



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“INFLUENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL SOBRE
LA SOSTENIBILIDAD DE LA EMPRESA AGUA DEL CUMBE
SRL EN CAJAMARCA 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Anthony Ricardo Carrasco Fuentes

Manuel Antonio Zorrilla Gallardo

Asesor:

Mg. Carlos Alberto Ordoñez Astopilco

Cajamarca - Perú

2020

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mi madre...

Por dedicar su vida a criarme y formarme como una persona honesta y correcta... Por enseñarme que “la vida es el arco que dispara la flecha, nosotros la flecha en el camino, y depende de nosotros tomar la dirección correcta”. Por haber velado por mí en todo momento... Gracias a su dedicación, sus orientaciones y años de esfuerzo han hecho de mí la persona que soy ahora...

Manuel Zorrilla

A mis padres y hermanos, quienes estuvieron en todos los momentos de mi vida junto a mí; en los más difíciles y en los no tanto... a ellos dedico todo mi esfuerzo. También a mi familia de Cajamarca quienes de una forma u otra apoyaron mi decisión de culminar esta carrera... ¡A todos ustedes mil gracias...!

Anthony Carrasco

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, deseo agradecer a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto, gracias a la vida porque cada día me muestra lo hermosa y justa que puede ser, así mismo que cada día es un reto y debemos esforzarnos por ser mejores personas; gracias a mi madre por ser mi ejemplo y haberme criado como una persona correcta y enseñarme el valor del esfuerzo; gracias a mis hermanos y hermanas por sus consejos y por creer en mí.

Manuel Zorrilla

Cumpliendo la promesa una vez hecha a la mujer que me crío buena parte de mi vida, doy gracias a mi abuela, la cual me acompañó en parte de mi etapa universitaria, con sabios consejos y su apoyo incondicional, a las personas que contribuyeron en mi formación dentro de la universidad, los cuales lograron que vea el mundo con visión de emprendedor con ética y muchos valores.

Anthony Carrasco

En la realización de esta tesis queremos agradecer muy sinceramente, a nuestro asesor de tesis, *Mg. Carlos Alberto Ordoñez Astopilco*, por su dedicación, transmisión de conocimientos, y confianza que ha depositado en nosotros, para la realización de esta investigación.

También agradecemos a la “*Empresa Agua del Cumbe S.R.L*” que nos brindó toda la información necesaria para hacer posible este proyecto y a todos sus trabajadores que aportaron para el desarrollo de la presente tesis.

Finalmente, a nuestros maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y de manera especial al *Mg. Christiaan M. Romero Zegarra* que nos apoyó en algunos aspectos presentados en esta investigación.

Anthony Carrasco y Manuel Zorrilla

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática	13
1.2. Formulación del problema	111
1.3. Objetivos	111
1.3.1. Objetivo general	111
1.3.2. Objetivos específicos.....	111
1.4. Hipótesis	111
1.4.1. Hipótesis general	111
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	112
2.1. Tipo de investigación	112
2.1.1. Enfoque Cualitativo.....	112
2.1.2. Diseño No Experimental	112
2.1.3. Tipo Descriptivo.....	112
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	113
2.2.1. Población.....	113
2.2.2. Muestra.....	113
2.2.3. Unidad de estudio	113
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	113
2.3.1. Técnica	113
2.3.2. Instrumento de recolección de datos	114
2.3.3. Medición del instrumento.....	118
2.3.4. Instrumento de análisis de datos: Programa Estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Science).....	128
2.3.5. Confiabilidad y valides Alfa de Cronbach	128
2.4. Procedimiento	147
CAPÍTULO III. RESULTADOS	151
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	208
4.1. Discusión	208
4.2. Conclusiones	224
REFERENCIAS	228
ANEXOS	245

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Historia de la Responsabilidad Social</i>	51
Tabla 2. <i>Temas analizados por los indicadores de desarrollo sostenible</i>	100
Tabla 3. <i>Variables y su medición</i>	105
Tabla 4. <i>Instrumento de recolección de datos para medir la Responsabilidad Social</i>	115
Tabla 5. <i>Temas y cuestiones fundamentales – Norma ISO 26000</i>	121
Tabla 6. <i>Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000</i>	124
Tabla 7. <i>¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?</i>	151
Tabla 8. <i>¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización?</i>	152
Tabla 9. <i>¿Se hace uso adecuado de los recursos?</i>	154
Tabla 10. <i>¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social?</i>	155
Tabla 11. <i>¿La organización cuenta con principios de transparencia?</i>	157
Tabla 12. <i>¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?</i>	159
Tabla 13. <i>¿Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos?</i>	161
Tabla 14. <i>¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones?</i>	163
Tabla 15. <i>¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?</i>	165
Tabla 16. <i>¿La institución respeta la ley en torno al empleado?</i>	167
Tabla 17. <i>¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?</i>	168
Tabla 18. <i>¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales?</i>	170
Tabla 19. <i>¿La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente?</i>	172
Tabla 20. <i>¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente?</i>	174
Tabla 21. <i>¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de material tóxico usadas en el medio ambiente?</i>	175
Tabla 22. <i>¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente?</i>	177
Tabla 23. <i>¿Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social?</i>	179
Tabla 24. <i>¿La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social?</i>	181
Tabla 25. <i>¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?</i>	182
Tabla 26. <i>¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?</i>	184
Tabla 27. <i>¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social?</i>	186
Tabla 28. <i>¿Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente?</i>	189

Tabla 29. <i>¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos?</i>	190
Tabla 30. <i>¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes?</i>	192
Tabla 31. <i>¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?</i>	194
Tabla 32. <i>¿Esta organización participa en asociaciones locales?</i>	195
Tabla 33. <i>¿Esta institución alerta y protege a los ciudadanos?</i>	197
Tabla 34. <i>¿Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad?</i>	198

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Historia de la Responsabilidad Social	51
<i>Figura 2.</i> Modelo de sostenibilidad en sus tres dimensiones.....	58
<i>Figura 3.</i> La Pirámide de Carroll	79
<i>Figura 4.</i> Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible.....	99
<i>Figura 5.</i> Logo empresa Agua del Cumbe s.r.l	107
<i>Figura 6.</i> Base de recolección de datos en Excel de la empresa Agua del Cumbe S.R.L.	118
<i>Figura 8.</i> Programa SPSS (Statistical Package for the Social Science) versión 25.	128
<i>Figura 9.</i> Niveles de confiabilidad de Alfa de Cronbach.	129
<i>Figura 10.</i> Formula general Alfa de Cronbach.	129
<i>Figura 11.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo abrir documento de datos.....	130
<i>Figura 12.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo seleccionar documento de datos.....	131
<i>Figura 13.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo cargar documento de datos.....	131
<i>Figura 14.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo seleccionar hoja de datos.....	132
<i>Figura 15.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo cargar base de datos.	132
<i>Figura 16.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo visualizar base de datos por encuestas y preguntas.	133
<i>Figura 17.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo completar la sección etiquetas.	134
<i>Figura 18.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo copiar las preguntas a sección etiquetas.....	134
<i>Figura 19.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo verificar sección etiquetas.....	135
<i>Figura 21.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo completar la sección valores.....	136

<i>Figura 22.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo verificar la sección valores.....	137
<i>Figura 23.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo completar la sección de medidas.	137
<i>Figura 24.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo verificar la sección de medidas.	138
<i>Figura 25.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo usar la opción de análisis de fiabilidad.....	138
<i>Figura 26.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo seleccionar elementos en análisis de fiabilidad.	139
<i>Figura 27.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo verificar elementos en análisis de fiabilidad.	139
<i>Figura 28.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo usar la sección estadísticos en análisis de fiabilidad.	140
<i>Figura 29.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo seleccionar la opción Alfa de Cronbach en análisis de fiabilidad.	141
<i>Figura 30.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo culminar el proceso de análisis de fiabilidad.....	141
<i>Figura 31.</i> Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Resultado estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach.	142
<i>Figura 32.</i> Resultado de fiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento aplicado a la empresa Agua del Cumbe S.R.L.....	142
<i>Figura 33.</i> Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) – Cómo usar la opción estadísticos descriptivos.	144
<i>Figura 34.</i> Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) – Cómo seleccionar las variables del instrumento.	144
<i>Figura 35.</i> Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) - Cómo verificar las variables del instrumento.	145
<i>Figura 36.</i> Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) - Cómo usar la sección estadísticos.	146
<i>Figura 37.</i> Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) – Resultados en tablas de frecuencias.....	146

<i>Figura 38.</i> Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) - Resultados en gráficos circulares porcentuales.	147
<i>Figura 39.</i> Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social.....	151
<i>Figura 40.</i> Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización.....	153
<i>Figura 41.</i> Se hace uso adecuado de los recursos.	155
<i>Figura 42.</i> En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social.	156
<i>Figura 43.</i> La organización cuenta con principios de transparencia.	157
<i>Figura 44.</i> La institución cuenta con políticas de derechos humanos.	159
<i>Figura 45.</i> Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos.....	161
<i>Figura 46.</i> La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones.	164
<i>Figura 47.</i> Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución.....	166
<i>Figura 48.</i> La institución respeta la ley en torno al empleado.	167
<i>Figura 49.</i> Esta institución protege la privacidad de sus empleados.....	169
<i>Figura 50.</i> Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales.	171
<i>Figura 51.</i> La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente.	173
<i>Figura 52.</i> La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente.	174
<i>Figura 53.</i> La Institución realiza actividades de información de cantidades de material tóxico usadas en el medio ambiente.	176
<i>Figura 54.</i> La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente.	178
<i>Figura 55.</i> Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social.	180
<i>Figura 56.</i> La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social.	182

<i>Figura 57.</i> La institución cuenta con políticas de responsabilidad social.	183
<i>Figura 58.</i> Pregunta del instrumento - Esta institución se informa completamente de sus consumidores.	185
<i>Figura 59.</i> Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social.	187
<i>Figura 60.</i> Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente.	189
<i>Figura 61.</i> Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos.	191
<i>Figura 62.</i> Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes.	193
<i>Figura 63.</i> Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad.	194
<i>Figura 64.</i> Esta organización participa en asociaciones locales.	196
<i>Figura 65.</i> Esta institución alerta y protege a los ciudadanos.	197
<i>Figura 66.</i> Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad.	199

RESUMEN

La presente investigación se profundiza en un tema de vital importancia como es la Responsabilidad Social. El objetivo principal es determinar la influencia de la responsabilidad social sobre la sostenibilidad en la empresa Agua del Cumbe S.R.L en Cajamarca.

La investigación tiene un enfoque cualitativo, diseño no experimental y de tipo descriptivo; dado que se hizo revisión de fuentes de información secundarias en repositorios virtuales de universidades locales, nacionales e internacionales, dirigiéndonos a investigaciones referentes al tema de investigación.

Se empieza con la introducción, luego la realidad problemática en diferentes contextos, para luego citar otros estudios previos que conformaron los antecedentes tanto a nivel internacional, nacional y local. Así mismo, formulación de problema, objetivos, hipótesis y seguidamente las bases teóricas que dan fundamento al estudio; en este caso la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Se obtuvo como resultado que la empresa desarrolla actividades socialmente responsables en relación con los derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad.

Finalmente se concluyó que la empresa Agua del Cumbe S.R.L., planifica, organiza, desarrolla y ejecuta actividades que incrementan la responsabilidad social como estrategia fundamental de la organización.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Sostenibilidad.

ABSTRACT

This research is in depth on a vital issue such as Social Responsibility. The main objective is to determine the influence of social responsibility on sustainability in the company Agua del Cumbe S.R.L in Cajamarca.

The research has a qualitative, non-experimental and descriptive approach, since secondary information sources were reviewed in virtual repositories of local, national and international universities, focusing on research related to the subject of research.

It begins with the introduction, then the problematic reality in different contexts, and then to cite other previous studies that formed the background at both the international, national and local levels. Also, problem formulation, objectives, hypotheses and then the theoretical bases that give basis to the study; in this case social responsibility and sustainability.

The result was that the company develops socially responsible activities in relation to human rights, labor practices, the environment, fair operating practices, consumer affairs, active participation and community development.

Finally, it was concluded that the company Agua del Cumbe S.R.L., plans, organizes, develops and executes activities that increase social responsibility as a fundamental strategy of the organization.

Keywords: Social Responsibility, Sustainability.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Actualmente el tema de responsabilidad social empresarial ha tomado relevancia en las organizaciones empresariales, ya que cumple un papel determinante en la sociedad, especialmente en el ámbito de la globalización donde se multiplican los efectos de manera exponencial en múltiples dimensiones no sólo económicas, sino también sociales y medioambientales. El actuar de toda empresa, independientemente de su tamaño, sector o mercado provoca una serie de impactos, positivos y negativos, de los que irremediablemente ha de responder ante una sociedad cada vez más exigente. Así mismo se manifiesta en las investigaciones referentes que señalan que la responsabilidad social empresarial toma un rol importante dentro de las organizaciones porque en consecuencia asegura una rentabilidad sostenible y genera beneficios para la comunidad y sociedad involucrada.

En el contexto internacional también se puede evidenciar la problemática, pues se deja notar los resultados de los estragos de un sistema productivo y de mercado insostenible en todo el mundo, para muchos en decadencia. Dicho esto, el daño a los recursos naturales y a la integridad de los ecosistemas, así como la poca acción y movilidad social; son tan solo ejemplos que plantean el difuso futuro y la resistencia ante el destructivo sistema empresarial contemporáneo, que no logra ser contenido por los gobiernos. Así mismo hace referencia Pérez, Espinoza y Peralta (2016) en su revista “La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: Una visión sostenible a futuro”: Durante las últimas décadas, muchas empresas alrededor del mundo han tenido

que adaptar sus operaciones a una situación actual de mayor compromiso con el medio ambiente y la sociedad en su conjunto. La búsqueda de un beneficio económico ha tenido que ceder lugar al desarrollo de nuevos objetivos en el campo de la responsabilidad social, del cuidado del medio ambiente y la preservación de los recursos naturales, pasa desde un enfoque estratégico netamente económico a uno cada vez más social y ambiental, en un alto grado de compromiso con la sostenibilidad y con los diferentes grupos de interés.

Así también en el contexto nacional en los últimos años, el Perú ha avanzado de manera significativa en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial pero aún hay falta de interés y desconocimiento en cuanto al tema, puesto que se encuentra el rol del estado peruano y su ausencia en el desarrollo de aspectos básicos de la sociedad en el ámbito social, medioambiental y económico. La ausencia del gobierno ha dado oportunidad a las empresas de abordar nuevos retos y preocupaciones sociales y medioambientales que puedan generarle una ventaja competitiva en el sector, así como también la aceptación de la comunidad.

Sin embargo; el problema surge en el compromiso y disposición de los representantes de las empresas para integrar e implementar prácticas de responsabilidad social empresarial en sus operaciones. Actualmente grandes empresas se están viendo cuestionadas por la sociedad debido a sus malas prácticas empresariales que arrastran preocupación e insatisfacción de la comunidad en la dimensión social, medioambiental y económica. A esto se suma el poco conocimiento de los beneficios y oportunidades que trae consigo la práctica de la responsabilidad social empresarial en las empresas. Las organizaciones no tienen conocimiento de cómo las inversiones en actividades socialmente responsables puedan tener un efecto positivo y un mayor retorno de la

inversión, estabilidad en el sector, satisfacción de la sociedad y por ende sostenibilidad y competitividad empresarial. De igual manera hace referencia Du Yiming (2017). en su trabajo de investigación donde determino que debe haber necesidad de que las empresas mineras contemplen como parte de su gestión; los programas de responsabilidad social empresarial (RSE), con el fin que se lleven a cabo operaciones socialmente aceptables, situación que al no dudarlo incidirá directamente en el desarrollo de estos proyectos a mediano y largo plazo y donde, debe prevalecer la ecuación que muchas organizaciones similares la practican tomando en cuenta: minería-entorno social-cuidado del ambiente.

Por otro lado, está la problemática regional o local, donde la falta de implementación de prácticas socialmente responsables que experimentamos en la actualidad está ocasionando efectos de gran trascendencia en el ámbito social, económico y ambiental, lo cual supone un período de incertidumbre y una prueba de fuego para las personas y organizaciones. Con los problemas que se perciben actualmente se deja notar también que se han abierto interrogantes sobre la Responsabilidad Social, sobre si se afianzará o si seguirá tal como está ahora, si se percibe la responsabilidad social como un derroche de recursos o como una inversión sostenible de futuro. Por lo tanto, es un buen momento para evaluar los esfuerzos y relevancia de la responsabilidad social. Así como hace mención Pachón (2015) en el ensayo Minería Responsable y Sostenible; conflicto ético o verdadero modelo de responsabilidad social empresarial. Caso Cajamarca, menciona que la empresa responsable y sostenible tiene un escenario futuro probable; bajo el criterio de un modelo de responsabilidad social empresarial de gran impacto, que genera beneficios económicos y sociales en la comunidad afectada y en los más vulnerables, que de llegar a lograrse, debe estar acompañado de variables como la ética en las actuaciones, una mejora continua, control interno implacable y un detallado

programa de cómo y bajo qué criterios se van a recuperar las zonas afectadas durante el desarrollo de la actividades de las empresas, por lo tanto se deduce de lo expuesto que las organizaciones pueden ser responsables y sostenibles cuando operan promoviendo la responsabilidad social enfocado a lograr la sostenibilidad dentro de las comunidades y empresa misma.

Esta investigación pretende abordar la influencia de la responsabilidad social en las empresas, la cual está enmarcado en un enfoque de desarrollo sostenible evidenciando la importancia que tiene hoy en día para las empresas, analizando las implicancias que posee y fomentando las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial para enfrentar los nuevos desafíos y aprovechar las oportunidades. Por tanto, el concepto de sostenibilidad será clave y transversal para comprender todas las implicancias de la RSE. Por lo que se pretende determinar la influencia de la responsabilidad social como continua fuente de polémicas y controversias por los beneficios que brinda a las empresas que se han comprometido con prácticas sociales. Sin embargo, muchas no lo hacen, quizás por desconocimiento o por considerarla un gasto innecesario y sin retorno. Pero lo cierto es que la responsabilidad social exige gestión; en este sentido se pretende motivar a los lectores a la reflexión y el interés por lograr su implementación como parte de una estrategia empresarial, que además pueda ser vista como una de las razones de un posible fracaso por no haberse asumido un compromiso serio con la sociedad en general.

