadas a cumplir estándares adicionales, para salvaguardar la seguridad y salud de sus clientes”.

DERES (2013, p.48). La responsabilidad social de la empresa hacia los clientes exige de la compañía inversión permanente en el desarrollo de productos y servicios confiables, que minimicen los riesgos de daño a la salud de sus usuarios y de la comunidad en general.

Al cumplir con certificaciones de seguridad, diferentes para cada tipo de institución, las empresas son socialmente responsables con sus clientes, protegiendo su salud e integridad.

2.2.1.2.3. Relación con los Empleados

Perera (2012, p.45), Aunque tradicionalmente la Contabilidad no refleja el capital humano de la empresa, lo cierto es que forma parte de su riqueza. Cualidades como: la disciplina, adiestramiento, conocimiento del mercado, etc. que poseen los trabajadores de la unidad económica, son relevantes, en mayor o

menor nivel, tanto para la gerencia como para el resto de los usuarios de la información contable.

(ISO 26000, 2010, p.16). Establece que las prácticas laborales se extienden más allá de la relación de una organización con sus empleados directos o de las responsabilidades que una organización tenga en un lugar de trabajo de su propiedad o que esté bajo su control directo.

Las prácticas laborales incluyen reclutamiento y promoción de trabajadores; formación y desarrollo de habilidades; salud, seguridad e higiene industrial, y cualquier política o práctica que afecte a las condiciones de trabajo. Las prácticas laborales incluyen también el reconocimiento de las organizaciones de trabajadores y la representación y participación, tanto de organizaciones de trabajadores como de empleadores, en negociaciones colectivas, diálogos sociales y consultas tripartitas, para abordar los problemas sociales relacionados con el empleo.

La captación, valoración y representación contable del potencial humano de la unidad económica es un problema tradicional, así como también, la seguridad dentro de una organización.

Una institución debe invertir un cierto porcentaje (%) en políticas vinculadas con la salud, educación y seguridad del trabajador.

2.2.1.2.4. Relación con la Comunidad

(Perera, 2012, p.46). Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sea en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos, que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor, apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.

2.2.1.2.5. Relación con el Medio Ambiente

(Perera, 2012, p.47). Es el compromiso de la organización empresarial con el medio ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal. Implica una

inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar su impacto medio ambiental.

2.2.1.2.6. Capital accionario y financiero

Organizaciones a nivel mundial, optan como ventaja competitiva gozar de un número considerable de socios, puesto que, poseen un papel valioso en los aspectos de financiación de la empresa. Otras, eligen las opciones de financiamiento, porque los beneficios competitivos son mayores, al ajustarse el pago de la deuda a los ingresos que se perciban.

Cada uno de ellos posee ventajas y desventajas, que las compañías, de acuerdo al rubro en las que laboran, analizan; determinando beneficios y pérdidas.

“La responsabilidad social empresarial que se tiene con los accionistas es la utilidad generada para ellos, comunicada con transparencia. Con las empresas financieras, lo preeminente radica en su procedencia: empresas locales o extranjeras”. (Perera, 2012, p.49).

2.2.1.3. Diez (10) beneficios de un estado financiero de Responsabilidad Social Empresarial

(Perera, 2012, p.56). Las principales razones por las cuales se considera que una empresa debería preparar y presentar su Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial son:

2.2.1.3.1. La presentación tiene beneficios para el negocio de la empresa

Un Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial, crea una diferencia en la imagen de la empresa. Es un instrumento cada vez más valorado por los inversionistas y consumidores en el mundo.

2.2.1.3.2. Aumenta el atractivo de cara a los inversionistas: Respaldo a proyectos de inversión

Un Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un instrumento 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.

2.2.1.3.3. 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.

El Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial actúa como complemento del estado de resultados, demostrando la apertura de la empresa al diálogo y a sus esfuerzos por responder a los intereses de todos sus públicos objetivos.

2.2.1.3.4. 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; ya que, la comunicación fortalece los puentes de confianza entre las empresas y sus grupos de interés, reduciendo paralelamente los riesgos de un conflicto.

2.2.1.3.5. 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, de esta forma se evitan percepciones negativas de la empresa.

2.2.1.3.6. Identificación de potenciales conflictos: Autoprotección

El esfuerzo por compilar toda la información requerida en un estado financiero 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.

2.2.1.3.7. Mejora la efectividad organizacional: Herramienta

El Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial, es un instrumento moderno de gestión y una valiosa herramienta para estructurar, medir y divulgar el ejercicio de la responsabilidad social en sus diversos escenarios.

2.2.1.3.8. Respuesta a la creciente demanda de transparencia

Mostrar 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.

2.2.1.3.9. Satisface una demanda creciente de la sociedad, en cuanto a conocer las acciones de la empresa en relación a la responsabilidad social empresarial

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 registren fielmente, el desempeño de la empresa, y valoran a aquellas que, además, dan cuenta de su responsabilidad social.

Se debe tener presente que existen acuerdos internacionales suscritos entre países que establecen nuevas normas de operación, que demandan una alta calidad de los productos y servicios, y exigen un reporte de las actividades que registren íntegramente a la empresa. El ejemplo más emblemático y reciente respecto de las demandas actuales, es el Libro Verde "Promoción de un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas", lanzado en julio de 2001 por la Comisión de la Comunidad Europea, con el objetivo de generar un debate sobre el concepto de RSE y definir instancias de trabajo que permitan construir una alianza de desarrollo para un marco europeo de promoción de la RSE. En dicho documento se dedica un capítulo especial al tema de los reportes y auditorías sociales, en cuyo apartado se informa que la Comisión de la Comunidad Europea ha emprendido iniciativas de fomento a la realización de reportes sociales en las rondas de negociaciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y que está comprometida a realizar

evaluaciones similares en otras negociaciones comerciales, como por ejemplo las que se encuentran celebrando con la Unión Europea y el MERCOSUR.

Lo expuesto, constituye un hecho real de los avances pactados en materia económica, donde se puede evidenciar que con el transcurrir del tiempo, se demanda una empresa cada vez más moderna y responsable socialmente.

2.2.1.3.10. Consolida una intención o tendencia

Algunas empresas peruanas, 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 Empresarial.

Es claro que cuando nos referimos a empresas peruanas, en la mayor parte de los casos y en forma indirecta, nos estamos dirigiendo a las que en nuestro medio serían las grandes empresas, en las cuales existen presupuestos para el armado de memorias anuales y otro tipo de reportes para ser presentados a terceros. Debido a su volumen de actividad, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) generalmente quedan fuera del círculo de empresas que están presentando este tipo de información. Sin embargo, se trata de un proceso evolutivo en el cual sin duda las "grandes" empresas peruanas serán quienes lo adopten en primer lugar, para que luego las pequeñas y medianas empresas continúen con esa tendencia. Ya en muchos países donde la presentación de un Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial es más habitual, las PYMES vienen desarrollando Reportes, Memorias y otros documentos que respaldan su desempeño en las áreas de la RSE.

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 Quinto Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial refleja el compromiso de la empresa en todas las áreas de RSE a través de un proceso continuado y no puntual.

Es así que la adopción de un modelo de Estado Financiero ayudará a la empresa Caxamarca Gas S.A. a consolidar sus presentaciones de información, en relación al tema de Responsabilidad Social Empresarial.

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, adopte un carácter exclusivamente de marketing o promoción de la empresa.

2.2.1.4. La Responsabilidad Social Empresarial como un activo intangible

2.2.1.4.1. Cumplimiento con la NIC 38 y con el marco conceptual

Un activo intangible es: “Un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física”. (NIC 38, 2016, p.3).

Los componentes que deben cumplir los activos intangibles son:

- Identificabilidad.
- Carencia de sustancia física.
- Proporcionar beneficios económicos futuros.
- Control sobre dichos beneficios.

2.2.1.4.1.1. Identificabilidad

Un activo intangible es identificable cuando:

- Es susceptible de ser separado o escindido de la entidad y vendido, cedido, dado en explotación, arrendado o intercambiado, ya sea individualmente o junto con el contrato, activo o pasivo con los que guarde relación.
- Surja de derechos contractuales o de otros derechos legales, con independencia de que esos derechos sean transferibles o separables de la entidad o de otros derechos y obligaciones.

Una organización que comunica adecuadamente sus acciones, proyectos y decisiones hacia los Stakeholders, es una organización confiable que atrae inversionistas, mejora el bienestar y calidad de vida de quienes están en el entorno y que este tipo de organizaciones socialmente responsables son compensadas con una reputación más favorable que se refleja en la lealtad de los clientes, la pertenencia

y orgullo de sus empleados, la confianza de los mercados financieros y de la misma administración pública. (Briceño, Mejías y Moreno, 2011).

Esta postura teórica se complementa con lo establecido en el párrafo 16 de la NIC 38, al reconocer que cuando no se tengan derechos legales para proteger las relaciones con los clientes, las transacciones de intercambio por las mismas o similares relaciones no contractuales con la clientela, demuestran que la entidad es, no obstante, capaz de controlar los futuros beneficios económicos esperados de la relación con los clientes. Como estas transacciones de intercambio también demuestran que las relaciones con el cliente son separables, dichas relaciones con la clientela se ajustan a la definición de un activo intangible. (Sámano y Escamilla, 2014).

2.2.1.4.1.2. Carencia de sustancia física

La Responsabilidad Social Empresarial, es un activo que carece de sustancia física dentro y fuera de la organización, pero que el impacto que genera en términos legales, sociales, económicos y ambientales, debe ser informado en términos cuantitativos por la inversión social que se realiza y en términos cualitativos por el impacto que genera.

La Responsabilidad Social Empresarial es parte de la construcción de una cultura, identidad e imagen corporativa por lo que se constituye en una variable fundamental en el desarrollo de los activos intangibles y refuerza la reputación y confianza de las organizaciones para favorecer sus objetivos de negocio. (Briceño et al. 2011),

Por lo tanto, aunque carezca de sustancia física, existe y se debe integrar a la información financiera que emite la entidad económica.

2.2.1.4.1.3. Beneficios económicos futuros

Según el párrafo 17 de la NIC 38, entre los beneficios económicos futuros procedentes de un

activo intangible se incluyen los ingresos ordinarios procedentes de la venta de productos o servicios, los ahorros de coste y otros rendimientos diferentes que se deriven del uso del activo por parte de la entidad.

Es sabido, que la cartera de clientes resulta incierta y que su fidelidad depende de factores difícilmente controlables por la organización, también es cierto que los mismos prefieren empresas que son socialmente responsables, la imagen de Responsabilidad Social influye en la intención de compra a través de la identificación del consumidor con las empresas socialmente responsables, que repercutirá necesariamente en ingresos futuros para la empresa u organización. (Alvarado, Bigne, y Currás, 2011).

De esta manera, la información financiera brindada hacia los grupos de interés, puede generar beneficios para la organización y llegar a convertirse en una ventaja competitiva, que por consecuencia generará beneficios económicos a futuro para las organizaciones que sean socialmente responsables.

2.2.1.4.1.4. Control sobre dichos beneficios económicos futuros

Como indica el párrafo 13 de la NIC 38, una entidad controlará un determinado activo siempre que tenga el poder de obtener los beneficios económicos futuros que procedan de los recursos que subyacen en el mismo, y además pueda restringir el acceso de terceras personas a tales beneficios. La capacidad que la entidad tiene para controlar los beneficios económicos futuros de un activo intangible tiene su justificación, normalmente, en derechos de tipo legal [...]. No obstante, la exigibilidad legal de un derecho sobre el elemento no es una condición necesaria para la existencia de control, puesto que, la entidad puede ejercer el control sobre los citados beneficios económicos de alguna otra manera.

El texto indicado en la última parte del párrafo, “alguna otra manera”, da la apertura para considerar a la Responsabilidad Social como una forma de gestión que permite anclar a los grupos de interés a la organización, específicamente a los clientes, quienes actualmente han tenido una atracción hacia las empresas socialmente responsables, que se refleja en decisiones de consumo hacia este tipo de empresas.

El párrafo 16 de la NIC 38, aclara, además, que la cartera de clientes si puede considerarse como activo intangible, en virtud de que cuando no se tengan derechos legales para proteger las relaciones con los clientes, las transacciones de intercambio por las mismas o similares relaciones no contractuales con la clientela, demuestran que la entidad es, no obstante, capaz de controlar los futuros beneficios económicos esperados de la relación con los clientes.

2.2.1.4.1.5. Reconocimiento y medición

Según el párrafo 21 de la NIC 38, “un activo intangible se reconocerá si, y solo si:

- (a) Es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo fluyan a la entidad.
- (b) El coste del activo puede ser valorado de forma fiable”.