La empresa Agua del Cumbe S.R.L. en los últimos años ha venido teniendo un crecimiento y desarrollo empresarial debido a la responsabilidad social por parte de la empresa misma como una estrategia empresarial, así mismo la empresa se viene beneficiando por el actuar de las empresas que ponen su mirada en ella como una

organización que trabaja de manera socialmente responsable, con el fin de buscar una ventaja competitiva para la organización gracias a las buenas prácticas empresariales, es por esta razón que creemos de vital importancia incrementar el conocimiento científico por lo cual se realiza la presente investigación. Con este fin la investigación pretende determinar la influencia de la responsabilidad social sobre la sostenibilidad de la empresa Agua del Cumbe S.R.L.

Por lo tanto, se justifica la presente investigación, la cual mostrará la importancia de implantar actividades de responsabilidad social empresarial y cómo influye esta sobre la sostenibilidad en las empresas, especialmente en el sector de producción. A nivel de empresa, la Responsabilidad Social conllevaría al logro del crecimiento y desarrollo de la misma de forma equilibrada y mantenida en el tiempo, contribuyendo de forma notable a asegurar su propia supervivencia, así como lo demuestran otras investigaciones referentes. Así mismo, la presente tesis pretende aportar al conocimiento científico y ofrece la posibilidad de convertirse en un instrumento de investigación de gran valor con el fin de poder alcanzar unas conclusiones que arrojen luz sobre el éxito de la responsabilidad social sobre la sostenibilidad en tales actuaciones.

Desde el punto de vista teórico la presente investigación mostrará la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial, especialmente en el sector de producción.

“Teniendo en cuenta que la Responsabilidad Social mejora la imagen de las empresas, las posiciona y las hace competitivas diferenciándose y garantizando su supervivencia, también vemos como ventaja las credibilidades, siendo otro punto a favor de una empresa socialmente

responsable, pues si esta es respetuosa con las personas y el medio ambiente se ganará una reputación que le garantizará mayor sostenibilidad”. (Jiménez, Toro y Herrera, 2016, p. 3).

Sin embargo, gran parte de las empresas en la actualidad aun no son reflexivas en cuanto a la influencia de la responsabilidad social empresarial como un factor de sostenibilidad para las organizaciones y su repercusión en el ámbito social, económico, medioambiental de la comunidad y sociedad en general. El propósito de esta investigación es demostrar, contrastar y proveer información a los lectores en cuanto a la influencia de ser una empresa socialmente responsable, de tal manera poder brindar aportes a otras investigaciones y de tal manera respaldar lo que otras investigaciones dicen.

Para el punto de vista práctico, podría ayudar y encaminar a las empresas a adoptar las prácticas de responsabilidad social empresarial, nuestra investigación beneficiará a todas las empresas involucradas que se encuentran en vías de desarrollo y crecimiento que buscan la sostenibilidad en sus empresas. Por otro lado, la presente investigación podrá ser tomada como un ejemplo teórico de cuáles podrían ser los beneficios de poner en práctica actividades socialmente responsables en las empresas, las cuales dan una ventaja frente a la competencia y beneficia a los involucrados en las empresas que pretendan implementar buenas prácticas responsables.

Por otro lado, consideramos que nuestra investigación tiene un valor significativo ya que no solo buscamos beneficiar a la empresa Agua del Cumbe S.R.L. sino también, a aquellas empresas que pretenden implantar la responsabilidad social empresarial ya que

esta influye en la sostenibilidad de las empresas y le otorga una ventaja frente a la competencia.

Por último, reconocemos el valor académico que nos llevó a realizar la presente tesis con la ambición de obtener el título de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, además esperamos que nuestra investigación sea un aporte significativo para futuras investigaciones académicas referentes a los temas de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad.

Por otro lado tenemos como antecedentes internacionales tenemos a Inglada y Sastre (2016) en el artículo "Reflexiones sobre responsabilidad social empresarial, responsabilidad pública y la sostenibilidad medioambiental" se propone exponer la problemática que supone promover la sostenibilidad por medio de la responsabilidad social y la responsabilidad pública, para la cual realizo investigación de definiciones y gráficos para obtener las definiciones de los objetivos en estudio y obtuvo como resultados que ambas adoptan una ética ciudadana que enlaza el humanismo, la protección al medio ambiente y el desarrollo económico necesario para proporcionar los elementos materiales que garanticen un nivel de vida digno. La problemática estriba en que los dos términos de la ecuación sean compatibles para que lleguen a una solución. La responsabilidad social y la social empresarial son dos factores necesarios para establecer un marco social dinámico y sostenible dentro de una estructura capitalista, lo cual obliga a ciudadanos y empresas a un consumo responsable y a una inversión responsable y sostenible.

Concluyendo que la responsabilidad social en general, la responsabilidad social empresarial y la pública son factores esenciales tanto en la construcción de la sociedad del conocimiento y de la información- en realidad de cualquier sociedad- y también en la sostenibilidad de dicha sociedad. Esto es, que la sociedad tenga un futuro en nuestros descendientes. Además, enfatiza que se trata en esencia de un problema ético, y lo es, pero esta interrelacionado con un problema de supervivencia. La sostenibilidad ya no es un factor que puede ser objeto de debates teóricos, sino que se presenta como un problema para las próximas generaciones, no las lejanas, sino las inmediatas.

Se puede aprovechar el mencionado estudio para entender cómo es que la ética ciudadana puede lograr las buenas prácticas empresariales donde la protección del medio ambiente y desarrollo económico se vea reflejado y a su vez se pueda generar sostenibilidad en una sociedad o comunidad involucrada, también nos hace entender como ambos factores pueden complementarse para garantizar un futuro para nuestras generaciones y un nivel de vida digno.

También otro antecedente internacional es el de Arenas (2015) en la publicación "Una ruta sostenible para la responsabilidad social" pretende hacer una reflexión sobre los alcances de la Responsabilidad Social en términos de sostenibilidad para el desarrollo empresarial abriendo un espacio importante para profundizar en el estudio del concepto a partir de las contribuciones de quienes con la experiencia y la investigación han construido una trayectoria de postulados que hacen presencia en el medio académico y empresarial. También se aborda la revisión de las aproximaciones al concepto de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad privilegiando los aportes que contribuyen a validar la construcción de una ruta sostenible para la responsabilidad social

en las organizaciones. Es decir, una ruta sostenible deberá de establecer mecanismos de medición del desempeño económico, social y ambiental.

En concordancia con lo anterior, Montiel (2008). En su publicación titulada “Responsabilidad social corporativa y sostenibilidad corporativa: pasos separados; futuros comunes”, sostiene que la integración entre la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad corporativa debe ser un punto de atención entre los académicos de ambas corrientes, que incluya además un desarrollo constructivo de instrumentos de medición que permitan monitorear una ruta de desempeño sostenible, donde las dimensiones económica, social, ambiental, stakeholder, voluntariado y continuidad, puedan integrarse.

Lo cual contribuye en el acercamiento a la construcción de una ruta para la sostenibilidad, siempre y cuando, en su concepto de la ISO 26000, las organizaciones incorporen consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y rindan cuentas por esas decisiones a la sociedad y el medio ambiente alineadas a la estrategia corporativa.

Se puede aprovechar el mencionado estudio para tener en cuenta que resulta imprescindible, cerrar las brechas que existen no sólo entre la conceptualización de la Responsabilidad Social Corporativa y la Sostenibilidad Corporativa, sino además entre la teoría y la práctica empresarial, para poder trazar una ruta sostenible para la responsabilidad social como: Trascender la conciencia empresarial hacia la responsabilidad sostenible, la dimensión de lo sostenible como lo responsable, definir la

responsabilidad corporativa en el marco del voluntariado y medición del desempeño económico, social y ambiental.

Por otro lado tenemos el antecedente internacional de Ramos (2017) en la tesis de master "Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial en las empresas de turismo activo en la ciudad de Gijón" se propuso investigar el grado de implicación en materia de responsabilidad y sostenibilidad por parte de empresas de turismo activo y de aventura Gijonesa, en medida que son parte fundamental del desarrollo turístico en la ciudad, para lo cual aplico una encuesta y análisis de contenido a veintiséis empresas de turismo activo y aventura de la Ciudad de Gijón obteniendo finalmente como resultados que en la recogida de datos todas las empresas al 100% están de acuerdo con la importancia de cara al público de ser una empresa RSE ya que todas afirman que el cliente puntúa positivamente este tipo de gestión empresarial.

De esta manera se concluye que la población cada vez es más consciente del impacto ambiental y de la importancia de conservar el entorno para las generaciones futuras, por lo que en muchos casos el cliente prefiere adquirir los servicios de una empresa que pueda justificar y demostrar su compromiso medioambiental. La gestión de la RSE no afecta en la actualidad a las empresas, pero cada vez más mencionan la importancia de la sostenibilidad como mejora para el futuro de la empresa y el entorno.

Podemos aprovechar esta tesis de investigación para entender que la población cada vez es más consciente del impacto ambiental y de la importancia de conservar el entorno para las generaciones futuras, por lo que en muchos casos el consumidor se

inclina a adquirir los servicios de una empresa que pueda justificar y demostrar su compromiso ambiental a una empresa que no, es decir aquellas empresas que adoptan las buenas prácticas empresariales.

Así también tenemos como antecedente internacional a Chacón y Rugel (2018) en su publicación “Responsabilidad social corporativa y su impacto positivo en la empresa y la sociedad”. Plantea una investigación donde da a conocer como la responsabilidad social corporativa (RSC) se ha convertido en un lenguaje empresarial que involucra tácitamente el impacto de una compañía y sus procesos productivos sobre la empresa, el ambiente, y la sociedad. La presente compilación de estudios a nivel oriental y occidental, le permitieron ver como la RSC influye de forma directa sobre el valor de marca, la confiabilidad, rentabilidad de la empresa, productividad, satisfacción del usuario, sostenibilidad y confianza de los accionistas para inversión de capital.

Obteniendo resultados que en estudios realizados en 205 empresas iraníes de fabricación y productos de consumo revelan el vínculo entre la RSE y el desempeño de la empresa. El efecto positivo de la RSC se debe al impacto sobre la ventaja competitiva, la reputación, confiabilidad de la empresa y la satisfacción del cliente. (Parastoo S., 2015). Así mismo, otros resultados de un estudio realizado en varias empresas de Korea del Sur, muestran que el cumplir las expectativas e iniciativas de la responsabilidad social, tuvo un efecto positivo directo en la reputación corporativa, los resultados económicos fomentaron la confianza de los consumidores, las actividades de RSC legales y éticas afectaron la confianza en la integridad y benevolencia social de la empresa. Por lo tanto, la responsabilidad social nutre la confianza del consumidor en la misión de ser de una empresa. (Jong Chul Park, 2014).

Así mismo como respaldo a otros estudios y los estudios previos mencionados, se demostró el efecto positivo y significativo de la RSC sobre la innovación y desempeño organizacional, en empresas manufactureras y no manufactureras, pequeñas y grandes empresas, jóvenes y antiguas, abarcando indicadores, tanto financieros como no financieros y midiendo el papel mediador de la innovación sobre el desempeño.

Así mismo el antecedente internacional de Pérez, Espinoza y Peralta (2016) en su revista “La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: Una visión sostenible a futuro”: Nos da a entender que, durante las últimas décadas, muchas empresas alrededor del mundo han tenido que adaptar sus operaciones a una situación actual de mayor compromiso con el medio ambiente y la sociedad en su conjunto. Donde la búsqueda de un beneficio económico ha tenido que ceder lugar al desarrollo de nuevos objetivos en el campo de la responsabilidad social, del cuidado del medio ambiente y la preservación de los recursos naturales, pasa desde un enfoque estratégico netamente económico a uno cada vez más social y ambiental, en un alto grado de compromiso con la sostenibilidad y con los diferentes grupos de interés. En la primera parte de su investigación se revisó la literatura relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que proporciona un importante énfasis a las dimensiones que la conforman y a aquellas líneas estratégicas que garantizan el óptimo proceso de su implementación a nivel organizacional. Posteriormente menciona los pasos que se deben seguir para que la implementación de una correcta gestión ambiental, tanto interna como externa, genere notables beneficios a las organizaciones, y, finalmente destaca la importancia de las relaciones entre los diferentes grupos de interés.

Concluyendo que las organizaciones modernas que quieren tener éxito en sus operaciones comerciales deben tener como prioridad la consideración de la responsabilidad social empresarial dentro de su gestión, no solamente como un aspecto muchas veces exigido por las leyes de los países, sino como una conciencia transparente del impacto que causa cada industria al medio ambiente, a los recursos y a la sociedad en general. No importa el tamaño ni la naturaleza de la empresa, lo que realmente importa es que se tome conciencia a todo nivel, desde la alta dirección hasta los más bajos niveles organizacionales de que la tierra es la que provee de todos los recursos que se utilizan para la producción, por tanto, se debe cultivar para que las futuras generaciones disfruten de ella. Si una organización pasa desapercibida a la responsabilidad social daña su imagen corporativa tanto con sus clientes, con sus colaboradores y también con sus proveedores que muchas veces las toman como modelos a seguir en estas prácticas.

Es importante recalcar que las empresas pueden desempeñar un papel muy importante en la vida de las personas, no solo como proveedoras de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Muchas grandes empresas son conscientes de ello y han tratado de aprovechar las expectativas que genera la Responsabilidad Social Empresarial para obtener ventajas competitivas y mantener las relaciones entre los diferentes grupos de interés. Finalmente, la filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y forma parte, cada vez más, de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa.

También el antecedente internacional de Aguilera y Puerto (2012) en su artículo "Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social", pretenden desarrollar

aspectos que permitan ubicar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un factor clave para impulsar el crecimiento de las organizaciones. El objetivo planteado fue identificar y establecer en qué medida la Responsabilidad Social, asumida de manera positiva por las organizaciones, contribuye al crecimiento empresarial. Para llegar a este punto esencial se deben examinar los factores claves de los cuales depende el crecimiento empresarial y definir cómo estos factores se relacionan directamente con el tema de la Responsabilidad Social. Actualmente, las empresas se encuentran en medio de condiciones adversas, caracterizadas por la sobreoferta de productos y servicios y altos niveles de incertidumbre; estas y otras manifestaciones externas las han llevado a dedicar gran parte del esfuerzo administrativo a la búsqueda de nuevas alternativas que permitan contrarrestar los efectos de la competencia y los drásticos cambios comerciales a nivel mundial. En este panorama, las empresas intentan desarrollar e implementar políticas y estrategias que les permitan crecer y consolidarse. Las estrategias que involucran la Responsabilidad Social están al orden del día y surgen, entonces, como una expresión manifiesta de las nuevas exigencias de los grupos de interés (stakeholders).

Concluyendo que cada vez más el avance en las tecnologías de la información y las comunicaciones, la curiosidad y alto nivel de formación de los clientes y su profundo compromiso con el medio ambiente hacen que éstos prefieran marcas, productos o servicios de las empresas que producen los mismos bienes y tienen una responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente. Esta conciencia ambientalista de los clientes o consumidores busca compromisos por parte de las empresas con el medio ambiente; las empresas deben responder ofreciendo propuestas que equilibren los intereses de todos los grupos de interés, con el fin de implantar un crecimiento sostenible. En suma, el compromiso con la Responsabilidad Social arroja beneficios para los grupos de interés

involucrados, ya que las empresas deben enfocar sus esfuerzos a generar beneficios que no se queden solo en el orden económico, sino que vayan mucho más allá, que trasciendan al orden social.

También concluye con que la sostenibilidad, como elemento clave para el equilibrio social y económico, se traduce en promover beneficios a través de acciones que afirmen que se está haciendo lo correcto para de construir futuro para todos. La Responsabilidad Social Empresarial busca el crecimiento económico sostenible en un contexto complejo y sensible ante el desequilibrio socioeconómico y ante las actividades económicas que causan daño irreversible al planeta. Actualmente se está generando un cambio en el paradigma administrativo que incluye la gerencia del ambiente, la mayoría de las organizaciones contemplan en sus aspectos estratégicos la forma de minimizar los impactos negativos de su negocio; el efecto ambiental se considera como un elemento constitutivo de la labor de la empresa y, por ello, los efectos de su labor son considerados de manera explícita en los planes estratégicos.

Podemos aprovechar la mencionada investigación comprender que la responsabilidad social empresarial actúa como un agente clave que impulsa el crecimiento de la empresa. El crecimiento empresarial es una variable que depende de numerosos factores; la responsabilidad social empresarial es uno de ellos, ya que favorece toda iniciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento de su marca, renovando la imagen corporativa, capturando la preferencia, la lealtad de los clientes, promoviendo la perfecta armonía entre la empresa y la comunidad en la que opera. En este contexto, la responsabilidad social empresarial activa el crecimiento de la empresa, debido a que mejora sosteniblemente la reputación y la credibilidad, y con ello logra el reconocimiento ante sus grupos de interés.

Por último, el antecedente internacional de Ibarra, Casas, Olivas (2012) en su investigación "La Responsabilidad Social Empresarial: Una estrategia enfocada al desarrollo sustentable. Caso: Las ESR de Hermosillo, Sonora". En su trabajo de investigación evaluó el desempeño y el beneficio que la responsabilidad social genera en las organizaciones que logran obtener el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR), desde la visión de los responsables de las mismas empresas, a través de su autoevaluación y vinculación con la sociedad y el cómo contribuyen al desarrollo local sustentable de la región donde se localizan u operan. Para efectos del artículo, la investigación se basó en la visión de negocios que incorpora la responsabilidad social como una estrategia transversal y estratégica, mediante la cual, las empresas mejoran su desempeño social, económico y medio ambiental; así como el desarrollo sostenible, ofreciendo a todos los grupos de interés y a la sociedad en general, un valor agregado, independientemente de los bienes o servicios que éstas comercializan u ofrecen. Sin embargo, desde una perspectiva estratégica, la responsabilidad social empresarial puede convertirse en una fuente de enorme progreso social y de una ventaja competitiva, a medida que las empresas aplican sus recursos, experticia y conocimiento a las actividades que benefician directamente a la calidad de vida de los grupos de interés, sus familias y la propia comunidad en general.

Obteniendo como resultados a partir del análisis de las tres dimensiones que comprenden el desarrollo sustentable, los cuales indicaron que el desempeño general en lo social, económico y medio ambiental es favorable para la localidad, ya que los impactos en cuanto al desarrollo y progreso han sido muy significativos.

Así mismo concluyendo que las organizaciones que tienen un comportamiento socialmente responsable ha rendido importantes ganancias para la empresa. El integrarse en la sociedad, respetar el medio ambiente y ser socialmente responsable con los empleados y proveedores de la empresa, ha logrado dar a la misma, una imagen atrayente y diferenciada en el mercado donde compiten y se desenvuelven, convirtiéndose en una verdadera ventaja competitiva, la cual representa tener una sólida presencia en la localidad, región e inclusive en otros países o economías emergentes, lo que representa mayores retos, utilidades y una rentabilidad sostenida en el largo plazo.

En los antecedentes nacionales tenemos a Espinoza (2015) en la Tesis "La gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno - período 2004 - 2014" tiene como objetivo general en el desarrollo de este estudio determinar la incidencia de la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú, en el desarrollo sostenible de las comunidades ubicadas en su entorno – período 2004 - 2014. Obtuvo como resultados que la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú impactó negativamente en el desarrollo sostenible en las comunidades ubicadas en su entorno – período 2004 – 2014; porque los niveles de sostenibilidad de las comunidades son: Socialmente no sostenibles, cuentan con una economía sub desarrollada y medio ambiente degradado.

Concluyendo que la responsabilidad social empresarial es uno de los temas que, en los últimos años, ha estado presente en casi todas las reuniones de trabajo, de análisis o de reflexión en el sector minero. Un ejecutivo minero dedica más del 50% de su tiempo a temas relacionados con la responsabilidad social. De estas reuniones se dedujo que el

mundo empresarial es cada vez más consiente de la necesidad de cuidar el medio ambiente y de mantener relaciones constructivas con el entorno social y garantizar la sostenibilidad de la población que habita al entorno minero.

También está el antecedente nacional de Flores y Vera (2018) en su trabajo objeto de investigación titulado “Gestión de la Responsabilidad Social y el Desarrollo Empresarial en la Empresa SILSA – sector limpieza, Lima Perú 2018”, realizado en la Universidad Tecnológica del Perú, Facultad de Administración De Negocios, presentado para obtener el Grado de Bachiller en: Administración de Negocios en Lima – Perú. Es un trabajo de enfoque cualitativo – descriptivo, cuya población objeto de estudio estuvo constituida por dos Jefes de departamento (Jefe de RRHH y el Jefe de Logística) de la empresa SILSA. La muestra es intencional, seleccionando a las personas que tengan cualidades y conocimiento relacionado con el objeto de estudio. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron la entrevista semiestructurada, la observación directa y la revisión documental. Concluye que las diferentes gerencias y sub gerencias de la empresa SILSA utilizan prácticas de responsabilidad social mediante acciones dirigidas al uso y manejo adecuado de los productos que ofrecen. Así mismo, los servicios, procesos, procedimientos y responsabilidades para lograr objetivos y políticas de calidad están enmarcados sobre la base de gestión de ocho principios de gestión de calidad de la norma ISO 14001. Recomienda que las prácticas de responsabilidad social empresarial deben estar vinculadas con la cultura de la organización, como parte de su crecimiento y competitividad empresarial, ya que eso genera buena imagen para la organización haciendo de ella una empresa creíble, confiable y sostenible en el tiempo. Es por ello que cada área de la organización debe establecer políticas de RSE y que estas se puedan puntuar y medir en la evaluación de desempeño laboral de los colaboradores y directivos.

Para efectos de nuestra investigación, el trabajo antes descrito hace referencia a la Nueva Norma ISO 26000:2010, en su capítulo referido a la conceptualización y principios de la responsabilidad social, por lo que éstos serán usados para fundamentar nuestras bases teóricas.

Por otro lado, el antecedente nacional de Martínez, Mejías y Tantalean (2017) en su trabajo de investigación titulado “Análisis del Grado De Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa de Gas Natural de Perú – Lima. 2017”, presentado en la Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios, Área Académica de Administración para optar al grado de Licenciados en Administración. Lima – Perú. En mismo, plantean una investigación de enfoque cualitativo bajo la modalidad de trabajo de campo en el que se partió de la revisión bibliográfica en un primer momento, consultando información de la empresa publicada a través de sus Reportes de Sostenibilidad de los años 2013, 2014 y 2015, en la que se describe las actividades que realizaron como parte de su política de Responsabilidad Empresarial y apoyo del desarrollo sostenible en la región, así mismo, se consultaron los Reportes de Sostenibilidad de otras empresas extranjeras del sector de gas natural con el fin de identificar las mejores prácticas y realizar un Benchmarking a partir de la observación directa del contexto total con el fin de poder triangular la información. Además, se empleó la técnica de entrevista a profundidad dirigida al equipo de Relaciones institucionales de la compañía, responsables de la planificación, implementación y control de los proyectos sociales de la empresa.

Obtienen como resultado que la empresa Contugas S.A.C, (escogida como referente para su análisis), desarrolla proyectos de RSE que se encuentran en etapa inicial y que plantean o reportan mejoras continuas, a través de la vía de diálogo permanente con

las comunidades y el apoyo de un equipo especializado destinado a estos proyectos. Recomiendan que la empresa identifique nuevos canales para comunicar sus proyectos a parte de su página web, así como la conformación de una alianza estratégica con las principales radios difusoras de la región; de manera que puedan crear notas o espacios informativos que promuevan o promocionen sus proyectos sociales.

Para efectos de esta investigación, el aporte que se referencia del trabajo antes planteado se describe en las bases teóricas en el aspecto referente a la caracterización de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial para que sean sostenibles; y en este sentido expresan o definen un enfoque de largo plazo, uno de sostenibilidad y otro de beneficio mutuo.

Así mismo el antecedente nacional de Hernández y Manrique (2017) en su trabajo de investigación titulado “la responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca” realizado en la Universidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Ciencias Empresariales, presentado para optar el título profesional de Licenciado en International Business en Lima – Perú. Es una investigación con un enfoque mixto ya que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, con un diseño no experimental transversal. La población está conformada por las empresas agroexportadoras de uva fresca del departamento de Ica, mientras que para la muestra se consideró a los expertos en exportaciones y logística del sector agroexportador de uva fresca del departamento. Para la recolección de los datos del proceso cualitativo se aplicó la entrevista a profundidad a expertos. Mientras que para el proceso cuantitativo la población está conformada por las 20 empresas agroexportadoras de uva muestra considerada es no probabilística. La

herramienta a aplicar para la recolección de data cuantitativa es una encuesta conformada por 33 preguntas cerradas previamente codificadas. Las encuestas fueron realizadas a expertos de la aérea de exportaciones, logística, administración y recursos humanos de la muestra conformada por las empresas agroexportadoras de uva fresca del departamento de Ica. Concluyen que la responsabilidad social empresarial influye en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca en la región de Ica, respondiendo de manera positiva que el estudio realizado determina que, si existe una relación directa entre nuestras dos variables responsabilidad social empresarial y competitividad, obteniendo un resultado favorable en el estudio, probando nuestra hipótesis general. Recomiendan que los directivos de las empresas en el rubro de la agroindustria busquen estar más informados sobre los beneficios que brinda la Responsabilidad Social Empresarial.

El trabajo desarrollado por Hernández y Manrique (2017), es de gran utilidad para nuestro trabajo de investigación por cuanto en él se referencian las definiciones de investigación no experimental y el diseño de investigación transeccional o transversal de Roberto Sampieri.

De igual manera el antecedente nacional de Du Yiming (2017). En su trabajo de investigación titulado “La Responsabilidad Social Empresarial en la Gestión de las Empresas Mineras en el Perú”. Realizado en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Escuela de postgrado “Doctor Luis Claudio Cervantes Liñán”. Para optar por el título de Magister en ejecutiva en administración de negocios. Desarrolló una investigación descriptiva-aplicativa, con una población constituida por administradores y funcionarios de 29 empresas mineras que desarrollan actividades en el Perú, que están vinculados con

la responsabilidad social que promueven estas empresas mineras a marzo de 2017 y muestreo aleatorio simple de las mismas. Para las técnicas e instrumentos de recolección de la información se aplicó un cuestionario con preguntas en su modalidad cerradas y para su procesamiento se utilizó el programa computacional SPSS (Statistical Package for Social Sciences), del modelo de correlación de Pearson y nivel de confianza del 95%. Como conclusión determinó que el cumplimiento de la misión y visión empresarial, logra la previsión de acontecimientos que puedan afectar la gestión de las empresas mineras. Recomienda la necesidad de que a nivel de las empresas mineras se contemple como parte de su gestión; los programas de responsabilidad social empresarial (RSE), con el fin que se lleven a cabo operaciones socialmente aceptables, situación que al no dudarlo incidirá directamente en el desarrollo de estos proyectos a mediano y largo plazo y donde, debe prevalecer la ecuación que muchas organizaciones similares la practican tomando en cuenta: minería-entorno social-cuidado del ambiente.

El trabajo desarrollado por Du Yiming (2017), reporta de gran significado para efectos de nuestra investigación, ya que el mismo mantiene la armonía y una relación horizontal entre la empresa y la presencia de la RSE, a fin de evitar conflictos sociales que generen daños para la empresa y para las poblaciones cercanas a la actividad que desarrollen con el fin de lograr una gestión coherente de mediano y largo plazo.

En los antecedentes locales tenemos a Escobedo y Quiroz (2017) en su trabajo de investigación titulado “Relación del nivel de responsabilidad social empresarial con el nivel de posicionamiento de marca de una empresa Heladera de la ciudad de Cajamarca, 2017”, presentado en la Universidad Privada del Norte (UPN), Facultad de Negocios.

Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Cuyo

objetivo general es determinar la relación del nivel de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión externa con el nivel de Posicionamiento de Marca de una empresa heladera de la ciudad de Cajamarca, 2017. Es una investigación no experimental de diseño transversal correlacional - descriptivo. Su población estuvo conformada por clientes de una empresa heladera de la ciudad de Cajamarca, con una muestra de 267 clientes a quienes se les aplicó una encuesta cuya confiabilidad se determinó a partir de la aplicación del coeficiente de Alpha de Cronbach. Obtuvo como resultado un nivel alto (64.79%) de responsabilidad social empresarial en su dimensión externa de la empresa heladera de la ciudad de Cajamarca, 2017, repercutiendo así de manera positiva externamente los clientes y comunidad, reconociéndola como empresa genera un desarrollo sostenible favorable. Concluye que existe una relación entre el nivel de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión externa y el nivel de posicionamiento de marca de una empresa heladera de la ciudad de Cajamarca 2017. Y que los indicadores tomados en cuenta por parte de los clientes encuestados; son el manejo de desechos y/o materiales (100%), programas y/o proyectos relacionados con su entorno social (91.01%) e innovación de su producto (80.52%), lo cual genera un impacto positivo a la vista de su entorno externo. Recomienda continuar llevando a cabo proyectos sociales que permitan que la relación de dicha empresa con su entorno social sea favorable. Mantener y genera estrategias enfocadas en la difusión de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión externa, para que se mantenga su reconocimiento y con ello pueda fidelizar a los clientes actuales y así ganar unos nuevos. Mantenerse atenta a los aspectos relacionados con el medio ambiente y el impacto que esta pueda tener en el mismo; ya que son de marcado interés tanto para la empresa como el entorno social donde se desarrolla.

Para efectos de este trabajo de investigación, se considerará el enfoque de caracterización de la responsabilidad social empresarial planteado por los investigadores y que involucra a las partes interesadas y en tal sentido presenta dos dimensiones; una interna y otra externa.

Por otra parte, el antecedente local de Sánchez, Blanco y otros (2016) en su trabajo de investigación realizado en la Pontificia Universidad Católica Del Perú Escuela De Posgrado. Titled “Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque de Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas del Sector Minero de la Región Cajamarca”. Presentado para obtener el grado de magíster en administración estratégica de empresas. Cuyo propósito general conocer el estado de la gestión con respecto a la RSE en las empresas del sector minero en la región Cajamarca. Tiene un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional. La población finita del estudio comprende a todas aquellas empresas del sector minero de la región Cajamarca con ventas anuales iguales o mayores a S/. 10 millones. Plante, además, un diseño maestral a conveniencia, no probabilístico ni aleatorio, representado por cinco empresas, en las que se encuestó entre tres y seis personas para tener un total de 26 participantes. El instrumento utilizado para la recolección de la información fue el cuestionario basado en los Indicadores de Ethos-Perú 2021 de RSE. Obtuvo como resultado la identificación de que el estado de la gestión con enfoque de RSE en las empresas del sector minero de la región Cajamarca se encuentra en la etapa dos, es decir en una etapa intermedia de acciones; en transición que va desde mantener una postura defensiva frente a las exigencias legales, hacia la incorporación en sus prácticas de la estrategia del negocio. Recomienda adaptar políticas y estándares de gestión de RSE de clase mundial a todos los procesos y en todos los niveles de la organización, como la

aplicación de la norma ISO 26000, la planeación a largo plazo y la medición a través de indicadores de desempeño integral a nivel económico, ambiental y social, como la Iniciativa de Reporte Global (GRI).

Para efectos de nuestra investigación se tomarán como referentes del trabajo antes planteado, en la estructuración de la entrevista a aplicar; los factores de Ethos-Perú 2021 de RSE: (a) valores, la transparencia y el gobierno corporativo, (b) público interno, (c) medio ambiente, (d) proveedores, (e) consumidores y clientes, (f) comunidad, y (g) gobierno y sociedad a fin de identificar el estado de la gestión en la responsabilidad social empresarial de la empresa del Agua Cumbe SRL.

También el antecedente local de Gálvez (2015) en su trabajo objeto de estudio titulado “Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para Integrar Laboralmente a Personas con Discapacidad Auditiva en la Empresa Heladería Holanda, Cajamarca 2015”. Presentado en la Universidad Privada del Norte (UPN), Escuela de Postgrado para optar al grado Magister en Gestión y Dirección del Talento Humano. Desarrolló una investigación descriptiva, no experimental transversal. Cuya población estuvo constituida por el personal de la empresa Heladería Holanda, Cajamarca que ha incorporado laboralmente a personas con discapacidad auditiva en el año 2015, en un total de 01 Gerente y 19 colaboradores y una muestra representativa conformada por 01 Gerente, 12 colaboradores sin discapacidad y 07 colaboradores con discapacidad auditiva de la empresa. Entre las técnicas e instrumentos para la recolección de los datos utilizó: el análisis bibliográfico y el cuestionario validado por un profesional en Recursos Humanos de dicha casa de estudio. Obtuvo como resultado que la empresa; de acuerdo a los lineamientos del cuestionario se encuentra en el rango de 1.20 a 1,69. Lo que indica que

asimiló los conceptos de RSE con su público interno y tiene claridad de los compromisos necesarios para una gestión socialmente responsable. Ese compromiso está generando aspectos positivos en su negocio, por medio de una relación más próxima y productiva. Concluyó que las estrategias que utiliza la Empresa Heladería Holanda para contratar a personas con discapacidad auditiva, Cajamarca 2015 son la salud, seguridad y condiciones laborales; la valoración de la diversidad; el compromiso con el desarrollo profesional; la gestión participativa; la política de remuneración y beneficios; el compromiso con el desarrollo infantil; el clima Laboral; el compromiso con el futuro de los niños; el comportamiento en los despidos; el plan de retiro; y las relaciones con colaboradores externos. Recomendó que las estrategias que utiliza la empresa Heladería Holanda deben ser difundidas e implementadas en otras empresas para mayor integración de personas con discapacidad auditiva en el ámbito laboral, y puedan lograr una independencia y desarrollo personal.

El trabajo de investigación de Gálvez (2015) resulta de gran beneficio para nuestra investigación en tanto que aborda el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, así como el tipo de investigación descriptiva, no experimental transversal.

Finalmente, el antecedente local de Álvarez, Salazar y otros (2018) en su investigación titulada “Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque en Responsabilidad Social Empresarial en Empresas del Sector Construcción en el Distrito de Cajamarca”. Realizado en la Pontificia Universidad Católica Del Perú Escuela De Posgrado. Presentado para obtener el grado de magíster en administración estratégica de empresas. Es un estudio de tipo cuantitativo con alcance descriptivo, de diseño transeccional no experimental. Cuyo instrumento de medición fue el cuestionario de

indicadores Ethos- Perú 2021. Esta herramienta se aplicó a cinco empresas del Sector Construcción del Distrito de Cajamarca, cuyas ventas anuales fueron mayores o similares a 10 millones de nuevos soles, con la finalidad de conocer y describir el estado de gestión con enfoque en RSE de las empresas del Sector Construcción del Distrito de Cajamarca. Luego de recopilar los datos de la encuesta de los 40 indicadores, se transfirió los datos al software SPSS para realizar su análisis estadístico, y de esta manera ubicar en qué etapa según el Ethos-Perú 2021 se encontraba el Sector Construcción del Distrito de Cajamarca en cada uno de los siete temas de estudio.

Concluyeron que las empresas de este sector se encuentran en un nivel básico de gestión con enfoque en RSE, donde las acciones que se emprenden, se realizan como medida para cumplir de manera reactiva a las exigencias legales del sector. El estado de gestión con respecto a “Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo” de las empresas del Sector Construcción del Distrito de Cajamarca, se encuentran en la Etapa 2; lo que indica que cuentan con documentos formales donde se especifican los compromisos de la empresa, principios éticos y en general las reglas, normativas o la manera en que la empresa desarrolla sus actividades, todo bajo el enfoque de la transparencia, además, estas empresas cuentan con mecanismos o sistemas de difusión que garantizan que estos documentos sean de conocimiento de los empleados. Recomendaron que las empresas del Sector Construcción del Distrito de Cajamarca, deben identificar aquellos indicadores de gestión con enfoque en RSE que sean más relevantes para mejorar las relaciones con sus grupos de interés, de manera que puedan ser más competitivas y sostenibles en el tiempo. Además que las empresas del sector construcción realicen algunas actividades de mejora como la implementación de: (a) un comité o área responsable del medio ambiente, (b) un sistema de gestión estandarizado, (c) desarrollar actividades de concientización para sus

trabajadores y para las familias de sus trabajadores, (d) usar insumos madereros certificados y finalmente (e) las empresas deberían minimizar sus entradas y salidas de insumos, de ser necesario invirtiendo en tecnología que además ayude a prevenir y reducir daños ambientales y optimizar sus procesos, esto para trabajar en el tema del medio ambiente.