Mediante las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, se generará prestigio y reputación, lo cual permitirá atraer más clientes, consumidores y beneficiarios a las organizaciones, repercutiendo en un incremento en el nivel de ingresos de la entidad.

El costo de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, puede ser medido de forma fiable en virtud de que la inversión que se realiza para ello es perfectamente identificable y al momento de su registro se maneja como un activo con su respectiva amortización. Cuando las organizaciones realizan alguna práctica de Responsabilidad Social

Empresarial, normalmente están asociadas a un convenio, contrato o proyecto, con los beneficiarios en donde se manifiestan los costos o presupuestos para su ejecución.

2.2.2. Grupos de interés

Un grupo de interés viene a ser cualquier individuo o grupo que, de alguna manera explícita o implícita [...] tenga alguna apuesta hecha [...] en la marcha de la empresa; y que sí, por un lado, se ven condicionados, de manera más o menos directa, por la actividad de aquella, pueden, a su vez, condicionarla. (Fernández y Bajo, 2012, p.134).

Un grupo de interés es un conjunto de personas, organizadas por un interés en común, con el fin de actuar, conjuntamente, en defensa de ese interés, queriendo hacer conocer sus pretensiones.

2.2.3. ISO 9001: 2015 Sistemas de Gestión de Calidad

Norma internacional elaborada por la Organización Internacional de Normalización (ISO) aplicada a los Sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial.

Esta norma es un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente. Convirtiéndose por tanto, la ISO 9001 como un ventaja competitiva para las organizaciones. (ISO 9001, 2015, p. 3).

2.2.4. ISO 14001: 2015 Sistema de Gestión Ambiental

Norma internacional elaborada por la Organización Internacional de Normalización (ISO).

Especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental que le permita a una organización desarrollar e implementar una política y unos objetivos que tengan en cuenta los requisitos legales y la información sobre los aspectos ambientales significativos. (ISO 14001, 2015, p. 6).

2.2.5. ISO 26000: 2010 Responsabilidad Social

Norma ISO que indica el desempeño de una organización en relación con la sociedad en la que opera y su impacto sobre el medio ambiente, reflejado en ecosistemas saludables, equidad social y buena gobernanza.

La ISO 2600 de Responsabilidad Social, tiene como objetivo primordial contribuir con una organización para desarrollar el desarrollo sostenible. (ISO 26001, 2015, p. 6).

2.2.6. Estado Financiero

2.2.6.1. Objetivo

“Un estado financiero es la representación estructurada de la situación financiera y del desempeño financiero de una entidad.” (NIC 1, 2016, p.1)

Los Estados Financieros son informes estandarizados, que son elaborados por diferentes tipos de instituciones (con y sin fines de lucro), con el objetivo de presentar la situación financiera de una compañía, además, de los cambios que ha experimentado en una fecha o periodo determinado.

La información contenida en los respectivos Estados Financieros, es utilizada por los diferentes grupos de interés para la toma de sus decisiones.

2.2.6.2. Características

2.2.6.2.1. Empresa en marcha

Una entidad elaborará los Estados Financieros bajo la hipótesis de negocio en marcha, es decir, que la empresa esté en funcionamiento, a menos que la gerencia pretenda liquidar la entidad o cesar en su actividad.

2.2.6.2.2. Base contable de devengado

Es el reconocimiento de las pérdidas y ganancias en función del tiempo, independientemente de haberlas pagado o cobrado.

2.2.6.2.3. Relevancia

La relevancia representa a la calidad de información que se presenta en los Estados Financieros y que sea capaz de influir en las decisiones tomadas por los usuarios.

2.2.6.2.4. Representación fiel

Los Estados financieros representan hechos económicos en palabras y números. Para ser útil, la información financiera debe no sólo representar los fenómenos relevantes, sino que también debe representar fielmente los fenómenos que pretende representar. Para ser una representación fiel perfecta, una descripción tendría tres características. Sería completa, neutral y libre de error.

2.2.6.2.5. Oportunidad

Los responsables de la toma de decisiones deben disponer a tiempo la información, de forma que ésta tenga la capacidad de influir en sus decisiones.

2.2.6.2.6. Comprensibilidad

La clasificación, caracterización y presentación de la información de forma clara y concisa la hace comprensible.

2.2.7. Quinto Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial

2.2.7.1. Conceptualización

Informe estructurado que presenta información sobre Responsabilidad Social Empresarial de una Organización con su entorno (proveedores, clientes, empleados, comunidad, accionistas y financistas), que los Estados Financieros habituales (Estado de Situación financiera, Estado de Resultados, Cambios en el Patrimonio Neto, Flujos de Efectivo) no exhiben en su contenido. (Perera, 2012, p.25).

“Instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)”. (DERES, 2013, p.13).

En el Quinto Estado, la empresa presenta sus actividades con sus grupos de interés, minimizando riesgos, aumentando la confianza y convirtiéndose en un factor de desarrollo, creando transparencia en actividades que buscan mejorar la calidad de vida de quienes los rodean.

El Quinto Estado Financiero es una herramienta que tiene la capacidad de registrar y medir la preocupación de la empresa con su entorno, es decir, cómo interactúa la empresa vista como una unidad funcional con el resto del mundo.

2.2.7.2. Estructura

“El Centro de este modelo es la apertura del cuadro de resultados entre dos conceptos: El de Generación de Riqueza y el de Distribución de Riqueza”. (Perera, 2012, p.24).

2.2.7.2.1. Generación de riqueza

“Una empresa genera riqueza, por la venta de sus productos, considerando para ello las ventas, menos los costos directos totales (locales y no locales) para determinar la generación de riqueza obtenida por la empresa, en un periodo delimitado”. (Perera, 2012, p.24).

La generación de riqueza se realiza a través de los ingresos operativos de la empresa, relacionados a la venta de sus productos o servicios, a los cuales se les deben deducir los costos directos asociados a los insumos necesarios para la producción o la prestación de los servicios, sin considerar los impuestos que

puedan estar asociados. Puede visualizarse a la generación de riqueza como la generación de recursos derivados de la actividad empresarial, los cuales surgen directamente de la diferencia entre los ingresos generados y los costos de materiales o insumos asociados a dichos ingresos. (Perera, 2012, p.25).

2.2.7.2.2. Distribución de riqueza

“Se toma en consideración cómo se reparte el valor generado entre los diversos interesados de la empresa”. Perera (2012, p.25)

“(…) Distribución del valor generado por la empresa entre sus grupos de interés (…”. Perera (2012, p.26)

2.2.7.2.2.1. Clientes

Al cumplir con certificaciones de calidad (ISOs) la organización es socialmente responsable con sus clientes, protegiendo su salud e integridad, y garantizando la seguridad de ellos.

2.2.7.2.2.2. Empleados

Son recursos necesarios para la empresa y serán medidos en base a la cantidad de empleados, por procedencia étnica, por función, promedio anual de ingresos, por beneficios como el Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), equipos de protección personal (EPPs), capacitaciones y pólizas de seguro.

2.2.7.2.2.3. Comunidad

- Inversión en el cuidado y protección del medio ambiente, con el cumplimiento de certificaciones de calidad.
- Protección de la salud comunal, con el tratamiento de residuos sólidos.
- Donaciones a entidades sin fines de lucro.

2.2.7.2.2.4. Accionistas

- Aumento o del Porcentaje de utilidades esperadas, comparadas con el año anterior.

2.2.7.2.2.5. Empresas Financistas

- Procedencia del banco: local o extranjero.

2.3. Hipótesis

No aplica por ser tesis exploratoria. (Sampieri, 2014, p. 104).

III. Capítulo. Metodología

3.1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	INDICADORES
Quinto Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial	Informe estructurado que presenta información sobre Responsabilidad Social Empresarial de una Organización con su entorno (proveedores, clientes, empleados, comunidad, accionistas y financistas), que los Estados Financieros habituales (Estado de Situación financiera, Estado de Resultados, Cambios en el Patrimonio Neto, Flujos de Efectivo) no exhiben en su contenido. (Perera, 2012, p.25).	Informe estructurado que presenta información sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de una Organización con sus proveedores (Generación de Riqueza), con sus clientes, empleados, con la comunidad, con sus accionistas y con las empresas financistas (Distribución de la Riqueza).	Generación de Riqueza	RSE con sus proveedores	% de costo para empresas locales y no locales
			Distribución de riqueza	RSE con sus clientes	% de costo para empresas locales y no locales
				RSE con sus Empleados	% de costo para empleados locales y no locales
				RSE con sus Accionistas	% de aumento o disminución de utilidad
				RSE con la Comunidad	% de costo para empresas locales y no locales
RSE con las empresas Financistas	% de costo para empresas locales y no locales				

3.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, transversal, exploratorio.

“La investigación no experimental se toma como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables”. (Sampieri, 2016, p. 164).

“Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Sampieri, 2016, p. 154).

El propósito de los diseños exploratorios es comenzar a conocer una variable, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o pocos conocidos, además constituyen el preámbulo de otros diseños. (Sampieri, 2016, p. 91).

La presente investigación también es propositiva por fomentar y propiciar la investigación científica como elemento para la formación integral de los profesionales.

3.3. Unidad de estudio

Libro de Proyectos, registro de compras, planilla de remuneraciones, libro de gestión ambiental, libro de donaciones, libro de proyectos, estado de resultados 2015-2016 y libro de obligaciones financieras de Caxamarca Gas S.A.

3.4. Población

Área contable de la empresa Caxamarca Gas S.A

3.5. Muestra

Conjunto de libros, registros contables y Estados Financieros de Caxamarca Gas S.A.

3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

MÉTODOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	PROCEDIMIENTOS
Observación	Observación	Ficha de Matriz Documental	El recojo de información se efectuó mediante varias visitas a la empresa a fin de aplicar la ficha de matriz documental y recolectar información relevante para elaborar el Quinto Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

3.7.1. Análisis de datos

- ❖ Análisis y evaluación de la información para la variable y su indicador correspondiente.
- ❖ Representación estadística de los indicadores para el estudio: manejo tabular.
- ❖ Valoración y validación de la información a través de la contrastación de la hipótesis.
- ❖ Gráfico de barras: para poder determinar el aumento o disminución de la utilidad del año 2016 con relación a la del año 2015. Identificando de esta manera la responsabilidad social empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus accionistas.
- ❖ Gráfico pastel: para procesar el resumen de los resultados que precisan la responsabilidad social empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus proveedores, clientes, empleados, la comunidad y con las empresas financieristas.

3.7.2. Procedimientos

a) Investigación del tema de estudio.

Se comenzó con la búsqueda y recopilación de información, referente al tema de responsabilidad social empresarial, obteniéndola de diversos trabajos de investigación y de libros especializados en el tema.

b) Entendimiento y conocimiento de la empresa.

Para obtener un entendimiento adecuado de las actividades y funcionamiento de la empresa, se buscó en la página web institucional de Caxamarca Gas S.A. y en consulta RUC, su misión, visión, organización, historia, producto que vende, rubro al que se dedica, domicilio fiscal, representante legal y cantidad de trabajadores.

c) Elaboración de los instrumentos de medición.

Una vez entendida las actividades que desarrolla la empresa y la teoría de responsabilidad social empresarial (RSE), se procedió a elaborar los instrumentos de medición: Fichas de Análisis Documental, que permitan identificar la responsabilidad social empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus proveedores, clientes, empleados, con su comunidad, accionistas y con las empresas financieristas.

d) Recolección de información.

Para la recolección de información, se aplicó el instrumento de medición elaborado al área de Contabilidad, en diversas oportunidades con la finalidad de llegar a recabar toda la información necesaria.

e) Procesamiento de información a través de cuadros y gráficos de barras.

Se procedió a elaborar cuadros de resumen de acuerdo a la información que se recolectó, desde la tabla 1 hasta la tabla 18. Se asignó pesos de acuerdo al indicador, para identificar la responsabilidad social empresarial de Caxamarca Gas S.A., con sus diferentes grupos de interés.

Se procesó toda la información recolectada a través gráficos estadísticos de barras y pastel.

f) Análisis de los resultados de acuerdo a la hipótesis planteada.

Contrastación de la información recolectada en la empresa Caxamarca Gas S.A. durante el año 2016, con los antecedentes y bases teóricas.

g) Interpretación y discusión de los resultados con apoyo del marco teórico.

Se procedió a contrastar y corroborar la información procesada con el antecedente, marco teórico y teoría sobre la responsabilidad social empresarial, profundizando en los beneficios de la elaboración de un Quinto Estado Financiero que registre la responsabilidad social empresarial de una organización.

h) Comprobación y verificación de la hipótesis.

Tesis es exploratoria no cuenta con una hipótesis planteada. (Sampieri, 2014, p.104).

i) Realización de conclusiones y recomendaciones.

Para la realización de conclusiones y recomendaciones, se sintetizó toda la información procesada y contrastada a lo largo del presente trabajo de investigación. Posteriormente se elaboraron las recomendaciones que se espera puedan implementarse en la empresa para su mejora.

IV. Capítulo. Resultados

4.1. Primer elemento: generación de riqueza

En este primer apartado se identifica la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus proveedores.

4.1.1. Identificar la responsabilidad social empresarial (rse) con sus proveedores

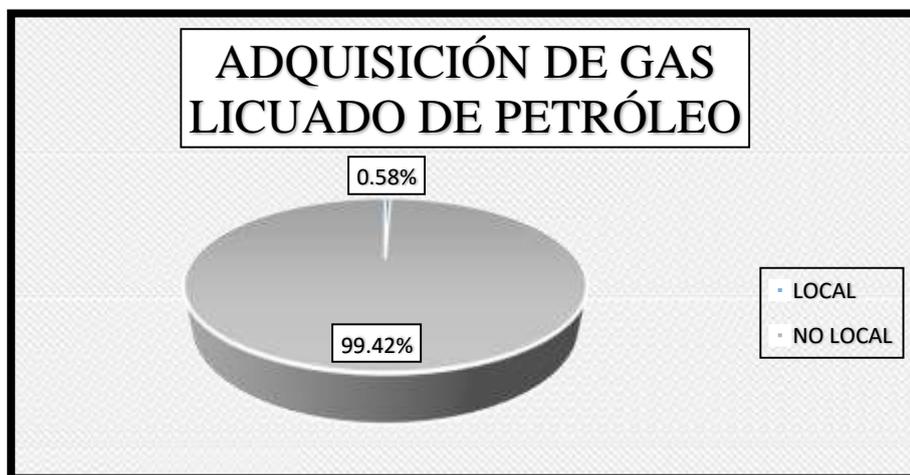
Se identificó la RSE con los proveedores, a través del instrumento de medición (Ficha de Análisis Documental):

Tabla 1

Ponderación de la compra del Gas Licuado de petróleo (GLP) según domicilio fiscal.

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Producción	Base 1 Planta	201001282 18	PETROLEOS DEL PERU PETROPERU	EMPRESA ESTATAL DE DERECHO PRIVADO	LIMA	11,387,043	99.42%
Producción	Base 1 Planta	206001762 94	MARK DA	SOCIEDAD ANONIMA	CAJAMARCA	66,285	0.58%
TOTAL						11,453,327	100.00%

Fuente: Elaboración propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 1

Figura 1: Ponderación de la compra del Gas Licuado de petróleo (GLP) según domicilio fiscal.

En la Tabla 1, se realizó una ponderación de la compra de Gas Licuado de Petróleo precisando que un 99,42% de la compra del Gas Licuado de Petróleo pertenece a una organización con domicilio fiscal en la ciudad de Lima y solamente un 0.58% de un proveedor local.

Caxamarca Gas SA compra la mayoría del GLP a una entidad no local, puesto que, dicha entidad cuenta con capacidad suficiente para proveer el GLP necesario

que Caxamarca Gas SA necesita. Por otro lado, la empresa local se dedica a la venta al por menor de combustibles, y cuenta con poca capacidad para proveer del GLP necesario.

Se concluyó, que Caxamarca Gas SA no puede ser Socialmente Responsable con las organizaciones Cajamarquinas, por la falta de compañías que provean GLP en grandes cantidades y que puedan cubrir con sus necesidades.

Tabla

Ponderación de la compra de Balones de Gas, según domicilio fiscal.

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Producción	Base 1 Planta	20459349341	N & A	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	243,641	100.00%
TOTAL						243,641	100.00%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 2

Figura 2: Ponderación de la compra de balones de gas, según domicilio fiscal.

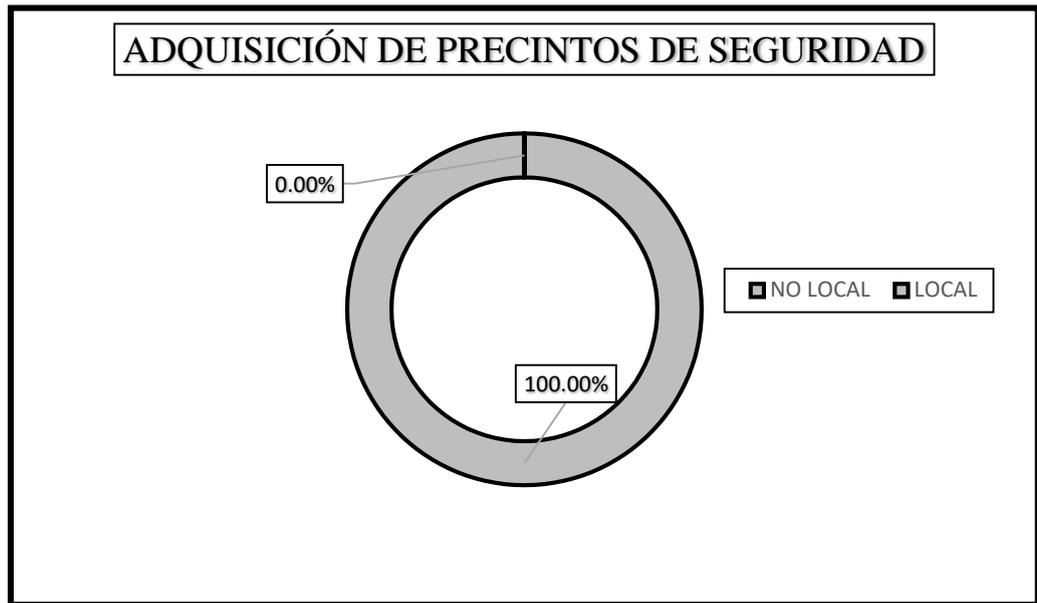
En la Tabla 2, se realizó la ponderación de la compra de Balones de Gas, estableciendo que estos son adquiridos en su totalidad a empresas no locales y por lo tanto Caxamarca Gas SA no puede ser socialmente responsable porque no hay empresas cajamarquinas que se dediquen a la fabricación de productos de metal NCR (Non Conformity Report) de acuerdo a la ISO 9001.

Tabla

Ponderación de la compra de Precintos de Seguridad, según domicilio fiscal

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Producción	Base 1 Planta	900406683 - 9	INYECTOINNOVA	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	BOGOTA	58,591	100.00%
TOTAL						58,591	100.00%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 3

Figura 3: Ponderación de la compra de precintos de seguridad, según domicilio fiscal.

En la Tabla 3, se realizó la ponderación de la compra de Precintos de Seguridad, estableciendo que el 100% se adquiere de una empresa domiciliada en la ciudad de Bogota-Colombia.

Esto se debe, a que, el modelo de precinto de seguridad ofrecido por la empresa colombiana, no es ofrecido por ninguna empresa peruana, porque, brinda el modelo bajo presión, necesario para cumplir con las normas de Osinergmin, pues, anteriormente Caxamarca Gas S.A. utilizaba el precinto de seguridad termoencogible, actualmente prohibido por la reglamentación de Osinergmin.

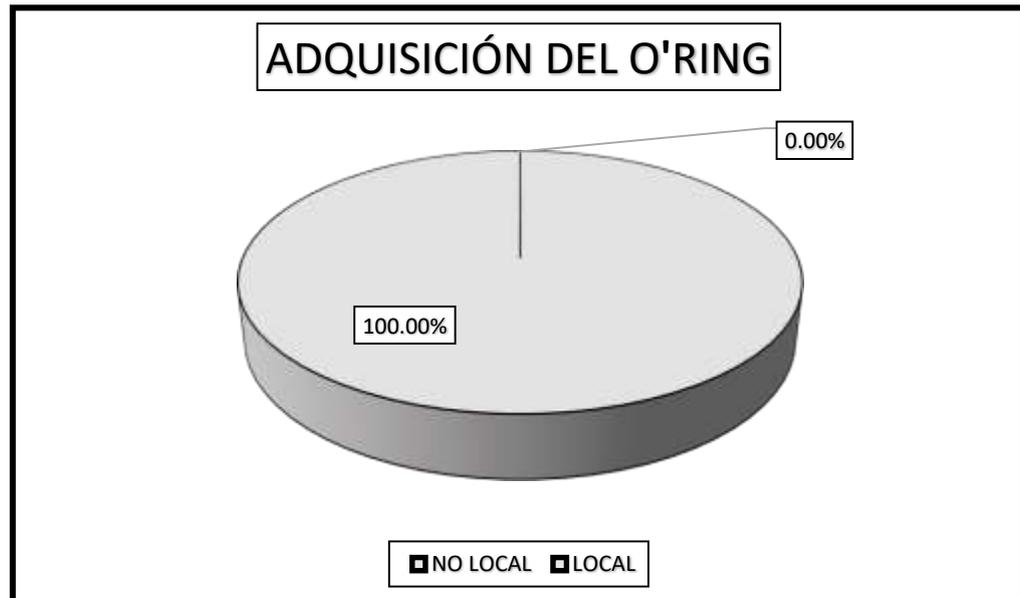
Caxagas no puede ser socialmente responsable, porque no hay empresas cajamarquinas que ofrezcan el producto que ellos necesitan para realizar su producción y para cumplir con las normas y reglamentación impuesta por Osinergmin.

Tabla

Ponderación de la compra del O'ring, según domicilio fiscal.

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Producción	Base 1 Planta	20347743071	RECCI-VAL G.L.P	SOC.COM.RESPONS. LTDA	LIMA	4,370	100.00%
TOTAL						4,370	100.00%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 4

Figura 4: Ponderación de la compra del O'ring, según domicilio fiscal.

En la Tabla 4, se realizó la ponderación con enfoque a los gastos relacionados con la compra del O'ring, estableciendo que estos son adquiridos en su totalidad (100%) de RECCI-VAL GLP SCRL, empresa domiciliada en la ciudad de Lima.

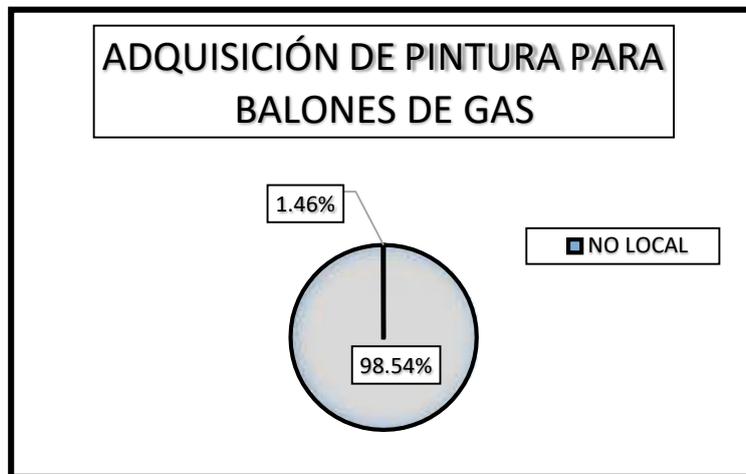
Caxamarca Gas SA no puede ser socialmente responsable con empresas locales porque el O'ring que necesita, ninguna empresa cajamarquina lo ofrece.

Tabla

Ponderación de la compra de Pintura para Balones, según domicilio fiscal.

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Producción	Base 1 Planta	101572488 18	MORALES CARRANZA MERY ELIZABETH	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	CAJAMARCA	4,126	1.46%
Producción	Base 1 Planta	201003773 58	CHEMICAL MINING S A	SOCIEDAD ANONIMA	LIMA	263,548	93.22%
Producción	Base 1 Planta	204924826 18	INDUSTRIAS ALCON PERU	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA	15,045	5.32%
TOTAL						270,841	100.00%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 5

Figura 5: Ponderación de la compra de Pintura para Balones, según domicilio fiscal.

En la Figura 5, se expone la ponderación de la compra de pintura para Balones de gas, observándose que un 1.46% pertenece a las compras a proveedores locales, y un 98.54% pertenece a las adquisiciones de pintura de entidades domiciliadas en la ciudad de Lima.