Para efectos de nuestra investigación, el trabajo desarrollado por Álvarez, Salazar y otros (2018, Ob.Cit) sirve como referente en lo que respecta a la utilización del cuestionario Ethos-Perú 2021 como herramienta de medición, el cual constan de siete temas que son: (a) Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo, (b) Público Interno, (c) Medio Ambiente, (d) Proveedores, (e) Consumidores y Clientes, (f) Comunidad, y (g) Gobierno y Sociedad. Estos siete temas del cuestionario contienen 40 indicadores que contiene 458 preguntas en total.

Definiciones - Responsabilidad Social

Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Según la ISO 26000 (2010) es la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que contribuya a un desarrollo sustentable, incluyendo salud y bienestar de la sociedad; tomar en cuenta las expectativas de los grupos de interés; en cumplimiento con las leyes aplicables y consistentes con las normas internacionales de comportamiento; e integrada en toda la organización y practicada en sus relaciones (p. 3).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como el comportamiento ético y transparente que asume una empresa ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en los accionistas, empleados, clientes, proveedores, el Estado, la comunidad y el medio ambiente. Se debe recalcar que solo es voluntad de las empresas el incorporar estas prácticas dentro de su toma de decisiones y de rendir cuentas por las consecuencias de éstas en la sociedad y el medio ambiente. Además, hoy se entiende que ser socialmente responsable significa ir más allá del cumplimiento jurídico, debido a que es un mínimo exigible a las empresas, por medio de la inversión en el capital humano, el entorno y las relaciones con los grupos de interés (Comisión Europea, 2011). Estas inversiones están relacionadas a impactos directos e indirectos, económicos, sociales y ambientales que se generan en el desarrollo de la actividad empresarial, impactos que las organizaciones evalúan e integran en sus procesos de toma de decisiones. Para generar valor en estos impactos, las empresas deben establecer canales de comunicación y diálogo con los grupos o individuos de interés de la empresa para identificar sus expectativas y necesidades, y posteriormente incorporarlas en sus procedimientos y modelo de gestión (Puerta, Ob. cit.).

Se habla de la responsabilidad social como una nueva dimensión empresarial preocupada por el concepto de sostenibilidad, en el que tienen cabida a un mismo nivel los rubros económico, social y medio ambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como un fin a alcanzar por medio de la adecuada implementación de un modelo de empresa socialmente responsable (Moneva y Liscano, 2004).

Las acciones de la empresa serán responsables socialmente, cuando al ser juzgadas por la sociedad, se consideran que han sido de máxima ayuda, porque han proveído a la

comunidad de los bienes y servicios que deseaba y en las cantidades requeridas, con el mínimo costo financiero y social, y éste ha sido distribuido equitativamente (Ruíz, Ronda y otros, 1995).

La RSE no es una cultura de la filantropía, no se busca que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables. Esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones. Esta cultura es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico (Creadess, 2010).

Drucker P., 1990 citado por Sánchez A. (S/f). Define la Responsabilidad Social Empresarial como una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales

Así mismo, Escobedo y Quiroz (2017), identifican la responsabilidad social empresarial desde un enfoque que involucra a las partes interesadas y en este sentido, proponen las dimensiones internas y externas; de tal forma que la dimensión interna involucra directamente a los trabajadores de una empresa determinada, con la gestión de la materia prima, las condiciones de trabajo y la peligrosidad de sus productos en relación

al impacto ambiental; y la externa que se extiende a las comunidades locales o entorno social inmediato.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con el paso de los años se ha ido delimitando de una manera más integral, pues hoy en día las responsabilidades de las empresas van más allá de generar utilidades para sus accionistas (Elegido, 1998). Es así que se está reconociendo la necesidad de tener una visión más amplia y a largo plazo, en la que los diversos grupos de interés sean parte de las prioridades o preocupaciones de las organizaciones (Vives & Peinado-Vara, 2011).

A nivel mundial coexisten diversas definiciones al respecto, que han sido propuestas por diversas instituciones, organismos y autores. Se puede decir que, aunque tienen sus diferencias la gran mayoría converge en la necesidad de promover prácticas empresariales, abiertas y transparentes, basada en valores éticos y respeto hacia los grupos de interés, que contribuyan al desarrollo sostenible (Núñez, 2003).

Cajiga J. s/f citado por el Centro Mexicano para la Filantropía define la RSE como:
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. (p. 4)

Por otro lado, Gisbert, A. y Lunardi, V. (2012) en su artículo publicado en la revista RECEC, definen a la responsabilidad social empresarial como:

Una forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservado recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales. (p. 3)

Otra definición importante es la que brinda la (Norma Técnica Peruana ISO 26000:2010, Ob. cit), la cual la define como:

Responsabilidad de una organización ante las influencias que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento y este integrada en toda la organización.

Se puede afirmar, que la Responsabilidad Social Empresarial cuenta con definiciones muy variadas y que provienen de diversos ámbitos; sin embargo, para la

presente investigación tomaremos como base la definición brindada por la Norma Técnica Peruana ISO 26000:2010, pues está llamada a ser la norma de referencia a nivel mundial, en cuanto a Responsabilidad Social se refiere, ya que integra diversos factores que se encontraban dispersos en otras normas internacionales, tales como: las relaciones con los grupos de interés, inversión, derechos humanos, medio ambiente, entre otros (Mazzotti G., Aguilar V. y Vargas R., 2016). Muestra de ello, es la amplia aceptación que ya posee a nivel internacional, debido a que viene siendo adoptada por 81 países.

Teoría de la Responsabilidad Social

Para comprender adecuadamente que es responsabilidad social empresarial (RSE) y cuáles son sus implicaciones para las empresas es necesario comenzar repasando brevemente su historia para, seguidamente, analizar los diversos enfoques convergentes de un concepto, como el de la RSE, aun no concluyentemente cerrado en su definición.

Se puede entender la RSE como un proceso a través del cual las empresas asumen la responsabilidad por las consecuencias sociales, económicas y medioambientales de su actividad, y ello a través de los mecanismos fundamentales: La rendición de cuentas en los tres ámbitos anteriores y ejerciendo el diálogo con los grupos interesados o afectados por tal actividad. (Moreno, Uriarte y Topa, 2010, p. 27).

Origen de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Algunos autores asocian la preocupación sobre la responsabilidad social de las empresas, a partir de los años 20 del siglo pasado, con las actitudes filantrópicas

inspiradas en la caridad y beneficencia. Estas inquietudes sobre las relaciones de las empresas con la sociedad se afianzaron después de la II guerra mundial. En 1944 se alcanzó la formalización mediante la Declaración de Filadelfia en la cual la Organización Internacional del Trabajo (OIT) concretó cuáles eran las obligaciones del sector privado de la economía, respecto del progreso de la sociedad.

En las décadas del 50 al 70 se suceden varios acontecimientos destacables: la publicación del libro de Howard R. Bowen, donde hace explícita la inquietud de relacionar la acción del directivo con los valores sociales, esto es, reconocer que la empresa no tiene una exclusiva función económica, como organización debe prestar atención a grupos específicos y puede colaborar con la solución de algunos problemas sociales. (Bowen 1953 citado por Martínez y Soza 2011,) definía el término RSE como “las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad”. (pág. 8)

Esto motivó que el concepto de responsabilidad social se expandiera más allá de los círculos empresariales y académicos. Durante la década de los 70 se profundiza la reflexión sobre el tema de la RSE en diferentes países desarrollados, logrando acuerdos entre empresas y el gobierno para el progreso social. Contrariamente a estas ideas, en 1971 Milton Friedman publicó, en el New York Time Magazine, un artículo donde sostiene que la responsabilidad de las empresas debe limitarse al cumplimiento de las leyes, así como a las regulaciones de la actividad económica, y que no es responsable de resolver problemas sociales. Por lo que las empresas deben enfocarse en maximizar los beneficios para los accionistas, respetando las leyes, costumbres y principios éticos.

Es pertinente destacar que han existido enfoques opuestos a la RSE, uno centrado en los accionistas (shareholders), en el que prevalecen criterios netamente financieros y donde el centro de la preocupación está en los intereses de los accionistas. Y otro enfoque, el de la RSE plantea, según Vargas Niello (2006), que es posible la creación de valor con un comportamiento socialmente responsable y teniendo en cuenta los intereses de los accionistas. Esta perspectiva reconoce que “el gobierno de la empresa es un proceso complejo de negociación que busca equilibrar todos los intereses de los grupos a los cuales el quehacer de la empresa afecta”.

En los años 80 surge el enfoque de los grupos de interés o stakeholders de la mano de Edward (Freeman 1984 citado en Setó y Rabassa, 2008), que los define como toda persona o grupo que afectan o son afectados por la actividad de la empresa. En 1989, Peter Drucker, en su libro las nuevas realidades, plantea que la responsabilidad social de las empresas debía integrar el núcleo duro de la gerencia, en razón de que las empresas son instituciones sociales basadas en las relaciones de confianza entre todos los actores involucrados.

Otro aporte esencial en el desarrollo del concepto de RSE es el de (Donna Wood 1991 citado por Vásquez Paniagua y Gonzales Isaza 2009), a mediados de los años 90 hace referencia, básicamente, a lo siguiente: “los negocios y la sociedad están entrelazados y por tanto son más que entidades independientes”. Por lo tanto, la sociedad tiene ciertas expectativas con respecto a cómo debe ser el comportamiento de un negocio y cuáles son los resultados apropiados. Además, plantea tres niveles de relación social:

- El nivel institucional que insta a las empresas a realizar sus actividades en el marco de la ley, regulaciones económicas y en un marco de respeto a las normas éticas.
- El nivel organizacional que compromete al sector económico con el desarrollo social equitativo y con el progreso de la sociedad.
- El nivel individual que exhorta a los directivos y demás miembros de una empresa a asumir el rol de agentes morales para contribuir al comportamiento socialmente responsable de las empresas. (pág. 51)

Por otra parte, la cuestión sobre la importancia de la RSE, tal como señala Truñó (2016) está centrada en identificar si aporta beneficios (especificando de qué tipo y para quién) cuando se incluye en la gestión y dirección empresarial: “En esta dirección, Simpson y Kohers (2002) defienden que la RSC mejora el rendimiento financiero de la empresa. Maignan (2001) especifica que este mejor rendimiento financiero es causa del aumento significativo de las ventas, producido por una mayor fidelidad de los clientes. (pág. 2 y 3).

En la misma línea, Smith (2003) defiende una revalorización de la imagen y reputación de las empresas socialmente responsables. Además, también se encuentran otros investigadores que se refieren al aumento de la capacidad de atraer y retener trabajadores como beneficio de la RSC (McGuire, 1988), o al incremento de las facilidades de acceso al capital que han obtenido las compañías socialmente responsables (Hockerts y Moir, 2004).

Porter y Kramer (2006), en su artículo “Estrategia y Sociedad”, proponen una nueva forma de observar la relación entre la empresa y la sociedad al presentar un marco que las empresas pueden utilizar para identificar los efectos positivos y negativos de su accionar en la sociedad, y determinar cuáles abordar. Este marco incluye las herramientas de la cadena de valor y de las cinco fuerzas competitivas.

Evolución de la Responsabilidad Social

La responsabilidad social es un concepto que aparece de forma explícita a mediados del siglo XX. Sin embargo, se puede afirmar que en términos éticos y morales ésta ha estado presente desde los inicios de la historia de la humanidad a través de normativas para garantizar correctas prácticas comerciales.

En las culturas griega y romana las actividades comerciales fueron consideradas como un “mal necesario” apareciendo restricciones filosóficas sobre el trabajo de los mercaderes. Posteriormente, en la edad media continúan las restricciones religiosas planteadas por la iglesia católica que consideraba como despreciables a las actividades comerciales y de negocios.

Hacia el siglo XIII, ante el crecimiento del comercio en las ciudades europeas, Santo Tomás de Aquino estableció el concepto del precio justo determinado por los mercados y los márgenes de utilidad razonables obtenidos en el proceso de comercio.

La ideología judía favorable al capitalismo, la reforma y el nacimiento de la ética protestante hacen que el comercio ya no sea visto como una labor denigrante. Entre los siglos XV y XIX el comercio y las industrias crecen de forma sostenida, convirtiendo a la ética capitalista en un eje fundamental del desarrollo de la humanidad.

Luego de la revolución industrial de fines del siglo XIX, las empresas cobran un rol mucho más protagónico en el sistema. Sin embargo, a raíz de la crisis de 1929, la labor empresarial es cuestionada, optándose por estados con mayores atribuciones lo que se mantuvo hasta pasada la segunda guerra mundial.

Es a partir de la década de los cincuenta que las compañías empiezan a consolidarse. Así, las grandes corporaciones empiezan poco a poco, a manejar los hilos de la economía mundial hasta llegar a la situación actual en la que las grandes empresas son más poderosas, en términos económicos, que la mayoría de los países.

En esta consolidación, se han sugerido una serie de obligaciones a la labor empresarial, las cuales toman cuerpo en lo que se conoce como Responsabilidad Social Empresarial y que se fundamentan en la importancia de las mismas en el sistema.

A continuación, se plantea de manera esquemática un breve recorrido por la historia de la responsabilidad social empresarial centrándose fundamentalmente en el siglo pasado. Este recorrido ha sido organizado en cuatro etapas: la época empresarial, la gran depresión, la época del activismo social y la de conciencia social contemporánea, la cual se extiende hasta la actualidad.

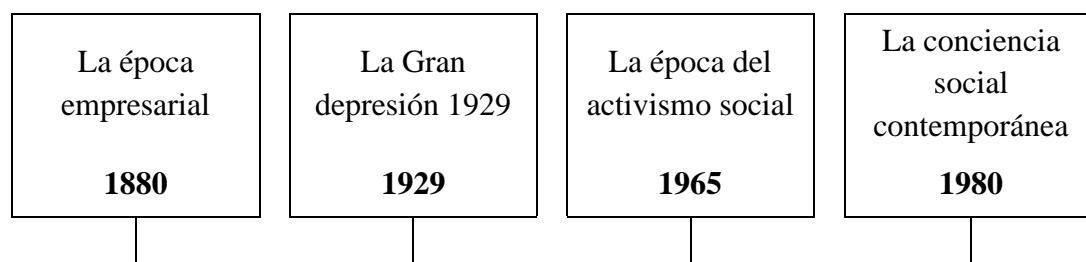


Figura 1. Historia de la Responsabilidad Social

Fuente: Fuente: El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo (2005).

Tabla 1. *Historia de la Responsabilidad Social*

La época empresarial	<p>Esta fase se caracterizó por el espíritu emprendedor y la filosofía del laissez-faire (“dejar hacer, dejar pasar”).</p> <p>Durante esta época de conflictos laborales y prácticas deprecatorias de los negocios, tanto los ciudadanos como el gobierno empezaron a mostrar cierta preocupación por la actividad empresarial que se tomaba cada vez más desenfrenada.</p>
La Gran depresión	<p>En los años treinta, mucha gente culpó del fracaso de los negocios y los bancos y de la amplia pérdida de trabajos, a un Clima general de avaricia de los empresarios y de extrema preocupación por sus propios intereses.</p> <p>Como resultado de ello, surgieron nuevas leyes que describieron y ampliaron el papel de las empresas para proteger e incrementar el bienestar general de la sociedad.</p>

Asimismo, el concepto de responsabilidad social hacia los grupos de interés surgió en la década de 1930, junto con el desarrollo de responsabilidades gubernamentales más amplias para combatir los estragos de la Gran Depresión.

La tercera fase comenzó con la inquietud social que se presentó claramente en las décadas de los sesenta y setenta.

La época del
activismo Social

Con el paso del tiempo, el incremento del activismo social motivó una mayor reglamentación gubernamental en diversas áreas.

En esta época aparecen los movimientos sociales (1968 - 1969), cambios en las exigencias de los consumidores, aparición de la responsabilidad social en Latinoamérica, el modelo social empresarial y el Balance Social.

La conciencia
social

Esta etapa, se caracteriza por una mayor conciencia de la globalización económica y por campañas intensas de los movimientos ambientalistas y ecológicos además de un mayor desarrollo en lo referente a la responsabilidad social empresarial.

contemporánea

Estos factores se han combinado de manera que, en la actualidad, muchas empresas son más sensibles con sus entornos y, por lo tanto, son cada vez más responsables socialmente.

En la década de los ochenta, la responsabilidad social empresarial se ve complementada con el desarrollo del concepto de Desarrollo Sostenible.

Asimismo, se produce la consolidación del Balance Social como el instrumento de medición por excelencia de la responsabilidad social y aparecen una serie de herramientas para el reporte y medición de la misma.

Fuente: El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo (2005)

Los grupos de interés (stakeholders) de las empresas

Freeman (1984), citado en Setó y Rabassa, (Ob. cit), los stakeholders o grupos de interés son los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendiente al logro de los objetivos de la empresa. Así mismo Lozano (1999), citado po Setó y Rabassa, (Ob. cit) agrega que además deben tenerse en cuenta los intereses, demandas y expectativas que entran en juego en cada caso en particular y el poder real que tiene cada uno en ese juego de relaciones.

Los grupos de interés internos: Están conformados por los que tienen una relación directa con los aspectos organizacionales y funcionales de la empresa, en este grupo encontramos a:

- Trabajadores: personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato y una retribución dineraria y/o en especie. En términos generales los podemos agrupar en directivos y no directivos.