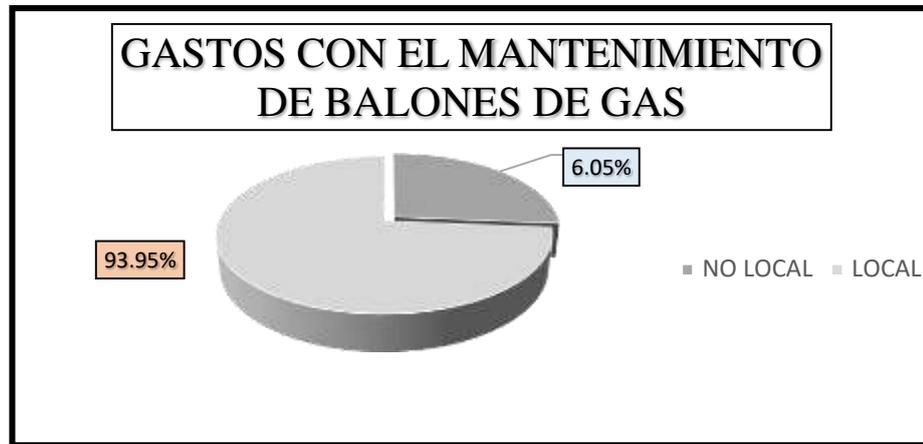
Identificando así que Caxamarca Gas S.A. no puede ser socialmente responsable con las empresas locales, puesto que éstas, no ofrecen la calidad del producto que necesitan.

Tabla 6

Ponderación del gasto por mantenimiento de balones de gas, según domicilio fiscal.

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Producción	Base 1 Planta	205296492 08	M Y S MULTISERVIS CAJAMARCA	SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	CAJAMARCA	31,080	93.95%
Producción	Base 1 Planta	205400747 72	FABRICACION Y SERVICIO TECNICO S.R.L.	SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	LIMA	2000	6.05%
TOTAL						33,080	100.00%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 6

Figura 6: Ponderación del gasto por mantenimiento de balones de gas, según domicilio fiscal.

En la Figura 6, se indica la ponderación del gasto por mantenimiento de balones de gas, contemplándose que un 93.95% pertenece a una empresa local, y un 6.05% a una organización domiciliada en la ciudad de Lima (no local).

Se identifica, que la empresa Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con las empresas locales. El motivo es que la empresa cajamarquina a diferencia de la empresa limeña, ofrece una mejor calidad en el servicio que brinda, pero al no abastecerse para realizar todo el servicio, se contrata a la empresa limeña.

4.2. SEGUNDO ELEMENTO: DISTRIBUCIÓN DE RIQUEZA

4.2.1. IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON SUS CLIENTES

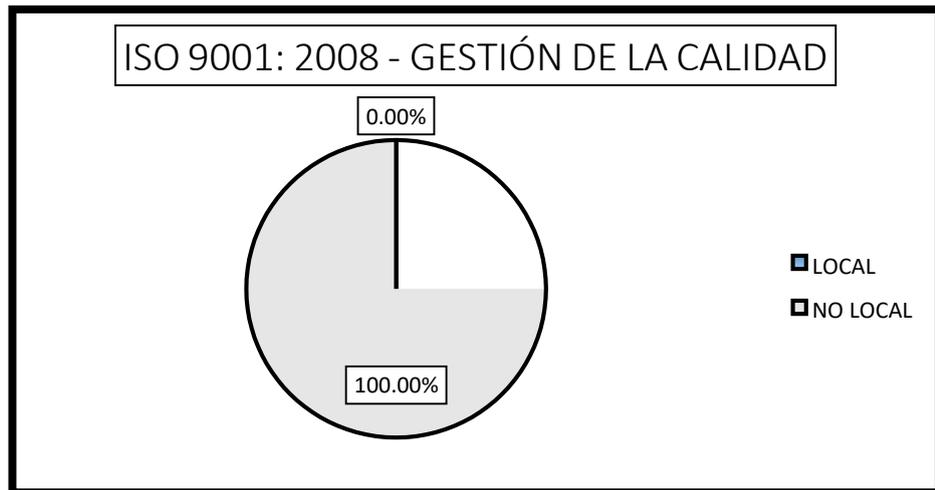
Se identificó la RSE con sus clientes, a través del instrumento de medición (Ficha de Análisis Documental):

Tabla 7

Ponderación del importe otorgado para la obtención de la ISO 9001:2015 Gestión de la Calidad, según domicilio fiscal

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Producción	Base 1 Planta	20332970411	LOT INTERNACIONAL	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LAMBAYEQUE	S/. -	100.00%
TOTAL						S/. -	100.00%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 7

Figura 7: Ponderación del importe otorgado para la obtención de la ISO 9001:2015 Gestión de la Calidad, según domicilio fiscal

En la Figura 7 se puede observar que el 100% del gasto para la obtención de la ISO 9001:2015 Gestión de la Calidad, corresponde a la contratación de una empresa no local, domiciliada en el departamento de Lambayeque.

El gasto correspondiente al importe de cero, se debe a que la empresa Caxamarca Gas S.A., obtuvo el premio de excelencia de Calidad, para el año 2016, otorgada por Lol Internacional gratuitamente.

Caxamarca Gas no puede ser socialmente responsable con organizaciones Cajamarquinas debido a la no existencia de empresas domiciliadas en la ciudad de Cajamarca que ofrezcan la implementación de la ISO 9001:2015 Gestión de la Calidad.

Sin embargo, Caxamarca Gas S.A., es socialmente responsable con sus clientes cajamarquinos, por poseer una norma internacional que les permita acreditar la calidad y seguridad de su producto.

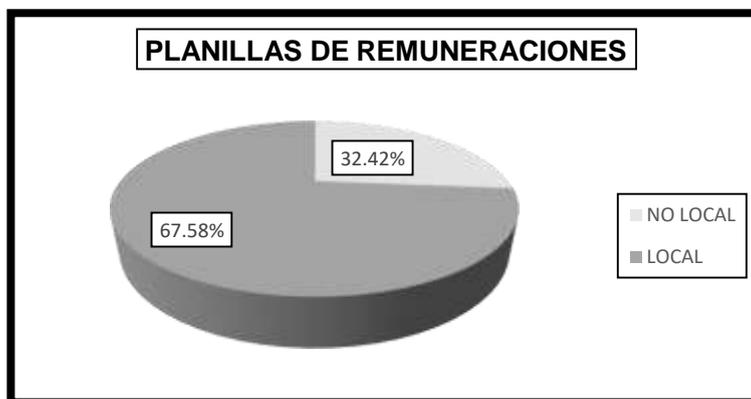
4.2.2. IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON SUS EMPLEADOS

Tabla 8

Ponderación de los gastos incurridos con el pago de planillas, según lugar de procedencia.

CENTRO DE COSTO	BASE	PROCEDENC.	CANT.	MONTO	%
Administración	Base 1	Local	16	332,596	40.38%
	Planta				
	Base 1	No Local	9	187,085	22.71%
	Planta				
Producción	Base 1	Local	8	125,550	15.24%
	Planta				
	Base 1	No Local	3	47,081	5.72%
	Planta				
Ventas	Base 1	Local	3	98,502	11.96%
	Planta				
	Base 1	No Local	1	32,834	3.99%
	Planta				
Total				823,648	100%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 8

Figura 8: Ponderación del gasto incurrido con el pago de planillas, según lugar de procedencia.

En Figura 8 se presentó los gastos incurridos con el pago de planillas, contemplándose que un 67,58% son pagos a empleados con procedencia local, y un 32.42%, a empleados con procedencia no local.

La razón está dada por la formación académica de los profesionales que postulan, ya que, cuando se necesita un puesto de trabajo dentro de la organización, según las políticas de Caxamarca Gas S.A., se debe contratar el personal más

idóneo para el puesto, independientemente del lugar del que proceda; sin embargo, el gerente general Wilson Elmer Pesantes Alayo, como ciudadano nacido en el departamento de Cajamarca, ha impuesto a modo de cultura organizacional para la empresa, que de preferencia se reclute personal cajamarquino, teniendo en cuenta su formación académica, para que la empresa posea los mejores profesionales y llegue al éxito junto con los cajamarquinos.

Tabla

Distribución porcentual del costo de los equipos de protección personal de acuerdo al lugar de procedencia de los trabajadores.

CENTRO DE COSTO	BASE	MONTO TOTAL	PROCEDENCIA EMPLEADOS		MONTO DISTRIBUIDO	%
Administración	Base 1 Planta	2,348.82	Local	64.00%	1,503	12.67%
			No Local	36.00%	846	7.13%
Producción	Base 1 Planta	4,745.41	Local	72.73%	3,451	29.09%
			No Local	27.27%	1,294	10.91%
Ventas	Base 1 Planta	4,767.71	Local	75.00%	3,576	30.15%
			No Local	25.00%	1,192	10.05%
TOTAL		S/. 11,861.94			11,862	100%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 9

Figura 9: Distribución porcentual del costo de los equipos de protección personal de acuerdo al lugar de procedencia de los trabajadores.

En la Figura 9 se aprecia los gastos incurridos con la compra de equipos de protección personal, distribuyéndose un 72% para empleados cajamarquinos, y un 28% para trabajadores no cajamarquinos.

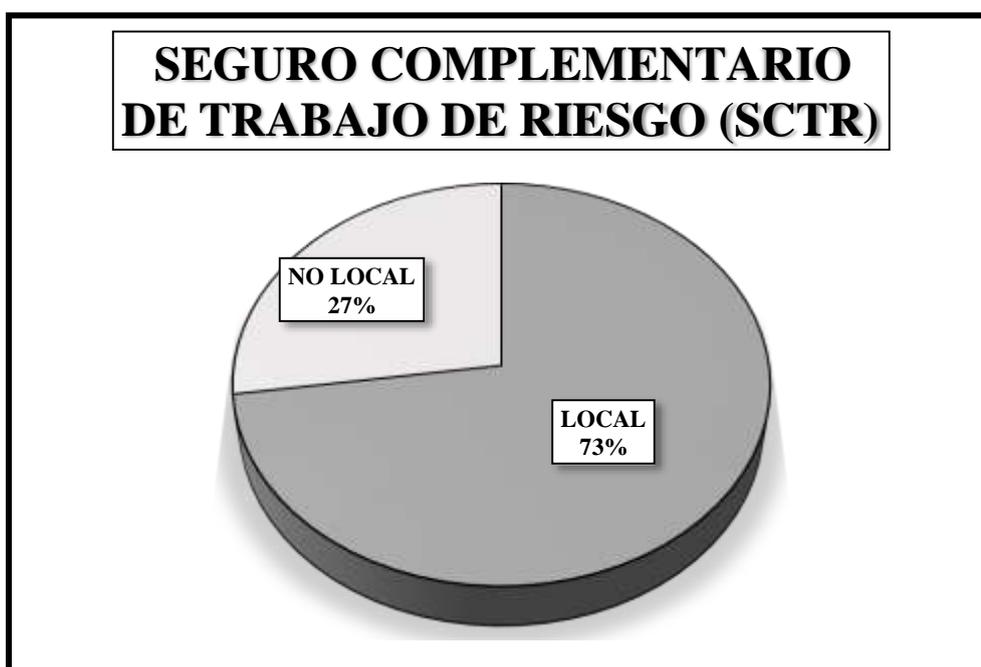
Caxamarca Gas es socialmente responsable con sus trabajadores, al adquirir equipos de protección personal para cuidar su salud e integridad. La Figura N° 9 hace alusión a la distribución de los gastos según la procedencia de sus trabajadores siendo estos locales (cajamarquinos) y no locales (no cajamarquinos).

Tabla 44

Distribución porcentual del monto del Seguro Complementario de Riesgo (SCTR) de acuerdo al lugar de procedencia de sus empleados.

CENTRO DE COSTO	BASE	MONTO TOTAL	PROCEDENCIA EMPLEADOS	MONTO DISTRIBUIDO	%
Producción	Base 1	18,760	Local	13,644	72.56%
	Planta		No Local	5,116	27.21%
Ventas	Base 1	42	Local	32	0.17%
	Planta		No Local	11	0.06%
TOTAL		18,803		18,803	100%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 10

Figura 10: Distribución porcentual del Seguro Complementario de Riesgo (SCTR) de acuerdo al lugar de procedencia de sus empleados.

La Figura 10 nos expresa que un 73% del monto correspondiente al SCTR, pertenece a trabajadores locales (cajamarquinos) y el 27% a trabajadores no locales (no cajamarquinos).

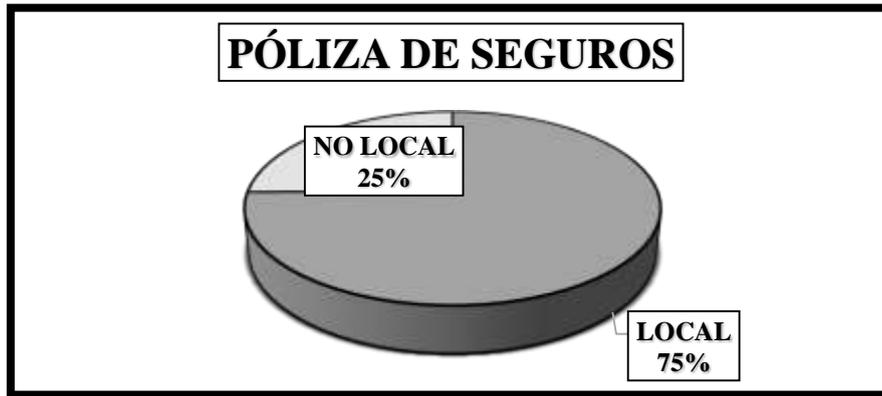
Caxamarca Gas SA, es socialmente responsable con sus trabajadores, al poseer éstos, un seguro que les permita cubrir su salud, en casos de accidentes laborales.

Tabla 45

Ponderación de los gastos incurridos con el pago de Pólizas de Seguro.

CENTRO DE COSTO	BASE	MONTO TOTAL	PROCEDENCIA EMPLEADOS	MONTO DISTRIBUIDO	%
Administración	Base 1	243	Local	156	1.21%
	Planta		No Local	88	0.68%
Ventas	Base 1	12,676	Local	9,507	73.59%
	Planta		No Local	3,169	24.53%
TOTAL		12,920		12,920	100%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 11

Figura 11: Ponderación de los gastos incurridos con el pago de Pólizas de Seguro

En la Figura 11 se expone que un 75% del gasto relacionado a las pólizas de seguro, corresponde para empleados cajamarquinos (locales) y un 25% para no locales.

Según los datos expuestos, Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con sus empleados por brindarles un contrato que certifique un respaldo para evitar que sus trabajadores en un futuro posean perjuicios económicos por situaciones accidentales que puedan surgir en la Planta.

Tabla 12

Distribución porcentual del monto de Capacitaciones a trabajadores, de acuerdo a su lugar de procedencia.

CENTRO DE COSTO	BASE	MONTO TOTAL	PROCEDENCIA EMPLEADOS		MONTO DISTRIBUIDO	%
Administración	Base 1 Planta	23,913	Local	64.00%	15,305	64.00%
			No Local	36.00%	8,609	36.00%
TOTAL		26,696			23,913	100%

Fuente: Elaboración propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 12

Figura 12: Distribución porcentual del monto de Capacitaciones a trabajadores, de acuerdo a su lugar de procedencia

La Figura 12, demuestra que del importe total de capacitaciones, se distribuye un 64% para trabajadores locales, y un 36% para no locales; registrando con certeza que Caxamarca Gas SA, es socialmente responsable con sus trabajadores.

4.2.3. IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON LA COMUNIDAD

Tabla 13

Ponderación de los gastos incurridos con el tratamiento de Residuos Sólidos.

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Administración	Base 1 Planta	20513877324	EMPRESA DE TRANSPORTES MARIN HERMANOS S.A.C.	LIMA	3,511	7.59%
Administración	Base 1 Planta	20512528458	SHALOM EMPRESARIAL S.A.C.	LIMA	1,992	4.30%
Administración	Base 1 Planta	20600136560	CONSULTORA MZ S.A.C.	LIMA	1,017	2.20%
Administración	Base 1 Planta	20100227461	TRANSPORTES CRUZ DEL SUR S.A.C	LIMA	14	0.03%
Administración	Base 1 Planta	20502324927	TRANSPORTES EL PINO S.A.C.	LIMA	215	0.46%
Producción	Base 1 Planta	20513877324	EMPRESA DE TRANSPORTES MARIN HERMANOS S.A.C.	LIMA	5,263	11.38%
Producción	Base 1 Planta	20512528458	SHALOM EMPRESARIAL S.A.C.	LIMA	858	1.86%
Producción	Base 1 Planta	20600136560	CONSULTORA MZ S.A.C.	LIMA	1,017	2.20%
Producción	Base 1 Planta	20600132149	DISTRIBUCION COMERCIAL EXPRESS S.A.C.	LIMA	8,644	18.69%
Producción	Base 1 Planta	10068362135	VILLANUEVA PICON MARINO	LIMA	21,000	45.39%
Producción	Base 1 Planta	10255689024	VASQUEZ MEDINA WILLIAM HERMINIO	LIMA	80	0.17%
Producción	Base 1 Planta	20100227461	TRANSPORTES CRUZ DEL SUR S.A.C	LIMA	40	0.09%
Ventas	Base 1 Planta	20513877324	EMPRESA DE TRANSPORTES MARIN HERMANOS S.A.C.	LIMA	2,059	4.45%
Ventas	Base 1 Planta	20512528458	SHALOM EMPRESARIAL S.A.C.	LIMA	85	0.18%
Ventas	Base 1 Planta	10068362135	VILLANUEVA PICON MARINO	LIMA	466	1.01%
TOTAL					46,261	100%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 13

Figura 13: Ponderación de los gastos incurridos con el tratamiento de Residuos Sólidos

De acuerdo a la Figura 13, un 100% del tratamiento de residuos sólidos lo realizan empresas no locales.

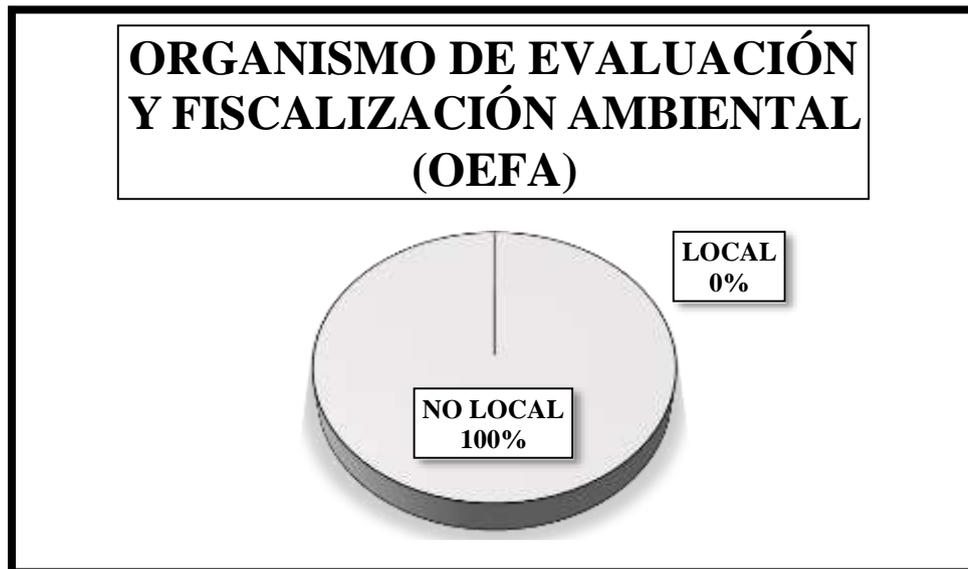
Caxamarca Gas S.A., es socialmente responsable con su comunidad pues se preocupa por la limpieza y el cuidado del medio ambiente, a pesar de contratar a empresas con domicilio fiscal en la ciudad de Lima para el tratamiento de los residuos sólidos.

Tabla 14

Ponderación de los gastos incurridos con el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA).

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Administración	Base 1 Planta	10091195327	MENACHO MARCELO FABIAN	LIMA	500	100%
TOTAL					500	100%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 14

Figura 14: Ponderación de los gastos incurridos con el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA)

La Figura 14, expresa que Caxamarca Gas S.A., cumple con la OEFA, al contratar a una persona jurídica no local.

Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con su comunidad al cumplir con los estándares que plantea el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA); institución encargada de velar por el cuidado y protección del medio ambiente.

Tabla 15

Ponderación de los importes otorgados por Donaciones.

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Administración	Base 1 Planta	20148313041	ALDEAS INFANTILES SOS PERU-ASOCIACION NACIONAL	CAJAMARCA	395	18.26%
Administración	Base 1 Planta	20170715056	CONGREGACION DE HERMANITAS DE LOS ANCIANOS DESAMPARADOS	CAJAMARCA	922	42.56%
Administración	Base 1 Planta	20207409902	IGLESIA CENTRO VICTORIA DEL PERU	LIMA	11	0.53%
Administración	Base 1 Planta	10723925776	MARRUFO CABRERA ERIKA LUZ	CAJAMARCA	175	8.10%
Ventas	Base 1 Planta	10723925776	MARRUFO CABRERA ERIKA LUZ	CAJAMARCA	661	30.55%
TOTAL					2,165	100%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 15

Figura 15: Ponderación de los importes otorgados por donaciones.

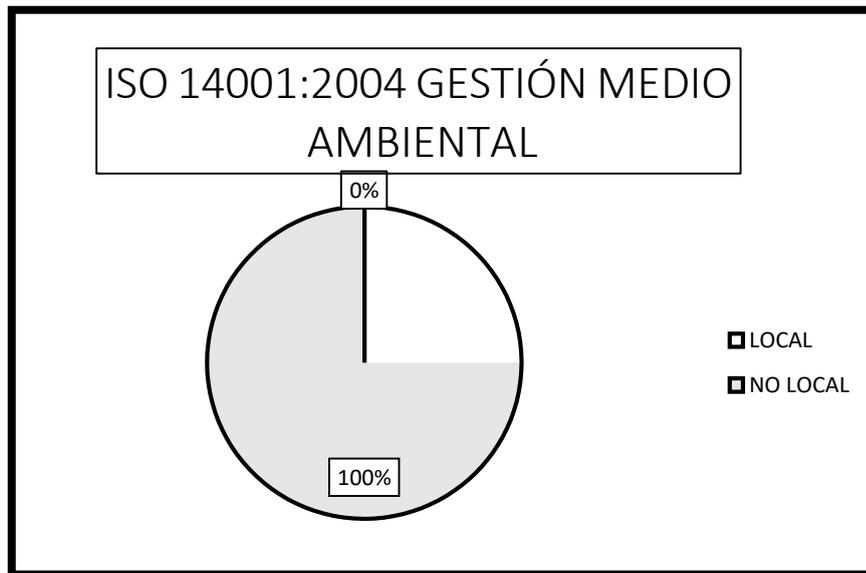
La Figura 15, expresa que las donaciones de Caxamarca Gas S.A., son el 99% a instituciones locales y un 1% a entidades no locales. Los datos relevan que Caxagas es socialmente responsable con su comunidad, por apoyar a congregaciones y/o asociaciones sin fines de lucro que necesitan de su apoyo.

Tabla 16

***Ponderación de los importes otorgados para la obtención de la ISO 14001:2015
Gestión Medio Ambiental.***

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Producción	Base 1 Planta	20332970411	EL PACIF.VIDA CIA DE SEGUROS Y REASEG	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LAMBAYEQUE	S/. -	100.00%
TOTAL						S/. -	100.00%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 16

Figura 16: Ponderación de los importes otorgados para la obtención de la ISO 14001:2015 Gestión Medio Ambiental.

La Figura 16, expresa que de los importes otorgados para la obtención de la ISO 14001:2015 Gestión Medio Ambiental, el 100% fue ocupado por una empresa no local, domiciliada en el departamento de Lambayeque.

El gasto correspondiente al importe de cero, se debe a que la empresa Caxamarca Gas S.A., obtuvo también un premio de excelencia de Gestión Medio Ambiental, haciéndose acreedor de la ISO 14001 gratuitamente para el año 2016.

Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con su comunidad, por poseer una norma internacional, que certifique y corrobore el cuidado y protección que posee la entidad con el medio ambiente.