- Accionistas/Propietarios: personas o entidades que poseen participación en la propiedad de la empresa.
- Los grupos de interés relativos al entorno: Representan una vinculación explícita con el negocio y, en consecuencia, conforman su periferia estratégica:
- Clientes: consumidores o usuarios de los bienes y servicios producidos por la empresa. Es el grupo social al que se dirige la empresa y son imprescindibles para la supervivencia de la empresa.
- Proveedores: personas y organizaciones que aportan trabajos, productos y servicios a la empresa sin pertenecer a ella.
- Competidores: empresas del mismo sector que ofrecen bienes y servicios similares a los producidos por otra empresa, a los mismos clientes o consumidores.
- Agentes sociales: grupos de interés público que con su accionar pueden influir de manera determinante en la forma de gestionar la empresa, condicionando incluso su futuro. Se incluye en este grupo los sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores, acreedores, grupos de opinión como los medios de comunicación y las Ong, etc.

Los grupos de interés del contexto: Está conformado por los que se vinculan en un segundo orden de resonancia:

- Comunidad local: conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local circundante a la actividad de la empresa con la que se interactúa estrechamente: iglesia, asociaciones, las ong, fundaciones, partidos políticos, etc.
- Gobierno (municipal, provincial y nacional): los poderes públicos reconocen derechos e imponen deberes a las organizaciones.

Enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE engloba cuestiones económicas, sociales y medioambientales, y en ella convergen diferentes preocupaciones y disciplinas científicas. En el interior de las mismas empresas han evolucionado progresivamente diversos enfoques, como la ética empresarial, los aspectos sociales o el desarrollo de los recursos humanos, que alimentan la RSE. (Moreno, Uriarte y Topa, Ob. cit.).

De hecho, el interés actual de las empresas en la RSE no es totalmente voluntario. Muchas empresas han tomado conciencia de su responsabilidad social cuando se han visto sorprendidas por la respuesta del público hacia ciertas cuestiones que, hasta ese momento, no pensaban que fuera parte de su responsabilidad empresarial, si analizamos las áreas de impacto de las empresas en la sociedad, podríamos decir que se trataría de una triple cuenta de resultados, que incluye rendimiento económico, ambiental y social. Cada factor interactúa con los demás y es independiente de los otros logros. (Moreno, Uriarte y Topa,).

a) Ética empresarial

La palabra ética viene del griego ethos y quiere decir carácter. Para muchos importantes pensadores de la mayor importancia para la sociedad el carácter de las personas que la componen, el carácter de sus organizaciones, el carácter de un pueblo. La ética empresarial es una herramienta necesaria para el buen funcionamiento de las empresas, la RSE se sustenta en la ética empresarial para lograr ventajas competitivas. (Moreno, Uriarte y Topa, Ob. cit.).

En su relación con la RSE, la ética empresarial desempeña el papel de una brújula que alinea los diversos enfoques dentro de la responsabilidad social. Como ya se señaló, la RSE no es un concepto de una sola dimensión, sino que integra distintos enfoques conceptuales asociados a diversos ámbitos de actuación y/o impacto de la empresa. La característica común de estos enfoques es que apuntan todos a la misma dirección: en que la búsqueda de modelos que permitan que la contribución de la empresa a la sociedad y el entorno sea lo más justa y valiosa en equilibrio con sus resultados sostenibles. (Moreno, Uriarte y Topa, Ob. cit.).

b) Reputación empresarial

El termino reputación empresarial o corporativa ha venido desarrollándose en los últimos años en paralelo y asociado al de RSE.

Según definición del foro de Reputación Corporativa (FRC), la reputación corporativa es el conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa los diversos grupos de interés con los que se relaciona (stakeholders), tanto internos como externos. Tiene que ver con el comportamiento observado por la empresa y a lo largo del tiempo y

describe su capacidad para distribuir el valor que genera a los mencionados grupos de interés. (Moreno, Uriarte y Topa, Ob. cit.).

c) La RSE y el medio ambiente

Las sociedades desarrolladas contemporáneas han ido progresivamente madurando la idea de que para garantizar la continuidad de nuestro desarrollo presente y sobre todo futuro, es necesario poner cotas a las acciones de las empresas y de la sociedad en su conjunto, que podrían traer aparejadas consecuencias negativas a medio y largo plazo. Así fue ganando carta de ciudadanía el concepto de sostenibilidad y desarrollo sostenible. (Moreno, Uriarte y Topa, Ob. cit.).

El informe Brundtland define el desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Aquí está implícita la idea de que la responsabilidad social ya no se limita a las acciones propias ni a un periodo de vida de los individuos, sino que existe una responsabilidad que algunos denominan intergeneracional. (Moreno, Uriarte y Topa, 2010, p. 44).

Caracterización de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Así mismo, Cajiga (Ob. cit.). La responsabilidad social empresarial como una nueva forma de hacer negocios, se puede analizar desde tres diferentes enfoques: económico, social y medio ambiental; que permiten contemplar tanto interna como

externamente la organización y no bajo la postura, de solo contemplar sus beneficios económicos sino lograr una integración con el entorno social y medio ambiental, por lo que se vuelve un engranaje de las acciones y resultados de las tres dimensiones, como respuesta efectiva a las demandas del entorno.

El gran reto de la globalización es adecuarse a un modelo de crecimiento sostenible en las tres dimensiones; económica, social y medioambiental.

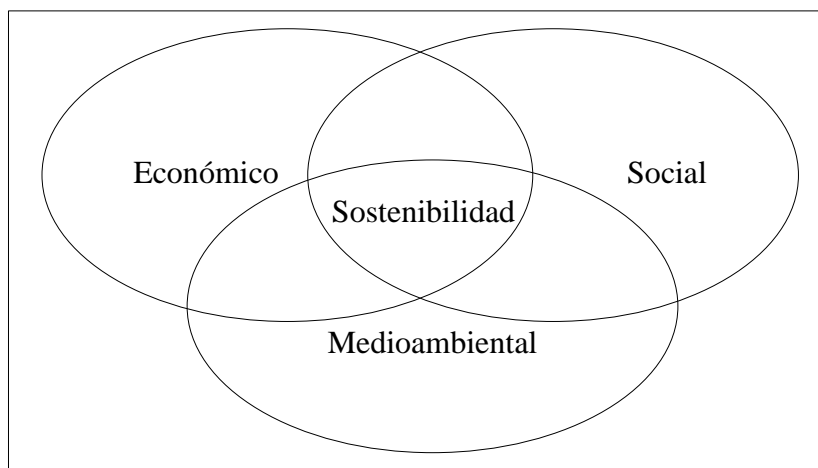


Figura 2. Modelo de sostenibilidad en sus tres dimensiones

Fuente: (Moreno, Uriate y Topa, 2010, p. 51).

Por lo tanto, se evidencia la relación de las dimensiones de la RSE, donde la económica se complementa con aspectos sociales y ecológicos o ambientales, expresándose como un embudo, ya que no siempre se cumple que una organización aplique estrategias para los tres fines, sino que muchas veces se presenta la dimensión económica con alguna de las otras dos.

De esta manera, cabe resaltar la definición de empresa dada por García y Casanueva, (2001) que definen la empresa como una "entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados" y su acción responsable debe ser enmarcada en un contexto integral donde se rijan por las diferentes necesidades, expectativas y valores que conforman el ser y quehacer de las personas que integran a la organización y con los que ella tiene relación, de esta manera las empresas pueden analizar los niveles de RSE, que según el Cemefi - Centro Mexicano para la Filantropía explican las dimensiones integrales que la RSE involucra:

a) Dimensión económica

No se debe confundir dimensión económica con desempeño financiero empresarial, pues el desempeño hace referencia a la actuación de la empresa y su éxito competitivo. Si bien es cierto que una empresa con indicadores financieros positivos tendrá más posibilidades de garantizar su supervivencia, la estabilidad y el bienestar del personal que la compone, el desempeño económico va mucho más allá al tener en cuenta el impacto de la actuación de la empresa sobre la situación económica de determinados grupos de interés, el desarrollo económico de la zona (local, regional o nacional) y la sostenibilidad del sistema económico. Así pues, el desempeño financiero consta como condición necesaria pero no suficiente para valorar el impacto económico de la organización en su contexto más amplio.

Proveedores

Para garantizar el suministro la empresa debe conocer y analizar de manera exhaustiva el impacto que sus actividades y actuaciones tienen en los proveedores actuales y en el resto de empresas competidoras de aquéllos. La sostenibilidad de la empresa depende de:

La sostenibilidad del tejido empresarial. Si las prácticas empresariales de una organización deterioran el tejido empresarial puede generarse un efecto indirecto nocivo sobre sus proveedores, ya que el deterioro económico en una zona puede alcanzar a todos los agentes económicos. Mención especial merece el abuso de poder negociador de cualquier compañía cuya persistencia puede conducir a guerras fratricidas de precios entre empresas suministradoras y al desmantelamiento de un sector. Es necesario, lícito y legítimo buscar un aprovisionamiento a costes competitivos, pero presionar constantemente a la baja en la negociación supone cercenar la competitividad de aquellos que la empresa necesita y contribuir a la larga al deterioro económico de la zona.

La sostenibilidad de la cadena de suministro. Si se adoptan prácticas irresponsables con los propios suministradores en forma de excesiva dilación en los pagos, morosidad estructural, o abusos de poder negociador, los proveedores podrían verse obligados a cerrar sus empresas, empeorar la calidad del suministro, o buscar otros compradores. Consecuencias negativas que tendrían una repercusión nada favorable para la calidad, o disponibilidad de los inputs que adquiere la compañía. Es por eso que se han de cuidar los aspectos mencionados como parte de la dimensión económica que concierne a este grupo: las organizaciones deben cumplir los compromisos adquiridos con los

proveedores y fomentar las relaciones con éstos en aras de una mayor competitividad de ambos. El modelo GRI incluye el porcentaje de contratos que fueron pagados en los términos acordados, dentro de los indicadores de dimensión económica. Una pyme podría testar el porcentaje de facturas, letras y pagarés pagados a su vencimiento como forma de comprobación de cumplimiento de su responsabilidad directa con proveedores.

Compartir los valores de la RSC con los suministradores. A su vez de cumplir con los anteriores preceptos las organizaciones pueden establecer un espacio en el que compartir prácticas socialmente responsables mediante acuerdos beneficiosos para todas las partes implicadas tales como la participación conjunta en programas sociales de carácter benéfico, de protección del patrimonio histórico, o de formación para desempleados o, alumnos de formación profesional, e incluso programas de empleo protegido dirigido a personas con discapacidad, dentro de la zona en la que operan.

Orientación al cliente

La RSC no solo busca en esta área un cliente satisfecho sino su participación en el proceso de un desarrollo sostenible: no se busca la satisfacción del consumidor sino su bienestar y el de la comunidad en general. Esta nueva orientación tiene como patrón los siguientes aspectos:

Consumo responsable. El consumidor ha de tener toda la información sobre un uso o consumo responsable, de esta manera se convierte en parte activa de las prácticas que van en esa dirección. Las campañas para la moderación en el consumo de alcohol, o de alimentos especialmente grasos, para la conducción

vigilante y responsable de vehículos, o contra el desperdicio de alimentos son algunos de los múltiples casos donde se le asigna al consumidor un papel protagonista haciéndole conocedor de los posibles riesgos para sí mismo y los demás, de usos que pudieran tener efectos nocivos.

Estándares de Calidad. Aunque ya nos consta que la responsabilidad social de las empresas en su contenido más amplio traspasa fronteras legales, el cumplimiento de ciertos requisitos normativos representa una garantía no solo de calidad sino también de responsabilidad frente a clientes. Clientes, usuarios y público en general debe estar al tanto de que la empresa cumple con las normas de calidad principales de carácter nacional e internacional (en especial las normas ISO), para lo cual la labor del etiquetado y envasado es primordial al ser la primera información recibida en el momento que entran en contacto con el producto, donde el consumidor puede verificar a primera vista el cumplimiento con los estándares de calidad y sostenibilidad. Si bien es cierto que el empleo de la web de empresa puede completar y complementar la información al estar considerado como un nexo relacional entre clientes y empresas más que para dar a conocer los productos en sí.

Respeto a los derechos del consumidor. Este punto ha de ser un eje prioritario de la dimensión económica. Dar a conocer la manera de ejercer sus derechos proporciona a la organización un eje vertebrador con el cliente actual o potencial. En primer lugar, la política corporativa ha de integrar en sus actividades los derechos fundamentales contenidos en el Pacto Internacional

por los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1976) que afecten a la familia como unidad económica de consumo, entre ellos:

Beneficiarse del progreso científico. Conlleva todos los esfuerzos realizados para que las diferentes innovaciones obtenidas lleguen al seno familiar de forma efectiva y puedan satisfacer mejor sus necesidades. Implica un doble compromiso con la sociedad y los clientes.

Prevención de enfermedades y accidentes. No es asunto nimio tal como revelan distintas normativas. Se consigue desde la concepción de los productos hasta la información plena en cuanto a la composición, uso y conservación de productos de diferente naturaleza (química, textil, alimentaria etc) con vistas a garantizar la salud de la familia usuaria y de terceros, protegiendo especialmente a niños y adolescentes de efectos nocivos. Todas las etapas desde que “nace” la idea del producto hasta su difusión son importantes a la hora de velar por la salud y seguridad de todos los grupos de interés que sean receptores.

Participación en la vida cultural. Al tratarse de otro derecho inherente al Pacto de 1976, otro elemento relevante la participación de las familias en la vida cultural del contexto local, dotándoles de información y a ser posible de cauces para poder hacerlo: actividades benéficas, lúdicas, o relativas al patrimonio histórico de la zona, como forma de integración.

Pero, además de garantizar los derechos citados, se ha de preservar a toda costa la privacidad y anonimato de consumidores y usuarios. Se han de poner todos los medios disponibles para que la información obtenida del cliente sea tratada de manera confidencial con vistas a la protección de datos y salvo acuerdo en contrario solo para el uso original, tal como establece la normativa existente.

Entidades financieras y demás inversores

La transparencia y las buenas prácticas de gobierno resultan vitales para tener un acceso eficiente al capital (Porter y Kramer, Ob. cit.). Las entidades financieras que sean suministradoras de capital financiero dependen de la solidez financiera y las buenas prácticas de quienes les soliciten financiación. Lo argumentado sobre el tejido productivo se puede extrapolar al tejido financiero. Los impagos, las dilaciones en los mismos a los intermediarios financieros bancarios (o accionistas u otros inversores) y cualquier otra práctica que debilite a los suministradores de capital, puede restringir notablemente la franja de posibilidades de financiación de la compañía. Además, la pérdida de confianza y credibilidad puede ahuyentar otras formas de financiación externa como es el caso de potenciales nuevos socios, u obligacionistas para el caso de grandes empresas. Por el contrario, el crecimiento sostenible de las empresas abre el abanico de nuevas posibilidades de inversión financiera para intermediarios bancarios y no bancarios, a partir de un contexto más estable y transparente mientras que las empresas -en especial las pymes- encuentran nuevas vías de financiamiento. Las empresas de reducida dimensión, dadas sus menores garantías patrimoniales, deben dar cuenta aún más de las prácticas de buen gobierno y de inversiones socialmente responsables.

b) Dimensión Social

El impacto que tiene la empresa sobre los trabajadores, sus familias, y el bienestar social de la zona donde opera define hasta donde alcanza la dimensión social de su responsabilidad, lo que nos lleva a diferenciar dos tipos de efectos de la actuación de las compañías: generales y específicos.

Generales. Cuando se habla de los problemas de carácter genérico se alude a aquellas situaciones en el entorno externo a las que la empresa contribuye, pero no los protagoniza o no es el único agente implicado, es el caso de la pérdida de empleos masivos a nivel regional, disminución de la renta per cápita, aumento de las familias en riesgo de exclusión social y cualquier vestigio de deterioro del nivel de vida de la comunidad. Pongamos por caso el fenómeno de la discriminación. La discriminación por razones de sexo, edad, nacionalidad, estado civil, etnia etc. por parte de una entidad empresarial penaliza el acceso al trabajo de las personas estigmatizadas por los criterios discriminatorios y en última instancia el desarrollo social, económico, cultural y cívico de la zona, al generar fractura social entre colectivos, aunque no sea el único agente implicado en tales prácticas.

Específicos. Aquellos provocados (de manera deliberada o voluntaria) por las actividades de una empresa sobre los miembros de la organización, u otros individuos, en el ejercicio de sus negocios, también llamados Impactos Sociales de la Cadena de Valor (Porter y Kramer, Ob. cit.).

Unas veces se convierten en ventajas y otras en problemas. Se pueden agrupar en los siguientes estadios:

Formación laboral. La formación recibida propicia, o actúa de rémora, para la promoción y para la movilidad laboral inter-empresa.

Ética empresarial. La manera de entender el trabajo en equipo y el resto de códigos éticos pueden incidir en las relaciones entre los miembros de la empresa, y en las relaciones de éstos con su entorno social y familiar. Esta parte también contempla el ofrecimiento de información no financiera para que la sociedad en general y los diferentes colectivos a nivel particular, puedan conocer los efectos y riesgos de las actividades económicas desplegadas. Para ello la empresa debe identificar y analizar todos los posibles riesgos (no solo los financieros), entre ellos los de sus futuras operaciones y estrategias (Rivero, 2005).

Atención a la diversidad (incluye la no discriminación). Adaptar los recursos de la organización a las circunstancias estructurales o coyunturales de sus empleados propicia el desarrollo paralelo de su vida personal y profesional. Desde la perspectiva empresarial constituye todo un ejercicio de flexibilidad organizativa, así como vela por la igualdad de oportunidades.

Seguridad y salubridad de las condiciones laborales. La satisfacción o insatisfacción que generan, como ya hemos visto anteriormente, condicionan la aportación de los empleados en la cadena de valor.

Estabilidad en el empleo. Las políticas de contratación y despido marcan por un lado el nivel de incertidumbre al que se ve sometido el trabajador, y por otro lado sus posibilidades de reinserción laboral.

Aportaciones al entorno. La participación en eventos (tales como ferias, congresos, o conferencias) y programas sociales, en favor del desarrollo local o de la comunidad en general mide cual es el nivel de las aportaciones que se hacen en beneficio del progreso social.

En ningún caso la RSC ha de centrarse exclusivamente en otras normas ignorando las normas sociales, ya que son fundamentales para crear un clima que propicie la convergencia social y un crecimiento económico (Informe Howitt, Parlamento Europeo, 2013), que no será sostenible si genera fracturas sociales como las apreciadas en la última crisis financiera mundial. El informe Howitt (2013) considera la desintegración social como «uno de los desafíos más apremiantes» abogando por la integración de las cuestiones sociales y de derechos humanos en la actividad de las empresas. La desintegración social es consecuencia de la no contratación de grupos vulnerables, la pérdida del puesto de trabajo, la precarización de las condiciones laborales, o la discriminación, y de un modo menos directo el impago de los salarios de manera puntual, el déficit de formación, o la ausencia de promoción profesional.