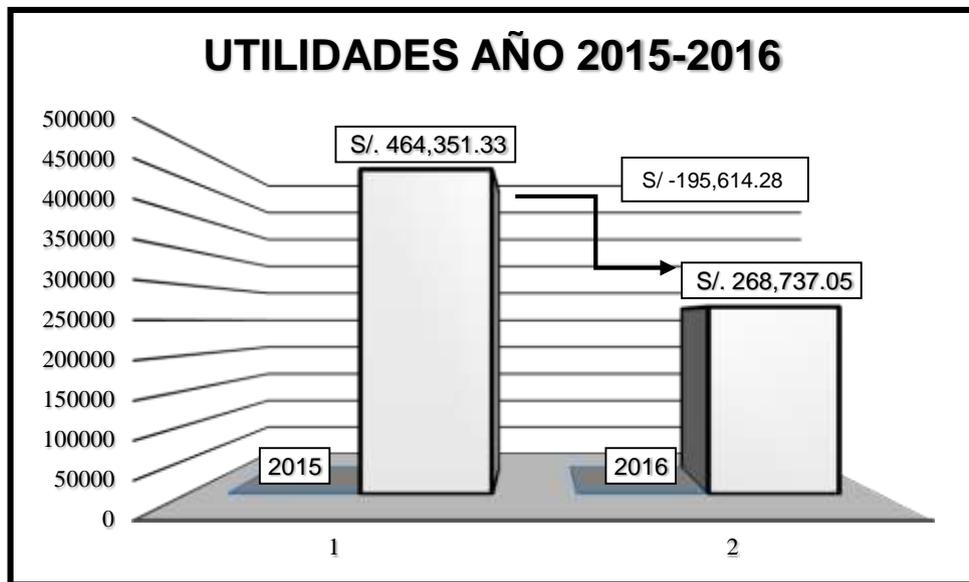
4.2.4. IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON SUS ACCIONISTAS

Tabla 17

Ponderación de la utilidad de Caxamarca Gas SA, por los años 2015 y 2016.

AÑO	BASE	IMPORTE	DISMINUCIÓN	%
2015	Base 1 Planta	464,351	-	100.00%
2016	Base 1 Planta	268,737	-195,614	-72.79%

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 17

Figura 17: Ponderación de la utilidad de Caxamarca Gas, por los años 2014 y 2015.

La Figura 17 nos indica la variación de la utilidad para el año 2016, respecto a la del año 2015, la cual es una disminución del 72,79%.

Caxamarca Gas S.A., está siendo socialmente responsable con sus accionistas en el año 2016, a pesar de que se está produciendo una disminución de utilidad, pasando de S/ 464,351.33 (2015) a S/ 268,737.05 (2016); se ha creado otra empresa llamada Oxicax, disminuyendo las utilidades de los accionistas por una parte (Caxamarca Gas S.A.), pero aumentándolas por otra (OXICAX).

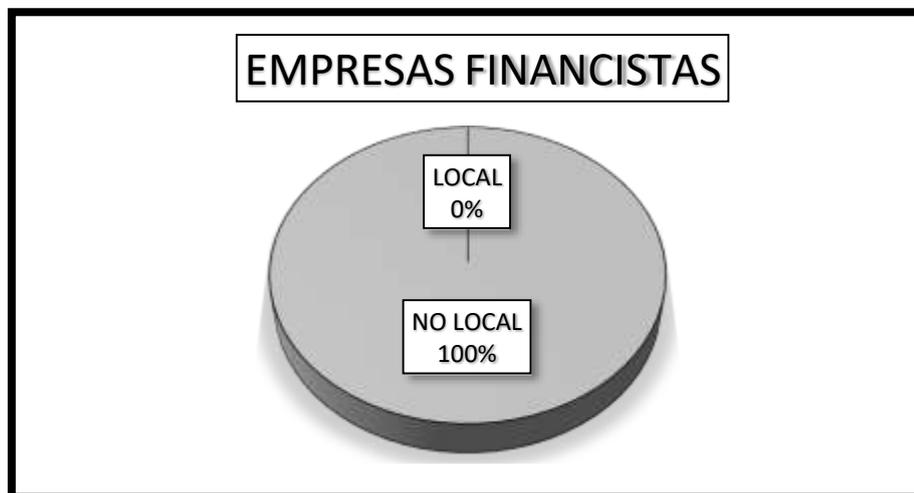
4.2.5. IDENTIFICAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) CON LAS EMPRESAS FINANCIERAS

Tabla 18

Ponderación del monto de financiamiento de Caxamarca Gas SA. con empresas financieras, de acuerdo a su domicilio fiscal.

CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE	%
Administración	Base 1 Planta	20100043140	SCOTIABANK PERU	LIMA	744,277	100%
TOTAL					744,277	

Fuente: Elaboración Propia basada en la información contenida en la ficha de análisis documental.



Fuente: Tabla 18

Figura 18: Ponderación del monto de financiamiento de Caxamarca Gas S.A. con empresas financieras, de acuerdo a su domicilio fiscal

La Figura 18, expresa que Caxamarca Gas SA tiene un 100% operaciones de financiación con empresas no locales.

La empresa Caxamarca Gas S.A. no puede ser socialmente responsable con empresas locales, puesto que, las entidades locales no poseen la capacidad suficiente para cubrir con las operaciones de financiamiento que la empresa necesita.

V. Discusión

Un Quinto Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial es un informe estructurado que presenta información sobre la Responsabilidad Social Empresarial de una Organización con su entorno (proveedores, clientes, empleados, comunidad, accionistas y financistas), que los Estados Financieros habituales (Estado de Situación financiera, Estado de Resultados, Cambios en el Patrimonio Neto, Flujos de Efectivo) no exhiben en su contenido. (Perera, 2012, p.25).

Mediante los componentes de Generación y Distribución de Riqueza (estructura del Quinto Estado Financiero), se ha podido registrar las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza Caxamarca Gas S.A.; elaborando un Quinto Estado Financiero que identifique la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus proveedores, con sus clientes, con sus empleados, con la comunidad, con sus accionistas y con las empresas financistas.

Los resultados brindaron información relevante de acuerdo al primer elemento - Generación de Riqueza:

- ❖ Caxamarca Gas S.A. no puede ser socialmente responsable con algunos proveedores cajamarquinos por:
 - El 99.42% de la adquisición del Gas Licuado de Petróleo (GLP) se realiza a una empresa con domicilio fiscal en la ciudad de Lima, por la falta de compañías cajamarquinas que provean Gas Licuado de Petróleo en las cantidades que necesita Caxamarca Gas para cubrir con sus necesidades.
 - Adquiere en su totalidad los balones de una empresa domiciliada en Lima, puesto que no hay empresas cajamarquinas que se dediquen a la fabricación de productos de metal NCR (Non Conformity Report) de acuerdo a la ISO 9001.
 - El 100% de adquisiciones de precintos de seguridad son de una organización colombiana. Esto se debe, a que, el modelo de precinto de seguridad ofrecido por la empresa colombiana, no es ofrecido por ninguna empresa peruana, porque brinda el modelo bajo presión, necesario para cumplir con las normas de Osinergmin, pues, anteriormente Caxamarca Gas S.A. utilizaba el precinto de seguridad termoencogible, actualmente prohibido por la reglamentación de Osinergmin.
 - Un 100% de la adquisición del O´ring se obtiene de una empresa domiciliada en la ciudad de Lima, por la falta de proveedores que ofrezcan el producto con calidad y alta duración que Caxamarca Gas S.A. necesita.
 - En la Pintura para balones de gas, el 1.46% se adquiere de proveedores cajamarquinos y un 98.54% de proveedores no locales, debido a que las empresas cajamarquinas que ofrecen el producto, no presentan la calidad necesaria requerida por Caxamarca Gas S.A.

Un 93.95% de los gastos correspondientes al mantenimiento de balones de gas, es con una empresa cajamarquina, y el 6.05% con una empresa domiciliada en la ciudad de Lima. En esta situación, la empresa cajamarquina ofrece un mejor servicio que la empresa limeña, pero al no abastecerse para realizar todo el servicio, Caxagas necesita otra empresa, contratándose a la empresa limeña.

Por lo tanto, Caxamarca Gas **viene a ser es socialmente responsable** con las empresas cajamarquinas que brinden el servicio de mantenimiento de balones.

Los resultados obtenidos brindaron información relevante de acuerdo al segundo elemento - Distribución de Riqueza:

- ❖ Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con sus clientes por:
 - Contratar en un 100% a una organización domiciliada en la ciudad de Lambayeque para la obtención de la ISO 9001: 2015 Gestión de calidad, que garantiza al cliente la calidad del producto que adquiere; confirmando que: “Las organizaciones cada vez están más presionadas a cumplir estándares adicionales, para salvaguardar la seguridad y salud de sus clientes”. (Vives y Peinado, 2011).

- ❖ Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con sus empleados dado que:
 - Posee un 67,58% de empleados cajamarquinos y un 32.42% de empleados no cajamarquinos. La razón está dada por la formación académica de los profesionales que postulan, ya que, cuando se necesita un puesto de trabajo dentro de la organización, según las políticas de Caxamarca Gas S.A., se debe contratar el personal más idóneo para el puesto, independientemente del lugar del que proceda; sin embargo, el gerente general Wilson Elmer Pesantes Alayo, como ciudadano nacido en el departamento de Cajamarca, ha impuesto a modo de cultura para la empresa, que de preferencia se reclute personal cajamarquino, teniendo en cuenta su formación académica, para que la empresa posea los mejores profesionales y llegue al éxito junto con los cajamarquinos.
 - Un 72% del total de la compra de equipos de protección personal (EPPs) son distribuidos a los empleados cajamarquinos y un 28% a empleados no locales. La empresa es socialmente responsable con sus trabajadores no por asignar más EPPs para empleados locales, sino, por darles a todos sus trabajadores equipos de protección personal para cuidar su salud e integridad.
 - El 73% del monto correspondiente al Seguro contra todo riesgo (SCTR), pertenece a trabajadores cajamarquinos del área de producción, y un 27% a trabajadores no cajamarquinos. Caxamarca Gas SA es responsable con sus trabajadores de esa área, al poseer estos un seguro que les permita cubrir su salud, en casos de accidentes laborales.
 - Un 75% del importe otorgado para pólizas de seguro, corresponde a trabajadores cajamarquinos, y un 25% a trabajadores de otra ciudad.

- Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con todos sus trabajadores independientemente del lugar de su procedencia, por brindarles un contrato que certifique un respaldo para evitar que sus empleados en un futuro posean perjuicios económicos por situaciones accidentales que puedan surgir en la Planta.
- Del importe total de capacitaciones que se han dado en el año 2016, un 64% fue para empleados cajamarquinos y un 36% para no cajamarquinos, evidenciándose que, Caxamarca Gas SA es socialmente responsable con todos sus trabajadores al capacitarlos.
- ❖ Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con su comunidad porque:
- Para el tratamiento de residuos sólidos el 100% lo realiza una empresa domiciliada en la ciudad de Lima, porque las empresas cajamarquinas ofrecen un costo muy elevado para dicho servicio. Pero Caxamarca Gas SA es socialmente responsable con su comunidad por preocuparse por la limpieza y el cuidado del medio ambiente, salvaguardando la salud e integridad del medio ambiente que lo rodea.
 - Caxamarca Gas SA contrata a una persona jurídica no local, para que les ayude a cumplir con los estándares del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA), siendo socialmente responsable con su comunidad al preocuparse por el medio ambiente que lo rodea.
 - Para la certificación ISO 14001: 2015 Gestión Medio Ambiental, Caxamarca Gas S.A. contrata en un 100 % a una empresa domiciliada en la ciudad de Lambayeque, para resguardar y proteger el medio ambiente que lo rodea; cumpliéndose con la afirmación respecto a la Responsabilidad Social Empresarial: “es el compromiso de la organización empresarial con el medio ambiente y el desarrollo sustentable (...)”.(Perera, 2012, p. 25)
 - Las donaciones según los resultados se realizan el 99% para entidades cajamarquinas. Caxamarca Gas S.A. dona en especie, llenando los tanques de gas de las asociaciones sin fines de lucro, asegurándose que los más necesitados sientan el apoyo que les brinda la empresa.
- ❖ Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con sus accionistas en el año 2016 porque:
- La utilidad del año 2016 con relación a la del año 2015, ha disminuido un 72,79%, pero, han aumentado considerablemente con las utilidades de la nueva empresa Oxicax.
- ❖ Caxamarca Gas S.A. no puede ser socialmente responsable con las empresas financistas cajamarquinas porque:

- Las empresas financistas cajamarquinas no poseen la capacidad suficiente para cubrir las operaciones de financiamiento que la empresa Caxamarca Gas S.A. necesita, encontrándose en la necesidad de realizar operaciones con empresas más grandes.

Un Quinto estado financiero es primordial no solo para Caxamarca Gas S.A., sino para todas las organizaciones a nivel mundial, ya que, en un mundo globalizado como lo es el siglo XXI, los consumidores cada vez con mayor frecuencia, incorporan consideraciones sociales, medioambientales o de tipo ético en los procesos de selección de productos y marcas, obligando a las empresas a mejorar su imagen empresarial, a aumentar la confianza con sus grupos de interés, a responder a la creciente demanda de transparencia demostrando el desempeño de la organización en temas sociales y medioambientales, a prevenir a la institución contra potenciales conflictos con la sociedad, y consolidar una tendencia al registrar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de una entidad con sus proveedores, con sus clientes, con sus empleados, con la comunidad, con sus accionistas y con las empresas financistas.

Conclusiones

- ❖ Se elaboró un Quinto Estado Financiero, identificando la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus proveedores en un primer apartado llamado Generación de Riqueza; y la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus clientes, con sus empleados, con la comunidad, con sus accionistas y con las empresas financieras en un segundo apartado llamado Distribución de Riqueza; registrando de esta manera todas las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza Caxamarca Gas S.A., Cajamarca, año 2016.
- ❖ Se identificó que Caxamarca Gas S.A. no puede ser socialmente responsable con algunos proveedores cajamarquinos, adquiriendo el 99,42% del GLP, el 100% de Balones de Gas, el 100% de Precintos de Seguridad, el 100% del Oring, y el 98.54% de la pintura para balones de gas, de empresas domiciliadas fuera del departamento de Cajamarca. Esto se da porque los proveedores cajamarquinos, no cuentan con la capacidad suficiente para abastecer con lo que necesita Caxamarca Gas S.A.; otros no ofrecen el producto que la empresa necesita, o no contienen la calidad y duración necesaria; a excepción de los gastos correspondientes al mantenimiento de balones de gas, que un 93,95% de los gastos corresponden a una empresa cajamarquina, pero, no puede copar el 100% porque no puede abastecerse para realizar todo el servicio solicitado.
- ❖ Se identificó que Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con sus clientes, por poseer la ISO 9001:2015 Gestión de Calidad, vital en una organización para poder garantizar que su producto es de calidad.
- ❖ Se identificó que Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con sus empleados por poseer un 67.58% de empleados cajamarquinos, teniendo preferencia por ellos; también por asignar Equipos de Protección Personal (EPPs), un seguro contra todo riesgo (SCTR) y Pólizas de Seguro a sus trabajadores con el fin específico de salvaguardar sus salud e integridad; y por capacitar constantemente a sus empleados.
- ❖ Se identificó que Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con la comunidad, por preocuparse por la limpieza y el cuidado del medio ambiente, dándole tratamiento a sus residuos sólidos; por cumplir con los estándares del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA) (entidad encargada de la fiscalización ambiental); por poseer la ISO 14001:2015 Gestión Medio Ambiental; y por sus donaciones en especie (llenado de balones de gas) a empresas sin fines de lucro, que necesitan su apoyo.
- ❖ Se identificó que Caxamarca Gas S.A. es socialmente responsable con sus accionistas a pesar de que se está produciendo una disminución de utilidad, pasando de S/ 464,351.33 (2015) a S/ 268,737.05 (2016); se ha creado otra empresa llamada Oxicax, disminuyendo

las utilidades de los accionistas por una parte (Caxamarca Gas S.A.), pero aumentándolas por otra (Oxicax).

- ❖ Se identificó que Caxamarca Gas S.A. no puede ser socialmente responsable con las empresas financieristas cajamarquinas porque, las entidades cajamarquinas no poseen la capacidad suficiente para cubrir las operaciones de financiamiento que la empresa Caxamarca Gas S.A. necesita.

Recomendaciones

En los mercados de bienes a nivel mundial se modifican constantemente las pautas de demanda, como consecuencia de las prácticas de consumo responsable, obligando a todas las organizaciones a nivel mundial, a realizar actividades que incorporen consideraciones sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Caxamarca Gas S.A. es una empresa que trata en lo posible de ser socialmente responsable con sus grupos de interés, por lo tanto; se le recomienda:

- ❖ Realizar concursos a nivel del departamento de Cajamarca, para promover que se creen nuevas empresas, que ofrezcan los productos de calidad y durabilidad que Caxamarca Gas S.A. necesita, con el fin de disminuir las compras a empresas extranjeras, y aumentar las adquisiciones a organizaciones domiciliadas en la ciudad de Cajamarca, para crecer junto con los cajamarquinos.
- ❖ Implementar un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial, para satisfacer la creciente demanda de la sociedad, en cuanto a conocer las acciones de la empresa con sus grupos de interés (transparencia); consolidando al Quinto Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial una tendencia, una herramienta de gestión empresarial, para prevenir potenciales conflictos futuros y generar un incremento de la confianza y seguridad de la población hacia la empresa.

Referencias

- Alvarado, A., Bigne, E. y Curras, R. (2011). *Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/212/21218556006.pdf>
- Briceño, S., Iraida, M., Fidel M., (2011). *La Comunicación Corporativa y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. Recuperado de [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)37-46.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)37-46.pdf)
- Cajiga, C. (2014). *El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Consejo Normativo de Contabilidad. (2016). *NIC 1: Presentación de Estados Financieros*. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/no_oficializ/nic/ES_GVT_RedBV_2016_IAS01.pdf
- Consejo Normativo de Contabilidad. (2016). *N° 38: Activos Intangibles*. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/no_oficializ/nic/ES_GVT_RedBV_2016_IAS38.pdf
- DERES (2013). *El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial Manual para la Preparación e Implementación del Balance Social en el Uruguay*. Recuperado de http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/balancesocial.pdf
- Fernández, J. (2012). *Teoría de los grupos de interés*. Recuperado de http://adresearch.esic.edu/files/2012/06/aDR6-07-teoria_stakeholder.pdf
- Hernandez, R., Collado, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Organización Internacional para la Estandarización. (2010). *ISO 26000:2010 Responsabilidad Social*. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/discovering_iso_26000-es.pdf
- Organización Internacional para la Estandarización. (2015). *ISO 9001: 2015: Sistema de Gestión de Calidad*. Recuperado de <https://www.isotools.org/pdfs/sistemas-gestion-normalizados/ISO-9001.pdf>
- Organización Internacional para la Estandarización. (2015). *ISO 14001: 2015 Sistema de Gestión Ambiental*. Recuperado de http://evlt.uma.es/documentos/medioambiental/legislacion/ISO_14001_2004.pdf

Perera, L. (2012). *Reporte Social: Un Cuarto Estado Financiero Básico Sobre la Dimensión Social de las Empresas*. Chile: PricewaterhouseCoopers.

Sámano, A., Hinojosa, C., Escamilla, S. (2014). *Hacia el reconocimiento de la responsabilidad social como activo intangible de las organizaciones*. Recuperado de http://www.academia.edu/12424208/Hacia_el_reconocimiento_de_la_responsabilidad_social_como_activo_intangible_de_las_organizaciones

Soluciones empresariales para un mundo sostenible (WBCSD). (2016). *Responsabilidad Social Corporativa (CSR)*. Recuperado de <http://old.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>

Unión Europea. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones*. Recuperado de <http://responsabilidadsocialquito.com.ec/wp-content/uploads/2015/09/DESUR-guia-final.pdf>

Vives, A. y Peinado, V.. (2011). *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. Washington, DC: Cumpetere.

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PROBLEMA	HIPÓTESIS	VARIABLE	OBJETIVOS	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
<p>Formulación del Problema: ¿Cómo elaborar un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza Caxamarca Gas S.A. Cajamarca, año 2016?</p>	<p>Hipótesis General: No aplica hipótesis por ser una tesis exploratoria.</p>	<p>Variable: Quinto Estado Financiero de Responsabilidad Social Empresarial.</p>	<p>Objetivo General: Elaborar un Quinto Estado Financiero que registre las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realiza Caxamarca Gas S.A., Cajamarca, año 2016.</p> <p>Objetivos Específicos: *</p> <ul style="list-style-type: none"> * Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus proveedores. * Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus clientes. * Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus empleados. * Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con la comunidad. * Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con sus accionistas. * Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas S.A. con las empresas financieristas. 	<p>Unidad de Estudio: Libro de Proyectos, registro de compras, planilla de remuneraciones, libro de gestión ambiental, libro de donaciones, libro de proyectos, estado de resultados 2015-2016 y libro de obligaciones financieras de Caxamarca Gas S.A.</p> <p>Población: Área contable de la empresa Caxamarca Gas S.A.</p> <p>Muestra: Conjunto de libros, registros contables y Estados Financieros de Caxamarca Gas S.A.</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental, transversal, exploratorio.</p> <p>Instrumentos de Recojo de Información: Matriz de Análisis Documental.</p>

ANEXO 2

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES REALIZADAS

FECHA	ACTIVIDADES REALIZADAS
	Identificar la Responsabilidad Social Empresarial con los proveedores.
23/09/2016	- Información de cada empresa que provee Gas Licuado de Petróleo.
23/09/2016	- Información de cada empresa que provee Balones de Gas.
23/09/2016	- Información de cada empresa que provee precintos de seguridad.
23/09/2016	- Información de cada empresa que provee el O´ring.
23/09/2016	- Información de cada empresa que provee la pintura.
23/09/2016	- Información de cada empresa que provee el mantenimiento de los balones.
	Identificar la Responsabilidad Social Empresarial con los clientes.
18/09/2017	- Cumplimiento con la ISO 9001:2015 Gestión de la Calidad.
	Identificar la Responsabilidad Social Empresarial con los empleados.
30/09/2016	- Información de los trabajadores (lugar de procedencia, remuneración, costos de equipos
30/09/2016	de protección personal por área (EPPs), Costos del Seguro Complementario de Trabajo
30/09/2016	de Riesgo (SCTR), capacitaciones y pólizas de seguro.
	Identificar la Responsabilidad Social Empresarial con la comunidad.
07/09/2016	- Información relacionada con los costos de: Tratamiento de los Residuos Sólidos,
07/09/2016	Cumplimiento con el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA),
07/09/2016	Donaciones y la ISO 14001:2015 Gestión Medio Ambiental.
	Identificar la Responsabilidad Social Empresarial con los accionistas.
07/09/2016	- Información de la utilidad del año 2015, y del año 2016.
	Identificar la Responsabilidad Social Empresarial con los financistas
07/09/2016	- Información de los leasings, pagarés, intereses, y obligaciones con entidades financieras.



**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
CON SUS PROVEEDORES**

ANEXO 3

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA UN QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL											
<p>Fecha:</p> <p>Duración:</p> <p>Visita N°:</p> <p>Área: Contabilidad.</p> <p>Representante del área: Lucy Maribel Bardales de los Santos.</p> <p>Objetivo: Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas SA. con sus Proveedores.</p>											
DOCUMENTO	¿SE ANALIZÓ?		OBSERVACIONES								
	SI	NO	CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	FECHA DE COMPRA	FECHA DE PAGO	IMPORTE
LIBRO COMPRAS - CUENTA 601210 [GAS LICUADO DE PETRÓLEO POR EXTRACCIÓN - ENVASADO]											
LIBRO COMPRAS - CUENTA 332332 [COSTO ADQUISICIÓN DE BALONES]											
LIBRO COMPRAS - CUENTA 603320 [PRECINTOS]											
LIBRO COMPRAS - CUENTA 603210 [ORING]											
LIBRO COMPRAS CUENTA 603260 [PINTURA]											
LIBRO COMPRAS CUENTA 634060 [MANTENIMIENTO DE BALONES]											

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 4

**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
CON SUS CLIENTES**

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA UN QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL									
<p>Fecha:</p> <p>Duración:</p> <p>Visita N°:</p> <p>Área: Contabilidad.</p> <p>Representante del área: Lucy Maribel Bardales de los Santos.</p> <p>Objetivo: Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas SA. con sus Clientes.</p>									
DOCUMENTO	¿SE ANALIZÓ?		OBSERVACIONES						
	SI	NO	CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	RAZÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE
LIBRO DE PROYECTOS [ISO 9001: 2008 -									

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 5

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON SUS EMPLEADOS

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA UN QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL							
Fecha:							
Duración:							
Visita N°:							
Área: Contabilidad.							
Representante del área: Lucy Maribel Bardales de los Santos.							
Objetivo: Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas SA. con sus Empleados.							
DOCUMENTO	¿SE ANALIZÓ?		OBSERVACIONES				
	SI	NO	CENTRO DE COSTO	BASE	PROCEDENCIA	CANTID	MONTO
PLANILLA DE REMUNERACIONES - CUENTA 621111 [SUELDOS EMPLEADOS]							
DOCUMENTO	¿SE ANALIZÓ?		OBSERVACIONES				
	SI	NO	CENTRO DE COSTO	BASE	MONTO TOTAL	PROCEDENCIA EMPLEADOS	MONTO DISTRIBUIDO
LIBRO COMPRAS CUENTA 657401 [EQUIPOS DE SEGURIDAD]							
PLANILLA DE REMUNERACIONES CUENTA 651106 [SCTR]							
LIBRO COMPRAS CUENTA 651105 [RESPONSABILIDAD CIVIL]							
LIBRO COMPRAS CUENTA 632920 [CURSOS DE CAPACITACIÓN]							

Fuente: Elaboración Propia



**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
CON LA COMUNIDAD**

ANEXO 6

**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA UN QUINTO ESTADO FINANCIERO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Fecha:

Duración:

Visita N°:

Área: Contabilidad.