Esta dimensión social hace referencia a las actuaciones que las empresas pueden llevar a cabo hacia sus trabajadores y hacia el entorno social donde la empresa opera. Así que, cuentan las políticas sobre el empleo, la conciliación, la diversidad, la integración, la motivación, la formación y promoción, etc.; junto con la cooperación con los intereses de la comunidad (apoyo a proyectos culturales, educativos, deportivos, fundaciones sociales para el desarrollo de países pobres o de colectivos sociales desfavorecidos).

A continuación, describimos algunos factores de interés: la reestructuración empresarial, vital para el compromiso con el empleo, la calidad de vida laboral y el buen clima laboral, igualmente vitales para los empleados.

La calidad del trabajo.

Estamos ante uno de los objetivos socio-económicos de la Unión Europea, que ya en el Consejo Europeo de Lisboa en el año 2000 se propone una política de empleo más activa que genere más empleos y de mejor calidad bajo el título «más y mejores empleos para Europa» dentro de una estrategia al unísono de competitividad y cohesión social. En dicho Consejo se “ponen sobre la mesa” cuatro aspectos, los cuales han sido tenidos en cuenta en el presente estudio:

Mejorar la empleabilidad y las cualificaciones.

Dar mayor importancia a la formación continua e innovación.

Aumentar el empleo en los servicios.

Fomentar la igualdad de oportunidades en todos los aspectos.

En primer lugar, es necesario definir el concepto, al menos delimitar los aspectos que lo definen pese a no haber una noción universalmente aceptada y disponer de un

bagaje empírico escaso en cuanto a su investigación. Para Duncan Gallie (2007), quién lo define como un problema sociológico, la calidad del empleo recoge como aspectos socialmente responsables: las cualificaciones profesionales y los efectos salariales, el grado de autonomía en el trabajo, las oportunidades para el desarrollo de la formación profesional, la seguridad en el empleo y la facilidad para la conciliación de la vida laboral y familiar.

Buen clima laboral versus mobbing.

En el año 2010 en plena crisis económica en Europa se avistaba un paisaje preocupante: al menos el 14 % de los trabajadores afirmaba haber sufrido algún comportamiento social adverso en la empresa según la EWCS. Así mismo, en la Sexta Encuesta Europea sobre las Condiciones de Trabajo EUROFOUND (2015), estudiaron este fenómeno, y para ello, entrevistaron a más de 43.000 trabajadores de 35 países europeos. Frente al buen clima laboral el fenómeno del mobbing (presión laboral tendenciosa) debe ser vigilado por la empresa no solo por el daño psicológico causado por los malos tratos perpetrados sino por el quebranto de las relaciones laborales y su incidencia negativa en el rendimiento de los trabajadores. La importancia de prevenir tales situaciones (o en su caso detectarlas y erradicarlas) en el interior de las compañías es capital para sentar las bases de un buen clima laboral y evitar un aumento de los costes derivados de la pérdida de productividad individual, mal funcionamiento organizativo, bajas laborales, indemnizaciones, o rotación del personal. En este último caso la reducción de costes de reclutamiento, selección y capacitación en la sustitución de personal puede elevar la competitividad (Domínguez-Aguirre et al., 2013). La norma SA 8000 surgida en EEUU (1997), con la intención de mejorar las condiciones del trabajo,

aboga por la aplicación de la RSC a los RRHH y establece ciertos requisitos en aras de preservar un buen clima laboral:

Salud y seguridad

La empresa proveerá un ambiente laboral seguro y saludable.

Un gerente debe ser designado como encargado de la salud y seguridad.

Se proveerá capacitación en seguridad regularmente. La empresa se compromete a tomar una posición proactiva con el fin de resolver potenciales problemas de salud y seguridad.

Prácticas disciplinarias

La empresa no practicará ni apoyará el uso de violencia o coerción física o psicológica, ni el abuso verbal.

Prohibición de castigos físicos.

Compromiso de no practicar deducciones salariales arbitrarias, por ejemplo, por causa de enfermedad o por no trabajar horas extras.

No amenaza de despido o de daño personal.

Igualdad y no discriminación

La empresa se compromete a no ejercer ni apoyar prácticas discriminatorias.

No habrá interferencia con los derechos individuales. Por ejemplo, respetará las creencias religiosas.

No se permitirá ni apoyará ninguna forma de hostigamiento hacia los trabajadores.

Resumiendo, la calidad de vida laboral y un buen clima de trabajo, suponen una verdadera fuente generadora de valor añadido pues contribuyen a mejorar el bienestar del empleado en la empresa, propician la identificación con el proyecto empresarial, generan un efecto llamada de trabajadores cualificados, y los trabajadores proyectan una imagen positiva de la organización hacia el exterior.

La reestructuración responsable y el compromiso con el empleo. La Comisión Europea para evitar la vulneración de uno de los elementos básicos de la RSC, que es el compromiso con el empleo y el desarrollo local, plantea como alternativa una acción colectiva eficaz que permita una reestructuración responsable (European Restructuring Monitor, Ob. cit.).

La SGE21 (primera norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una empresa para integrar en su estrategia la Responsabilidad Social) establece en su artículo: « En caso de reestructuración, la organización ha de tener en cuenta las necesidades, intereses y demandas de las partes afectadas por el proceso, reduciendo en la medida de lo posible los impactos negativos asociados». En el desarrollo de dicha definición alude a la situación de aquellos que pueden perder el puesto de trabajo y propone medidas de cohesión social para minimizar los efectos económicos y psicosociales asociados a la desvinculación de la empresa. Recomienda a la organización arbitrar medidas para potenciar la reinserción laboral, el apoyo familiar, o el acceso a créditos de quienes padecen el despido o, el retiro.

En caso contrario, reducir costes mediante despidos masivos no es suficiente para garantizar la viabilidad económica si no hay detrás un proceso planificado de ajuste y búsqueda de la recuperación. Existen pues, otros factores mediadores entre la reestructuración y la recuperación económica de las empresas: la relación informal, la realización de cambios en la dirección, las medidas de consenso, la integración de los empleados y la definición de objetivos a largo plazo (Cater y Schwab, 2008).

Además, ¿quién puede garantizar a los clientes que la calidad en el producto va a ser la adecuada cuando existe un serio malestar en los trabajadores como consecuencia de un proceso de ajustes en la empresa de la que son responsables directos de la ejecución en la producción?, ¿tendrá credibilidad una empresa con sus clientes si no parece tenerla con sus trabajadores? Una reestructuración comprometida con el mantenimiento del empleo (en la medida de lo posible) podría ser valorada positivamente por potenciales inversores y el resto de stakeholders, con lo que podría contribuir a una mejora de la reputación de la empresa y una reducción del coste de los recursos financieros (Martínez-Ferrero, 2014). Estamos ante un supuesto en el cual el compromiso con el empleo resultaría positivo para el desempeño empresarial.

c) Dimensión Medioambiental

La protección del medio ambiente se ha convertido en uno de los ejes principales de las estrategias de sostenibilidad procedentes de los principales organismos internacionales; la preservación del ecosistema en pos de las generaciones futuras es hoy día una prioridad dado el estado actual de cambio climático y de degradación de las condiciones de vida en el Planeta. El acuerdo alcanzado en la cumbre sobre el cambio

climático celebrada en París en diciembre del 2015 (COP21) obliga a 200 países a dirigirse hacia una economía baja en carbono y alcanzar el objetivo de limitar el calentamiento global por debajo de los dos grados. Cada organización tiene la responsabilidad de gestionar el impacto causado al entorno medioambiental, esto le obliga a tomar decisiones que afectan a su modelo productivo e incluso a su modelo de negocio. La cuestión radica en que los cambios surtan un efecto positivo en la marcha del negocio y mejore el desempeño organizacional.

Las actuaciones corporativas en esta materia vienen dadas por una perspectiva basada en el largo plazo. La complejidad y el número de normas ambientales al respecto generan deficiencias en los costes y en la eficacia empresarial, lo que obliga a la búsqueda de nuevas formas de interacción con gobernantes y legisladores (Gutowski et al., 2008). Una vez más se vuelve a poner de manifiesto la importancia de las relaciones con los grupos de interés. En el caso concreto del medio ambiente, además del marco político que apoye las actuaciones pro-ambientales de las empresas y una adecuada regulación, es necesaria una colaboración continua y más profunda aún entre el sector público y el privado para hacer frente al desafío del cambio climático tanto a nivel global como a nivel local según informa el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) en la publicación en su página web de finales del 2015 "Leading energy companies join forces to enable near doubling of renewable energy capacity by 2025", sobre todo si se pretende acelerar la implantación de las energías renovables con el objetivo de mantener el cambio de la temperatura del Planeta por debajo del umbral de una subida de 2 ° C.

Contrariamente a la escasa evidencia empírica que sostiene la existencia de una relación negativa entre el desempeño financiero y la gestión medioambiental la mayoría

de las investigaciones sostienen que la prevención de la contaminación y las estrategias ambientales para obtener ventajas competitivas sostenibles, incrementan los ingresos, gracias a productos y procesos innovadores, así como a la identificación de oportunidades de negocio (Perrini y otros, 2009). Lejos de ser ineficiente para la empresa a largo plazo, la adopción de criterios de sostenibilidad medioambiental no solo supone mayores inversiones, o costes por prevención, tratamiento de residuos, o I+D; también es portadora de ventajas:

Inyección de un carácter innovador, con la llegada de las denominadas “tecnologías limpias” o procesos productivos anticontaminantes. No cabe duda que la introducción de nuevas tecnologías supone un proceso bastante costoso, pero a largo plazo es una de los principales factores influyentes sobre la calidad de los productos, su ciclo de vida y la eficiencia de los procesos productivos. Por añadido, la adopción de tecnologías combativas contra las emisiones en el origen dentro de la denominada estrategia P+L (producción más limpia) por el programa de la ONU para el medioambiente resulta menos costoso que el tratamiento de emisiones ex post. Internalizar los costes a través de unas tecnologías más “verdes” evita los costes de la no implantación de las mismas tales como: multas, impuestos a la polución, compra obligatoria de bonos para emisiones por encima de lo permitido, pérdida de incentivos en forma de subvenciones, pérdida de clientes y por consiguiente de competitividad derivadas de sanciones y el pago de multas. Especialmente llamativo es el caso de las emisiones de Volkswagen, por llevar a cabo controles fraudulentos en las emisiones de nitrógeno la compañía sufrió una fuerte caída de valor en los mercados, informó que aproximadamente 2,8 millones de vehículos habían

alterado las condiciones de nitrógeno. Con este panorama, la compañía tuvo que provisionar 6.500 millones de euros para posibles sanciones.

Mejora de la reputación de la firma debido a la reducción de los niveles de polución y a su posterior difusión. Estos menesteres evitan la pérdida de cuota de mercado y de manera paralela dan acceso a mercados donde el consumidor o usuario es especialmente sensible al problema medioambiental, aquellos en los que podría elegir los productos de una empresa en detrimento de otras que no son responsables en este tema. Además, el establecimiento de planes preventivos para evitar los efectos contaminantes o sanearlos puede resultar más beneficioso no solo a efectos de desempeño financiero sino también la imagen de marca y reputación corporativa ganan enteros respecto a la competencia. Por ejemplo, en los procesos de filtrado, o depuración de residuos las empresas además de invertir en determinados equipos o procesos para cumplir la legislación vigente, que sería el requisito mínimo legal, pueden valorar la conveniencia de reducir aún más sus emisiones para contaminar por debajo de los niveles permitidos prestigiando así los productos y a la propia compañía. En este sentido la evidencia empírica constata que las prácticas para la minimización del impacto ambiental como la gestión de residuos, o la reducción de emisiones contaminantes son señales inequívocas de reputación para las empresas (Perrini y otros, Ob. cit.).

Descubrimiento de nuevos yacimientos de mercado. La presión derivada de una candente y creciente conciencia ambiental, da la oportunidad de ofrecer nuevos productos más ecológicos y seguros para los ciudadanos. Al igual que apostar por actividades que interactúan directamente con la sostenibilidad: las

empresas del sector del reciclaje generan o proporcionan nuevos inputs (metales, vidrios, cartones, papeles, etc.) para los procesos productivos de otras empresas, la exigencia de controlar el umbral del cambio climático precisa de nuevos modelos de negocio para ampliar las energías renovables a la velocidad que se requiere.

Reducir la polución y otros impactos ambientales negativos, dinamizando la innovación a través de nuevos procesos y productos ambientales puede facilitar el acceso al mercado de capitales (King y Lenox, 2001), lo cual representa una muestra más de que realmente el desempeño ambiental (entendiendo por tal el nivel de emisiones tóxicas dada la dimensión de la organización y en comparación con el sector) puede traer consigo una parte del desempeño financiero, de hecho la evidencia empírica proporciona una relación positiva entre ambas variables (King y Lenox, Ob. cit.).

Una producción más limpia se define como la aplicación continuada de una estrategia integrada y preventiva en los productos y procesos que reduzca el riesgo tanto para las personas como para el medioambiente. El éxito de su implantación depende de la dirección corporativa, el mantenimiento y la dotación de infraestructuras y la formación del personal (Nowosielski et al, 2007, citado por Perreni y otros Ob. cit.). Estos factores condicionan la capacidad de adaptación a nuevas tecnologías sostenibles. Invertir en nuevas tecnologías resulta costoso y constituye un esfuerzo, pero tiene su recompensa a largo plazo: mayor calidad en la producción, es decir, en este caso la obtención de una producción más limpia o ecológica, y mayor productividad a largo plazo en los procesos dado el ahorro de recursos y mayor aceptación social dada la reducción de los costes

sociales. Se trata de innovaciones que generan un doble efecto positivo para la empresa, el derivado de las mejoras obtenidas en la organización como consecuencia y el derivado de la generación de externalidades positivas (Bernauer et al., (2006), citado por Perrini Ob. cit.). Pero para el desarrollo e implantación de este tipo de tecnologías es necesario establecer previamente unos objetivos de sostenibilidad en términos de impacto ambiental. Es por eso que los elementos medidores de proactividad medioambiental de la encuesta realizada en este trabajo han tenido en cuenta, en comunión con las cuatro áreas del programa de la UE, los siguientes aspectos:

- El ahorro de energía
- La reducción de emisiones de gases y residuos
- La participación en la mejora del entorno natural
- El reciclaje de materiales
- Predisposición positiva al uso de material ecológico
- Diseño de material reciclable o reutilizable
- El empleo de recursos naturales
- El riesgo de accidentes
- La búsqueda de la minimización del impacto ambiental

Considerar la tridimensionalidad de la RSC permite identificar actividades significativas y darle un trato diferenciado a su estudio. Una vez descritas las tres dimensiones o triple bottom line, se verá cuáles son los estándares que se pueden emplear como referencias.

Teoría de la Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial: Modelo de Carroll.

Diversos autores coinciden en señalar que el concepto de RSE se caracteriza por comprender dimensiones con distinto enfoque; sin embargo, no existe un consenso acerca del número de ellas ni de sus componentes (Alvarado & Schlesinger, 2008). Por lo tanto, con el fin de caracterizarlas se ha identificado dos formas: mediante encuestas a los gerentes sobre la importancia de que las organizaciones adopten ciertas medidas socialmente responsables, y mediante la definición y dimensionamiento del concepto en base a la norma que rige a las compañías. Un modelo muy utilizado en investigaciones y pertenecientes a la segunda perspectiva es el desarrollado por Carroll en 1979 (Alvarado y Schlesinger, Ob. cit.).

En resumen, de acuerdo con la teoría de la pirámide, la RSE implica el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica. En otras palabras, la RSE debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo.

La Pirámide de Carroll



Figura 3. La Pirámide de Carroll

Fuente: El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo

El modelo indica que la RSE engloba cuatro categorías de expectativas que la sociedad tiene de las empresas: económicas, legales, éticas y filantrópicas. La proporción de las dimensiones de la Figura 2 se basa en un sugerido a nivel de importancia, pues la historia de los negocios sugiere un énfasis temprano en lo económico, posteriormente en lo legal, y finalmente en los aspectos éticos y filantrópicos (Alvarado y Schlesinger, Ob. cit.).

A continuación (Canesa Illich & García Vega, 2005) hablan al detalle de cada una de ellas:

a) Responsabilidades Económicas

Constituyen la base de la pirámide y son entendidas como la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Como compensación por la entrega de estos bienes y servicios, la empresa debe obtener una ganancia aceptable en el proceso (Canesa Illich y García Vega, Ob. cit.).

b) Responsabilidades Legales

Tienen que ver con el cumplimiento de la ley y de las regulaciones estatales, así como con las reglas básicas según las cuales deben operar los negocios (Canesa Illich y García Vega, Ob. cit.).

c) Responsabilidades Éticas

Se refieren a la obligación de hacer lo correcto, justo y razonable, así como de evitar o minimizar el daño a los grupos con los que se relaciona la empresa. Estas responsabilidades implican respetar aquellas actividades y prácticas que la sociedad espera, así como evitar las que sus miembros rechazan, aun cuando éstas no se encuentren prohibidas por la ley (Canesa Illich y García Vega, Ob. cit.).

d) Responsabilidades Filantrópicas

Comprenden aquellas acciones corporativas que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa. Estas acciones incluyen el involucramiento activo de las empresas en actividades o programas que promueven el bienestar social y mejoren la calidad de vida de la población. La diferencia entre las responsabilidades éticas y filantrópicas está en que las primeras surgen porque la empresa quiere cumplir con las normas éticas de la sociedad; mientras que las segundas no son una norma esperada en un sentido ético o moral, sino que representan más bien una actividad voluntaria de parte de las empresas, aun cuando siempre existe la expectativa social de que éstas las sigan. (Canesa Illich y García Vega, Ob. cit.).

En primer lugar, la dimensión económica explica la expectativa que tiene la sociedad de que la compañía logre tener la máxima rentabilidad, manteniéndose competitiva y con un alto nivel de eficiencia operacional. Se debe tener en consideración que las demás dimensiones se basan en la económica pues sin ella pierden relevancia y las empresas no pueden subsistir sin ingresos económicos. En segundo lugar, la dimensión legal refiere a las expectativas de la sociedad de que la empresa alcance su objetivo económico dentro de las regulaciones y la ley promulgada por autoridades locales y regionales, así como que provea de productos que cumplan los requisitos mínimos legales. En tercer lugar, la dimensión ética comprende las expectativas morales que tiene la sociedad de que las actividades y prácticas empresariales cumplan con estándares y normas que respeten y protejan a los grupos de interés, así no estén consideradas dentro del marco legal. Finalmente, la dimensión filantrópica se define como las expectativas de la sociedad en que la empresa participe activamente en programas para promover el bienestar social, como, por ejemplo, mediante la contribución de recursos al desarrollo del arte o educación. A pesar de que la sociedad espera que estos actos filantrópicos siempre se realicen, la empresa no es considerada como poco ética de no realizarlos, por lo que a estos actos se les consideran voluntarios (Carroll, Ob. cit.).

Dimensiones interna y externa de la RSC - Campos de actuación.

En la noción de stakeholder se puede observar que el área de actuación de la responsabilidad social de la empresa es tan amplia como actividades pueda enfocar para cada público. Veamos más claramente a qué áreas principales nos referimos y cómo gestionarlas.

Siguiendo la división del Libro Verde 36 y completándola con el enfoque de la Comisión Europea³⁷ encontramos 2 dimensiones. Veamos qué elementos las integran, cuál es la relación con la empresa, ejemplos de cómo gestionarlos responsablemente y los beneficios que a la empresa puede reportar esa buena gestión:

a) Dimensión interna:

Socialmente – Recursos Humanos.

Los empleados son la primera línea de combate de la mayoría de los negocios y a menudo ven los problemas – y soluciones – antes de que el directivo los pueda ver. Asegurándose de que entienden los valores de la empresa y la forma de trabajo y permitiéndoles que aporten sus ideas, ayudarán en la producción, relación con los clientes y a gestionar mejor los cambios que introduzca la empresa.

Ejemplos: Mejoras en las condiciones de trabajo, salario, prestaciones sociales o creación de puestos de trabajo, la seguridad y la salud, la formación y el desarrollo del personal, la participación, la igualdad de oportunidades en la contratación y la diversidad, el equilibrio trabajo/vida y la gestión en los cambios.

Beneficios:

- Probablemente los trabajadores tengan un mejor estado de ánimo, se intensifique el sentimiento de orgullo con respecto a la empresa, aumente la lealtad de los empleados y su permanencia en la empresa.

- Mejoren el compromiso, la creatividad, la eficacia y la productividad, y haya más cooperación.
- La contratación de personal con talento resulte más fácil.
- En caso de cambios drásticos (fusiones, etc.), la buena gestión, transparencia y ayudas en las diferentes fases del cambio no dañará la moral, la motivación, la lealtad, la creatividad y la producción del empleado por lo que se pueden
- conseguir los objetivos de reducción de costes, incremento de productividad y mejora de la calidad y del servicio al cliente. La forma es lo importante.

Hacemos una especial mención a los accionistas, los cuales entrarían dentro de la dimensión interna, pero con los que en un principio no tendríamos por qué tener una relación de responsabilidad social, sólo económica. Pero debemos indicar que el balance social prima cada vez más en las decisiones de los inversores, en paralelo a la rápida expansión de los fondos de inversión ética, los cuáles son rentables e interesan cada vez más.

Medioambiente – Recursos naturales en producción.

La degradación medioambiental es un problema local y global de creciente preocupación para toda la sociedad y, por tanto, también para los clientes. Además, un buen comportamiento medioambiental a menudo influye en el aspecto económico. Así se cumple con la normativa, se mejoran las relaciones con la comunidad local, se fideliza aún más a los empleados y se obtiene más lealtad de los clientes.

Ejemplos: Conservación de la energía y el agua y la reducción de la contaminación del aire y el agua; reducir el uso de sustancias químicas tóxicas; mantener la biodiversidad, reducir la generación de residuos y los residuos tóxicos, reciclar y evitar sanciones medioambientales, actividades todas ellas que a medio o largo plazo son rentables para la empresa.

Beneficios:

- El respeto y cuidado del medio ambiente es un posicionamiento diferencial para la empresa del cual se puede apropiar debido a la influencia en los clientes y consumidores.
- Si se transmite eficazmente, puede conferir una posición de prestigio y credibilidad de la empresa. Incluso, mejorar las relaciones con la administración las cuales conviene cuidar.
- La fuente de creatividad, puede generar ingresos gracias a la venta de residuos, reducción de costes de producción o costes energéticos.
- Los empleados pueden motivarse o sentirse más tranquilos, según sea la naturaleza del negocio.

b) Dimensión externa:

Comunidades locales

Existe una conexión insoslayable entre un negocio próspero y rentable y el bienestar de la comunidad que lo rodea, ambos entes se nutren mutuamente. De ahí salen sus trabajadores y sus clientes (a veces) por lo que interesa que ese entorno sea adecuado.

Además, participar en la comunidad también puede ayudar a la compañía a identificar nuevos mercados, clientes u oportunidades de negocio; establecer contactos con las autoridades locales y líderes de opinión y facilitar nuevas asociaciones con otros negocios.

Ejemplos: Mejorar la integración social, la asistencia sanitaria o educación en la comunidad, la calidad de vida, las infraestructuras locales y la seguridad.

Beneficios:

- La imagen como empresario responsable con su entorno mejorará la competitividad y las relaciones con los clientes, además de ganar espacio en la atención pública a la vez que mejorar la presencia en los medios de comunicación.
- Formar y educar jóvenes puede dar ocasión a encontrar futuros trabajadores cerca del área de la empresa.
- Motivación de los trabajadores como sentido de pertenencia a la empresa.
- Estas actividades sociales tienen vinculación con administraciones, lo cual puede fomentar las relaciones con las autoridades locales y comunidad.

Socios, proveedores y clientes

Las empresas son básicamente organizaciones “humanas” que dependen de una red de relaciones internas y externas vitales para la prosperidad de todos. De cómo se

gestionan estas relaciones laborales depende el éxito de una empresa. Las buenas relaciones con los clientes y proveedores proporcionan beneficios a ambas partes. Una buena interacción es fundamental para lograr el éxito. Una forma rápida de mejorar la productividad de la empresa es compartir experiencias con los proveedores, clientes, empresas de ideas afines y organizaciones empresariales locales.

Ejemplos: apoyo de los proveedores locales y el pago puntual de las facturas; la fidelidad y satisfacción de los clientes; la seguridad de los productos; la calidad del producto/servicio; la inclusión de información, el etiquetado y el embalaje; unos precios justos; la ética en la publicidad y el marketing y el derechos de los consumidores; el servicio postventa y la educación del consumidor; los criterios para la selección de socios empresariales, y los aspectos relacionados con las condiciones de trabajo y de vida y los derechos humanos en los países en vías de desarrollo.

Beneficios:

- Hacer un producto y pensar en los discapacitados puede ampliar ventas y clientes.
- La satisfacción de los clientes actuales proporciona, evidentemente, un alto grado de fidelidad.
- Un cliente bien informado puede desarrollar mejor su negocio y hacernos crecer con él.
- El mejor entendimiento mutuo establece una cooperación más sólida con las subcontratas.

Valoración de la empresa - Derechos Humanos y Problemas ecológicos mundiales.

Situación de los trabajadores, evitar la corrupción. Es importante tener y cumplir un código de conducta. No cumplirlo puede llevar a una imagen negativa de la empresa.

Ejemplo: evitar niños trabajadores, discriminación laboral, trabajo forzoso, extorsión, soborno, prohibición de negociación colectiva o libertad de asociación. Cualquier alteración ecológica local afecta a nivel mundial, por ello la vigilancia es global y universal.

Beneficios:

- Definir y transmitir los valores ayudará a la empresa y a sus empleados a permanecer fieles a las creencias y fortalecer el prestigio de la compañía.
- Esto a su vez, proporcionará una herramienta, como declaración de intenciones para las personas y socios con los que se trata.
- Los valores y principios fundamentales de una empresa, y su adhesión a ellos, están indisolublemente ligados a su reputación.

Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

Machado y Col (2014), señalan que los beneficios que brinda el balance social

pueden resumirse de la siguiente manera:

a) Competitividad:

El término de competitividad es muy utilizado en los medios empresariales y socioeconómicos en general, y la ventaja comparativa de una empresa sobre otra estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, de los que dispone dicha empresa. De allí que la competitividad tiene incidencia en la forma de planear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está promoviendo obviamente una evolución en el modelo de empresa y de empresario.

Aquí es necesario preguntarse: ¿Pueden las empresas ser competitivas sin que actúen éticamente y de manera socialmente responsable? Ante esta interrogante, la respuesta acertada sería difícilmente, ser solamente competitivo si valores, significa que una empresa puede ser competitiva en el corto plazo sin ser ética. Para ser competitiva en el largo plazo la empresa tiene que ser primero ética y en base a esto buscar ser competitiva. (De Pelekais, Aguirre y Paz, 2011).

Entonces podemos decir que, si las empresas buscan una competitividad duradera con la visión de un escenario futuro, basándose en el hecho de que si la empresa quiere ser competitiva tiene que ir necesariamente a la vanguardia en todos los sentidos, y al decir en todos los sentidos también incluye el plano ético y la responsabilidad social. (De Pelekais, Aguirre y Paz, Ob. cit.).

Por estas razones, la Responsabilidad Social empresarial es hoy un factor de competitividad, si las empresas practican la responsabilidad social por razones estrictamente de competitividad, como herramienta puede ayudarlos a ser más percibidos

y, por tanto, mejorar su imagen y aumentar su participación de mercado. (De Pelekais, Aguirre y Paz, Ob. cit.).

b) Imagen corporativa:

La imagen corporativa está referida al hecho cierto de cómo se percibe una empresa. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una organización “significa”. Por ello, la creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción.

Debido a lo anteriormente expuesto, para las empresas es muy importante conservar la integridad y reputación de su marca y ser socialmente responsables en todas sus operaciones, frecuentemente los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial. Es por cierto entonces, que una de las ventajas que conlleva la Responsabilidad Social Corporativa, es que también importa su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para traer capital y asociados, y también con los empleados y trabajadores dentro de la empresa. (De Pelekais, Aguirre y Paz, Ob. cit.).

c) Rentabilidad:

Se entiende que la rentabilidad de una organización se cuantifica positivamente o negativamente y es el factor que deducirá si su organización se mantiene o no en una sociedad, En este sentido, debido a la orientación que el enfoque de responsabilidad social ha venido desarrollando en las últimas décadas, ha sido creado un vínculo directo con la

rentabilidad de la empresa, quedando demostrado que una organización que no practique la responsabilidad social ha de ser menos rentable al mediano y largo plazo con respecto a aquellas que si han asumido la RSE. (De Pelekais, Aguirre y Paz, Ob. cit.).

Con respecto a lo planteado, Ramos Pérez (2003), considera que la inversión socialmente responsable es aquella que además de valorarse la seguridad, liquidez y rentabilidad de las operaciones, se tiene también en cuenta la Responsabilidad Social y Ambiental de las empresas o el impacto de los proyectos en los que invierte. (De Pelekais, Aguirre y Paz, Ob. cit.).

Actualmente la mayoría de los inversores están interesados en aplicar criterios positivos de selección de carteras, es decir, invertir en las mejores empresas desde el punto de vista de la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social. Numerosos estudios han demostrado que siempre existe una correlación positiva entre la responsabilidad social y el desempeño financiero. Esta conclusión es muy importante ya que se supone que las organizaciones que asuman una política financiera bajo criterios de Responsabilidad Social, pueden esperar obtener, al menos, una rentabilidad. (Pelekais y Aguirre, Ob. cit.).

Por otra parte, Du Yiming (Ob. cit.), considera importante mantener la armonía y una relación horizontal entre la empresa y la presencia de la RSE, a fin de evitar conflictos sociales que generen daños para la empresa y para las poblaciones cercanas a la actividad que desarrollen con el fin de lograr una gestión coherente de mediano y largo plazo.

Prácticas de responsabilidad social empresarial basadas en la norma internacional ISO 26000.

La Organización Internacional de Estandarización (ISO) lanzó en el año 2010 la norma ISO 26000 (Guía sobre responsabilidad social). Esta norma, a diferencia de otras normas ISO que mencionan una serie de requisitos para obtener una certificación, genera una ayuda para aclarar qué es la responsabilidad social, además demuestra la gran importancia que la RSE ha tomado en el ámbito empresarial por ello, esta norma menciona principios de la responsabilidad social para que las empresas lo conviertan en acciones efectivas, comparte las mejores prácticas de responsabilidad social a nivel mundial, etc. La norma se encuentra dirigido a todos los tipos de organizaciones, sin importa el tamaño, actividad o ubicación, ya sea del sector público o privado.

Dentro de esta norma, en la sección “términos y definiciones”, ISO percibe la responsabilidad social como:

“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 que: contribuyan al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”. (Organización Internacional de Estandarización [ISO], 2010)

Según Córdoba (2011), la ISO 26000 declara que la “característica esencial” de la Responsabilidad Social es la voluntad de las organizaciones de incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y de rendir cuentas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente” por lo cual implica un comportamiento ético que apoye el desarrollo sostenible.

Según la Organización Internacional de Estandarización (ISO, 2010), la ISO 26000 presenta 7 frentes fundamentales para entenderla mejor y poder conceptualizar sus objetivos:

- *Gobernanza de la organización:* La gobernanza es el sistema o política en la cual una organización toma e implementa diversas decisiones para el logro de objetivos. Esta materia, en lo que respecta a responsabilidad social, es considerada el pilar más importante de todas ya que través de toma decisiones basadas en las normas ISO 26000 se puede lograr cambios hacia conductas socialmente más responsables.
- *Derechos humanos:* ISO 26000 sugieren a las empresas que pongan mayor énfasis en conocer la normativa internacional sobre derechos humanos (Ej.: Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH), Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP), Pacto Internacional sobre Derechos Económicos Sociales y Culturales (PIDESC). Así mismo, menciona que las empresas deben considerar constantemente el respeto a los derechos humanos.

- *Prácticas laborales:* Son todas aquellas prácticas y políticas que involucran a los trabajadores subcontratados. Dichas políticas incluyen, por ejemplo: reclutamiento, formación y desarrollo, salud, seguridad, procedimiento disciplinario, promoción, jornada laboral, remuneración, etc. Según las normas ISO 26000, las prácticas laborales son un eje fundamental desde el cual una organización puede influir en el contexto social.
- *Medio ambiente:* El uso de recursos, localización física y la producción de residuos y agentes contaminantes son factores que afectan la estabilidad de los ecosistemas. La ISO 26000 aconseja adoptar un enfoque holístico para abordar el tema del medio ambiente que, además de reconocer la importancia de los factores económicos, sociales, de salubridad y ambientales que se derivan de sus acciones, tenga en cuenta la ineludible interrelación que existe entre ellos.
- *Prácticas justas de operación:* hacen referencia a la necesidad de que la organización tenga un comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones, así como con sus partes interesadas. Para la ISO 26000, las prácticas justas de operación pueden ser una útil herramienta para generar resultados socialmente favorables, por ejemplo, proporcionando liderazgo y promoviendo conductas de responsabilidad social en la esfera de influencia de la organización.
- *Asuntos de consumidores:* destaca la importancia de que la organización asuma ciertas responsabilidades con sus consumidores, brindándoles educación e

información veraz sobre las estrategias de marketing y contratación, fomentando el consumo responsable y sostenible.

- *Participación activa y desarrollo de la comunidad:* para que la responsabilidad social pueda ser desarrollada en su totalidad, la ISO 26000 propone desarrollar políticas y procesos que contribuyan al desarrollo político, económico y social de las comunidades que estén dentro de su esfera de influencia.

Definiciones – Sostenibilidad

Para que el desarrollo sea sostenible, deben ser tomados en cuenta los factores sociales, los ecológicos, así como también los económicos, sobre la base de los recursos vivos y no vivos, y las ventajas y desventajas de las acciones alternativas en el largo y corto plazo. (Galarza y otros, 2003)

Posteriormente, en el informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, llamado Nuestro Futuro Común, se define el Desarrollo Sostenible: «Como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades». (Galarza y otros, (2002).

En este sentido, se considera que los pilares del desarrollo sostenible son los factores sociales, ambientales y económicos, sobre los cuales se asientan las bases de la presente investigación. Siendo estas dimensiones unidades interdependientes que, al relacionarse, se fortalecen mutuamente. Esta postura se ve reforzada por el enfoque de La

Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, que reconoce que las dimensiones medioambientales, económicas y sociales están interrelacionadas y que estas se integren en la toma de decisiones sobre el desarrollo presente y futuro. (GEO – 4, 2007).

Para esto, Simón (1989) propone que la sostenibilidad es el eje central que une el entorno físico a la actividad humana local y a las políticas económicas, lo cual sugiere, se podría dar por medio del desarrollo competitivo de las MYPE.

La Organización de Estados Iberoamericanos, OEI (2006), indica que el origen de concepto de sostenibilidad se sitúa a principios de la década de los años 80, a partir de perspectivas científicas sobre la relación entre el medioambiente, la sociedad y la publicación de varios documentos relevantes, principalmente en la Estrategia Mundial para la Conservación.

El término desarrollo sostenible aparece por primera vez de forma oficial en 1987 en el Informe Brundtland (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo, 1987) sobre el futuro del planeta y la relación entre medio ambiente y desarrollo, y se entiende como aquel que satisface las necesidades presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Actualmente existen múltiples interpretaciones del concepto de desarrollo sostenible y coinciden en que, para lograrlo, las medidas a considerar deberán ser económicamente viables, respetar el medio ambiente y ser socialmente equitativas.

A pesar de este reconocimiento de la necesidad de una interpretación integrada de estas tres dimensiones, en la práctica es necesario un cambio sustancial del enfoque de las políticas y programas en vigor.