Representante del área: Lucy Maribel Bardales de los Santos.

Objetivo: Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas SA. con la Comunidad

DOCUMENTO	¿SE ANALIZÓ?		OBSERVACIONES					
	SI	NO	CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE
LIBRO COMPRAS - CUENTA 631112 [TRANSPORTE DE CARGA OTROS]								
LIBRO GESTIÓN AMBIENTAL [OEFA]								
LIBRO DONACIONACIONES - CUENTA 659110 [DONACIONES]								
LIBRO DE PROYECTOS [ISO 14001: 2004 - Gestión Medio Ambiental.]								

Fuente: *Elaboración Propia*

**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
CON SUS ACCIONISTAS**

ANEXO 7

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA UN QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL							
<p>Fecha: Duración: Visita N°: Área: Contabilidad. Representante del área: Lucy Maribel Bardales de los Santos. Objetivo: Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas SA. con sus Accionistas</p>							
DOCUMENTO	¿SE ANALIZÓ?		OBSERVACIONES				DISMINUCIÓN
	SI	NO	AÑO	BASE	IMPORTE	AUMENTO	
ESTADO DE RESULTADOS DE LOS AÑOS 2015 Y 2016	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>							

ANEXO 8

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL - RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
CON LAS EMPRESAS FINANCIERAS

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA UN QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL								
<p>Fecha: Duración: Visita N°: Área: Contabilidad. Representante del área: Lucy Maribel Bardales de los Santos. Objetivo: Identificar la Responsabilidad Social Empresarial de Caxamarca Gas SA. con las empresas Financistas</p>								
DOCUMENTO	¿SE ANALIZÓ?		OBSERVACIONES					
	SI	NO	CENTRO DE COSTO	BASE	RUC	DENOMINACIÓN SOCIAL	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE
LIBRO DE OBLIGACIONES FINANCIERAS								
Fuente: Elaboración Propia								

ANEXO 9

CENTRO DE COSTOS DEL QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

CENTRO DE COSTOS CAXAMARCA GAS S.A. 2016					
CTA	SUBCTA	SUB-DIVISIONARIA	SUB-DIVISIONARIA	DOMICILIO FISCAL	IMPORTE
90 Responsabilidad Social Empresarial con los Clientes					
	901 Administración				
	902 Producción				
		9021 ISO 9001: 2008 Gestión de Calidad			
			90211 Procedencia 1	LAMBAYEQUE	S/.
					-
	903 Ventas				
91 Responsabilidad Social Empresarial con sus Proveedores					
	911 Producción				
		9111 Gas			
			91111 Procedencia 1	LIMA	S/.
			91112 Procedencia 2	CAJAMARCA	S/.
					11,387,042.62
		9112 Balón			
			91121 Procedencia 1	LIMA	S/.
					243,641.36
		9113 Precinto de Seguridad			
			91131 Procedencia 1	BOGOTA	S/.
					58,591.42
		9114 Oring			
			91141 Procedencia 1	LIMA	S/.
					4,370.00
		9115 Pintura			
			91151 Procedencia 1	CAJAMARCA	S/.
			91152 Procedencia 2	LIMA	S/.
			91153 Procedencia 3	LIMA	S/.
					4,126.47
					263,547.70
					15,044.94
		9116 Mantenimiento de Balones			
			91161 Procedencia 1	CAJAMARCA	S/.
			91163 Procedencia 2	LIMA	S/.
					31,080.44
					2,000.00
92 Responsabilidad Social Empresarial con sus Empleados					
	921 Administración				
		9211 Remuneraciones			
			92111 Procedencia 1	LOCAL	S/.
			92112 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.
					332,596.01
					187,085.26
		9212 Equipos de Protección Personal			
			92121 Procedencia 1	LOCAL	S/.
			92122 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.
					1,503.24
					845.58
		9213 Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)			
			92131 Procedencia 1	LOCAL	S/.
			92132 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.
					-
					-
		9214 Pólizas de Seguro			
			92141 Procedencia 1	LOCAL	S/.
			92142 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.
					155.82
					87.65
		9215 Capacitaciones			
			92151 Procedencia 1	LOCAL	S/.
			92152 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.
					15,304.63
					8,608.86

921 Producción					
	9221 Remuneraciones				
		92211 Procedencia 1	LOCAL	S/.	125,549.64
		92212 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	47,081.11
	9222 Equipos de Protección Personal				
		92221 Procedencia 1	LOCAL	S/.	3,451.21
		92222 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	1,294.20
	9223 Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)				
		92231 Procedencia 1	LOCAL	S/.	13,643.65
		92232 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	5,116.37
	9224 Pólizas de Seguro				
		92241 Procedencia 1	LOCAL	S/.	-
		92242 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	-
	9225 Capacitaciones				
		92251 Procedencia 1	LOCAL	S/.	-
		92252 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	-
923 Ventas					
	9231 Remuneraciones				
		92311 Procedencia 1	LOCAL	S/.	98,501.66
		92312 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	32,833.89
	9232 Equipos de Protección Personal				
		92321 Procedencia 1	LOCAL	S/.	3,575.78
		92322 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	1,191.93
	9233 Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)				
		92331 Procedencia 1	LOCAL	S/.	31.86
		92332 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	10.62
	9234 Pólizas de Seguro				
		92341 Procedencia 1	LOCAL	S/.	9,507.29
		92342 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	3,169.10
	9235 Capacitaciones				
		92351 Procedencia 1	LOCAL	S/.	-
		92352 Procedencia 2	NO LOCAL	S/.	-
94 Responsabilidad Social Empresarial con sus Accionistas					
	941 Aumento de Utilidades				
	942 Disminución de Utilidades			S/.	195,614.28

95 Responsabilidad Social Empresarial con la Comunidad					
951 Administración					
	9512 Llevado de residuos sólidos fuera de la periferie.				
		95121 Procedencia 1	LIMA	S/.	3,511.02
		95122 Procedencia 2	LIMA	S/.	1,991.52
		95123 Procedencia 2	LIMA	S/.	1,016.95
		95124 Procedencia 2	LIMA	S/.	13.56
		95125 Procedencia 2	LIMA	S/.	215.09
	9513 OEFA (Organismo de Evaluación y Fiscalización)				
		95131 Procedencia 1	LIMA	S/.	500.00
	9514 Donaciones				
		95141 Procedencia 1	CAJAMARCA	S/.	395.43
		95142 Procedencia 2	CAJAMARCA	S/.	921.50
		95143 Procedencia 3	LIMA	S/.	11.44
		95144 Procedencia 4	CAJAMARCA	S/.	175.37
	9525 ISO 14001: 2004 Gestión Medio Ambiental				
		95251 Procedencia 1	-	S/.	-
952 Producción					
	9522 Llevado de residuos sólidos fuera de la periferie cajamarquina.				
		95221 Procedencia 1	LIMA	S/.	5,262.73
		95222 Procedencia 2	LIMA	S/.	858.47
		95223 Procedencia 3	LIMA	S/.	1,016.95
		95224 Procedencia 4	LIMA	S/.	8,644.07
		95225 Procedencia 5	LIMA	S/.	21,000.00
		95226 Procedencia 6	LIMA	S/.	80.00
		95227 Procedencia 7	LIMA	S/.	40.25
	9523 OEFA (Organismo de Evaluación y Fiscalización)				
		95231 Procedencia 1	-	S/.	-
	9524 Donaciones				
		95241 Procedencia 1	-	S/.	-
		95242 Procedencia 2	-	S/.	-
		95243 Procedencia 3	-	S/.	-
		95244 Procedencia 4	-	S/.	-
	9525 ISO 14001: 2004 Gestión Medio Ambiental				
		95251 Procedencia 1	LAMBAYEQUE	S/.	-
953 Ventas					
	9532 Llevado de residuos sólidos fuera de la periferie.				
		95321 Procedencia 1	LIMA	S/.	2,059.31
		95322 Procedencia 2	LIMA	S/.	84.75
		95323 Procedencia 3	LIMA	S/.	466.10
	9533 OEFA (Organismo de Evaluación y Fiscalización)				
		95331 Procedencia 1	-	S/.	-
	9534 Donaciones				
		95341 Procedencia 1	CAJAMARCA	S/.	661.42
	9525 ISO 14001: 2004 Gestión Medio Ambiental				
		95251 Procedencia 1	-	S/.	-
96 Responsabilidad Social Empresarial con las Empresas Financistas					
961 Administración					
	9611 Entidades Locales				
		96111 Empresa 1			
	9612 Entidades No Locales				
		96121 Empresa 1	LIMA	S/.	744,277.22

ANEXO 10

QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CAXAMARCA GAS S.A. BASE 1 - PLANTA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016 (EN SOLES)			
	Nota	%	S/
GENERACIÓN DE RIQUEZA		51.98%	13,070,175.64
VENTAS TOTALES		100.00%	25,145,905.10
RSE CON SUS PROVEEDORES			
-GAS LICUADO DE PETRÓLEO		45.55%	
<i>Empresa Cajamarquina</i>			66,284.51
<i>Empresa No Cajamarquina</i>			11,387,042.62
-BALONES		0.97%	
<i>Empresa Cajamarquina</i>			-
<i>Empresa No Cajamarquina</i>			243,641.36
-PRECINTOS DE SEGURIDAD		0.02%	
<i>Empresa Cajamarquina</i>			-
<i>Empresa No Cajamarquina</i>			58,591.42
-O'RING		0.02%	
<i>Empresa Cajamarquina</i>			-
<i>Empresa No Cajamarquina</i>			4,370.00
-PINTURA		1.12%	
<i>Empresa Cajamarquina</i>			4,126.47
<i>Empresa No Cajamarquina</i>			278592.64
-MANTENIMIENTO DE BALONES		0.13%	
<i>Empresa Cajamarquina</i>			31,080.44
<i>Empresa No Cajamarquina</i>			2,000.00
DISTRIBUCION DE RIQUEZA		16.70%	2,182,257.43
RSE CON SUS CLIENTES			
	1		
-ISO 9001: 2008 - Gestión de Calidad.			
<i>Empresa Cajamarquina</i>			-
<i>Empresa No Cajamarquina</i>			-

<u>RSE CON SUS EMPLEADOS</u>		
-Remuneraciones	37.74%	
Empleados Cajamarquinos		556,647.31
Empleados No Cajamarquinos		267,000.26
-Equipos de Protección Personal	0.54%	
Empleados Cajamarquinos		8,530.23
Empleados No Cajamarquinos		3,331.71
-Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)	0.86%	
Empleados Cajamarquinos		13,675.51
Empleados No Cajamarquinos		5,126.99
-Pólizas de Seguro.	0.59%	
Empleados Cajamarquinos		9,663.11
Empleados No Cajamarquinos		3,256.74
-Capacitaciones	1.10%	
Empleados Cajamarquinos		15,304.63
Empleados No Cajamarquinos		8,608.86
<u>RSE CON LA COMUNIDAD</u>		
-Llevado de Residuos Sólidos fuera de la Periferie Cajamarquina.	2.12%	
Empresa Cajamarquina		-
Empresa No Cajamarquina		46,260.77
-Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA)	0.02%	
Empresa Cajamarquina		-
Empresa No Cajamarquina		500.00
-Donaciones.	0.10%	
Empresa Cajamarquina		2,153.72
Empresa No Cajamarquina		11.44
-ISO 14001: 2004 Gestión Medio Ambiental.	2 0.00%	
Empresa Cajamarquina		-
Empresa No Cajamarquina		-
<u>RSE CON LOS ACCIONISTAS</u>		
-Aumento de Utilidades.	8.96%	
-Disminución de Utilidades.		
		195,614.28
<u>RSE CON LAS EMPRESAS FINANCIERAS</u>		
-Aumento de Utilidades.	34.11%	
Empresa Cajamarquina		-
Empresa No Cajamarquina		744,277.22

ANEXO 11

**NOTAS AL QUINTO ESTADO FINANCIERO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL
CAXAMARCA GAS S.A. BASE 1 - PLANTA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016**

Nota 01: CaxamarA Gas S.A. fue evaluada por Lot Internacional S.A.C y se hizo acreedor de un premio, la ISO 9001:2008 Gestión de Calidad, otorgada gratuitamente para el año 2016.

Nota 02: CaxamarA Gas S.A. fue evaluada por Lot Internacional S.A.C y se hizo acreedor de otro premio, la ISO 14001: 2004 Gestión Medio Ambiental, otorgada gratuitamente para el año 2016.