La Sostenibilidad

El actual concepto de sostenibilidad aparece por primera vez en el (Informe Brundtland, Ob. cit.). También llamado Nuestro futuro común, este documento elaborado para Naciones Unidas alertó por primera vez sobre las consecuencias medioambientales negativas del desarrollo económico y la globalización, tratando de ofrecer soluciones a los problemas derivados de la industrialización y el crecimiento poblacional.

Décadas después, la sostenibilidad trata de garantizar las necesidades del presente sin comprometer a las futuras generaciones. ¿Cómo? Sin renunciar a ninguno de los tres pilares esenciales: la protección medioambiental, el desarrollo social y el crecimiento económico.

Sostenibilidad ambiental, social y económica:

- Sostenibilidad es asumir que la naturaleza y el medio ambiente no son una fuente inagotable de recursos, siendo necesario su protección y uso racional.
- Sostenibilidad es promover el desarrollo social buscando la cohesión entre comunidades y culturas para alcanzar niveles satisfactorios en la calidad de vida, sanidad y educación.

- En tercer lugar, sostenibilidad es promover un crecimiento económico que genere riqueza equitativa para todos sin dañar el medio ambiente.

Por eso, la sostenibilidad ambiental, la sostenibilidad social y la sostenibilidad económica están estrechamente relacionados. Por eso, muchos de los retos a los que se enfrenta el ser humano tales como el cambio climático o la escasez de agua sólo se pueden resolver desde una perspectiva global y promoviendo el desarrollo sostenible.

Las tres dimensiones del concepto de Desarrollo Sostenible

Actualmente no existe consenso acerca del significado de desarrollo sostenible (existen más de cien definiciones); ya que tampoco lo hay acerca de qué es lo que debe sostenerse. Según los autores, el desarrollo sostenible consistirá en:

- Sostener los recursos naturales (Carpenter (1991), citado por Morán Seminario
- Sostener los niveles de consumo Redclift (1987), citado por López Pardo (2015).
- Lograr la sostenibilidad de todos los recursos: capital humano, capital físico, recursos ambientales, recursos agotables (Bojo et al., 1990);
- Perseguir la integridad de los procesos, ciclos y ritmos de la naturaleza (Shiva, 1989);
- Sostener los niveles de producción (Naredo, 1990). Según este autor, una actividad sostenible es aquella que o bien utiliza productos renovables o bien,

al menos, financia la puesta en marcha de un proyecto que asegure tanto la producción renovable de un bien substitutivo del consumido, como la absorción de residuos generados sin daño para los ecosistemas. La mayoría de las políticas están diseñadas orientadas a cambios en la producción.

Muchas de las interpretaciones de desarrollo sostenible coinciden en que, para llegar a ello, las políticas y acciones para lograr crecimiento económico deberán respetar el medio ambiente y además ser socialmente equitativas para alcanzar el crecimiento económico.

En el Consejo Europeo de Gotemburgo de (2001); su presidenta Nicole Fontaine recalca "la voluntad de la Unión Europea a favor de un desarrollo sostenible, cuyas tres dimensiones, la económica, la social y la medioambiental, son indisociables".

Este concepto de sostenibilidad puede ser gráficamente representado mediante un triángulo equilátero, cuya área central representaría la zona de equilibrio para el desarrollo sostenible.

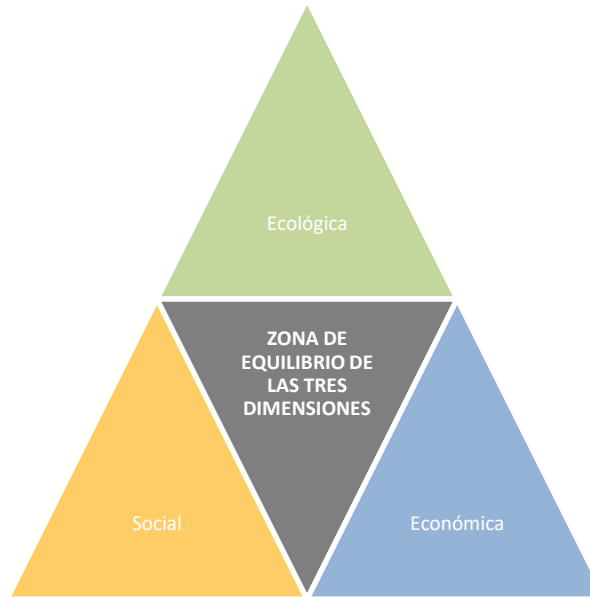


Figura 4. Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible

Fuente: Artaraz, M. 2002. Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible

Dimensión económica:

La crisis económica internacional de 1973 puso en duda, por un lado, el modelo económico de crecimiento, que consideraba que la naturaleza ofrecería de forma ilimitada los recursos físicos (materias primas, energía, agua), y por otro lado, su compatibilidad con la conservación del medio ambiente. Según Redclift (1996), "los efectos externos, entre los que destaca el efecto invernadero y la destrucción de la capa de ozono, no son consecuencia de la escasez, sino de la imprudencia e insostenibilidad características de los sistemas de producción".

Se propone incluir en el cálculo del PIB el coste para el medio ambiente de las actividades económicas e industriales. En 1990 el Programa de las Naciones Unidas para

el Desarrollo, en su primer Informe sobre Desarrollo Humano, elaboró el Índice de Desarrollo Humano, que mide el progreso de un país a partir de la esperanza de vida, el nivel educacional y el ingreso per cápita. Esto supondría el primer paso para pasar de la noción de Crecimiento, que es lo que mide el PIB, a la de Desarrollo, un concepto más cualitativo en lo que a calidad de vida se refiere.

También se han creado los indicadores de desarrollo sostenible, unos indicadores empíricos que permiten identificar en el mundo real las tendencias de determinados parámetros para poder así determinar y evaluar si nos estamos acercando hacia el desarrollo sostenible. En el Informe que la Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas elaboró en 2001 aparecen estos indicadores clasificados según el nivel en el que pretenden hacer las estimaciones: sociales, económicos, medioambientales.

Tabla 2. *Temas analizados por los indicadores de desarrollo sostenible*

	SOCIALES	MEDIAMBIENTALES	ECONOMICOS
TEMAS	Equidad	Atmosfera	Estructura económica
	Salud	Tierra	Sistema institucional
	Educación	Océanos, mares y costas	
	Alojamiento	Agua dulce	
	Crimen	Biodiversidad	
	Población		

Fuente: Indicators of Sustainable Development: Framework and Methodologies, 2001).

Dimensión social:

Según Redclift (1996), "la gestión y los conflictos ambientales están relacionados con dos procesos: la forma en que las personas dominan la naturaleza y la dominación ejercida por algunas personas sobre otras". La dominación que ejercen los seres humanos sobre el medio ambiente, es algo muy evidente. En cuanto al poder que ejercen los países desarrollados sobre los países en vías de desarrollo debido a las exportaciones de recursos naturales, existe por parte de los primeros sobre los segundos lo que se conoce como deuda ecológica, ya que, si no se consideran las externalidades ni los costos sociales, los precios que pagan los países desarrollados no reflejan el valor real del recurso y su extracción. Además, si se aplica la valoración ambiental en términos de costos y beneficios, es decir, cuantificar la disposición a pagar por la mejora de la calidad ambiental, la diferencia entre países es enorme, ya que "el sustento básico en los países subdesarrollados requiere el sacrificio de la calidad ambiental a favor de la ganancia económica a corto plazo".

En esta dimensión social; está además implícito el concepto de equidad. Existen tres tipos de equidad. El primer tipo es la equidad intergeneracional propuesta en la propia definición de desarrollo sostenible del Informe Brundtland. Esto supone considerar en los costes de desarrollo económico presente la demanda de generaciones futuras. El segundo tipo es la equidad intergeneracional, e implica el incluir a los grupos hasta ahora más desfavorecidos (por ejemplo, mujeres y discapacitados) en la toma de decisiones que afecten a lo ecológico, a lo social y a lo económico. El tercer tipo es la equidad entre países, siendo necesario el cambiar los abusos de poder por parte de los países desarrollados sobre los que están en vías de desarrollo. Este Informe comenta el satisfacer las necesidades esenciales de las personas, y esto supone dar más importancia a los desfavorecidos que la que han tenido hasta el momento.

Dimensión ecológica:

La sostenibilidad en términos ecológicos; supone que la economía sea circular, que se produzca un cierre de los ciclos, tratando de imitar a la naturaleza. Es decir, hay que diseñar sistemas productivos que sean capaces de utilizar únicamente recursos y energías renovables, y no producir residuos, ya que éstos vuelven a la naturaleza (compost, por ejemplo) o se convierten en input de otro producto manufacturado.

En el Sexto Programa Marco Comunitario se cita por primera vez el término Política de Productos Integrada, y según se analiza en el Libro Verde sobre Política de Productos Integrada que elaboró la Comisión de las Comunidades Europeas en 2001, tiene como objetivo reducir los efectos ambientales de los productos durante su ciclo de vida. Se considera el ciclo vital del producto completo, desde su extracción hasta la gestión final del residuo cuando su vida termina. Esta política se centra en las tres etapas que condicionan el impacto ambiental del ciclo de vida de los productos. Por un lado, la aplicación del principio de "quien contamina paga" a la hora de fijar los precios, para que el productor asuma su responsabilidad integrando en los precios el coste ecológico. Por otro lado, la elección informada del consumidor mediante el etiquetado. Y por último el diseño ecológico del producto. Para realizar este tipo de diseño, se consideran adecuadas las herramientas Inventarios del Ciclo de Vida (ICV) y el Análisis del Ciclo de Vida (ACV). Esta última se comenzó a utilizar en la década de los 70, e identifica, cuantifica y caracteriza los diferentes impactos ambientales basándose en un inventario de flujos entrantes y salientes del sistema, calculando los requerimientos energéticos y de materiales y las emisiones producidas.

Según el informe de la Comisión de Brundtland (1987), es el proceso capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras. Gracias a esta nueva forma de ver la realidad, el desarrollo económico y el uso racional de los recursos naturales, así como el respeto por el medio ambiente, se encuentran muy relacionados.

Chavarría, Sepúlveda y Rojas (2002), sostienen que existen cuatro dimensiones del desarrollo sostenible:

- a) Social: tiene como referente a la población, enfatiza sus formas de organización, la participación en la toma de decisiones y el nivel de organización de sus grupos de interés. Las relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad tienen como base la religión, la ética y la propia cultura. (Chavarría, Sepúlveda y Rojas, 2002).
- b) Político - Institucional: se focaliza en el funcionamiento del sistema político, ya sea nacional, regional o local; involucra al sistema público, al privado, las ONG, a los gremios y a otros grupos de interés, donde se negocian posiciones y se toman decisiones sobre el rumbo que se desea impartir al proceso de desarrollo. (Chavarría, Sepúlveda y Rojas, 2002).
- c) Económico: se vincula la capacidad productiva y el potencial económico de las regiones. En esta dimensión se visualiza el vínculo entre las actividades primarias con el procesamiento y el comercio; así como, el uso de los recursos naturales. (Chavarría, Sepúlveda y Rojas, 2002).

- d) Ambiental: el futuro del desarrollo depende de la capacidad que tengan los actores institucionales y los agentes económicos para conocer y manejar su stock de recursos naturales renovables y su medio ambiente, con perspectiva a largo plazo. En esta dimensión cobran mayor importancia los recursos naturales, tales como el suelo, el agua, y los recursos vegetales que determinan a corto plazo la capacidad productiva en una determinada región. (Chavarría, Sepúlveda y Rojas, 2002).

Sostenibilidad en los negocios

Pérez, F. (2010) menciona que la Sostenibilidad se define como tratar de asegurar el éxito del negocio en el largo plazo mientras se contribuye al desarrollo económico y social, a un ambiente sano y a una sociedad estable. La necesidad de que los negocios se involucren en las tres dimensiones ha hecho que la definición se encapsule en el concepto de “triple fondo” (“Triple Bottom Line”); es decir, las tres dimensiones del triángulo de la sostenibilidad relacionadas con la viabilidad económica (rentabilidad corporativa y crecimiento), la responsabilidad social (ante empleados, clientes y comunidades) y la responsabilidad ambiental (ante la biodiversidad, suelos, aguas y bosques).

- a) Sostenibilidad ambiental:

Wheelen y Hunger (2012) indicaron que la sostenibilidad ambiental incluye la presentación de informes ambientales, diseño ecológico, eficiencia, sistemas de gestión ambiental y el compromiso de los ejecutivos en los temas ambientales.

b) Sostenibilidad económica:

Incluye códigos de conducta, cumplimiento, políticas contra la corrupción, gobierno corporativo, gestión del riesgo y de crisis, planificación estratégica de la calidad, gestión del conocimiento y gestión de la cadena de suministro. Wheelen y Hunger, (2012).

c) Sostenibilidad social:

Incluye ciudadanía corporativa, filantropía, prácticas laborales desarrollo del capital humano, balance social, atracción y retención de talento y diálogo con los grupos de interés. Wheelen y Hunger, (2012).

Tabla 3. *Variables y su medición*

CATEGORIA	VARIABLE DE MEDICION
RESPONSABILIDAD SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia en la gestión social. - Respeto y consideración de la cultura de las comunidades. - Eficiencia en la gestión de expectativas e influencias de los grupos de interés. - Iniciativas e impulso de programas de desarrollo de potencias productivo. - Transparencia. - Identificación de impactos reales y potenciales. - Promoción de la visión al interior de la empresa del plan de desarrollo y relaciones comunitarias.

DESARROLLO
SOSTENIBLE

- Niveles de necesidades satisfechas.
- Educación y empleabilidad.
- Desarrollo de infraestructura.
- Consumo y afectación de recursos.
- Inclusión social y distribución de riqueza.
- Desarrollo social.
- Desarrollo de la economía familiar.

Fuente: (Chavarría, Sepúlveda y Rojas, 2002).

Generalidades de la empresa Agua del Cumbe S.R.L

- Razo social: : Agua del Cumbe S.R.L.
- Número de : 20491664861
- RUC:
- Dirección: : Pj. Santa Cruz nro. 175 Urb. Ramón Castilla (Esquina con el pasaje Jaén) Cajamarca – Cajamarca
- Logo:



Figura 5. Logo empresa Agua del Cumbe s.r.l

Fuente: Página oficial Agua del Cumbe s.r.l

Reseña Histórica

Agua del cumbe S.R.L, es una empresa Cajamarquina prestadora de servicio de producción, distribución y envasado de agua mineral de manantial. Inició sus actividades el 15 de octubre de 1996 con 10 colaboradores, como empresa formalizada en registros públicos en el 2010, la dirección y viabilidad de la empresa está a cargo del gerente general Homero Agustín Vergara Medina.

Agua del Cumbe Mineral de Manantial aplica en todos sus procesos las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), BPH (Buenas Prácticas de Higiene), POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento), HACCP(Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), brindando una calidad de alto nivel, así mismo, cuentan con todas las autorizaciones exigidas por las instituciones que norman la actividad productiva; a la fecha se ha logrado obtener tres certificación importantes, la ISO 9001 orientada a la mejora continua de productos y servicios, ISO 45001 enfocada en proporcionar lugares de trabajo seguro y saludables, por último la ISO 14001 enfocada

en la gestión de riesgos medioambientales, la cual impulsa a la empresa a ser partícipe del cuidado ambiental.

Enfocada en la responsabilidad social, Agua Del Cumbe S.R.L en unión con la asociación sin fines de lucro Caritas Del Perú, llevan agua a los lugares más pobres de nuestra región, mediante proyectos de desarrollo humano organizados por esta misma.

Tiene como objetivo principal brindar un producto de alto nivel, además de un servicio dirigido a satisfacer las necesidades del público más exigente.

- *Misión*

Producir y comercializar agua mineral pura, con altos estándares de calidad, a costos competitivos; buscando la plena satisfacción de nuestros clientes y el desarrollo de nuestros trabajadores.

- *Visión*

Ser reconocida en nuestra región como empresa líder en la producción y comercialización de agua mineral, contribuyendo el desarrollo económico y social.

Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Variable Dependiente: Responsabilidad Social Empresarial</p>	<p>Moreno, Uriarte y Topa, (2010) Es un proceso a través del cual las empresas asumen la responsabilidad por las consecuencias sociales, económicas y medioambientales de su actividad. (p. 27).</p>	<p>Económica: Es el impacto de la actuación de la empresa sobre la situación económica de determinados grupos de interés: proveedores, orientación al cliente, entidades financieras y demás inversiones. Social: El impacto que tiene la empresa sobre los trabajadores, sus familias, y el bienestar social de la zona donde opera o su contexto social inmediato. Medio Ambiente: Conservación de la energía y el agua y la reducción de la contaminación del aire y el agua; reducir el uso de sustancias químicas tóxicas; mantener la biodiversidad, reducir la generación de residuos y los residuos tóxicos,</p>	<p>Se consideraron los indicadores expresos en la Normativa Técnica de Perú ISO 26000.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gobernanza de la Organización. - Derechos Humanos. - Prácticas Laborales. - Medio Ambiente - Practicas Justas de Operación. - Asuntos de Consumidores. - Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad

Variable Independiente: Sostenibilidad	Para que un desarrollo sea sostenible deben ser tomados en cuenta los factores sociales, los ecológicos, así como también los económicos, sobre la base de los recursos vivos y no vivos, y las ventajas y desventajas de las acciones alternativas en el largo y corto plazo. (Galarza y otros, 2002)	reciclar y evitar sanciones medioambientales, actividades todas ellas que a medio o largo plazo son rentables para la empresa. Económica: Incluye códigos de conducta, cumplimiento, políticas contra la corrupción, gobierno corporativo, gestión del riesgo y de crisis, planificación estratégica de la calidad, gestión del conocimiento y gestión de la cadena de suministro. (Wheelen y Hunger, 2012). Social:) Incluye ciudadanía corporativa, filantropía, prácticas laborales desarrollo del capital humano, balance social, atracción y retención de talento y diálogo con los grupos de interés. (Wheelen y Hunger, 2012). Ecológica: Incluye la presentación de informes ambientales, diseño ecológico, eficiencia, sistemas de gestión ambiental y el compromiso de los ejecutivos en los temas ambientales. (Wheelen y Hunger, 2012).
--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

1.2. **Formulación del problema**

¿De qué manera influye la Responsabilidad Social sobre la Sostenibilidad de la empresa Agua del Cumbe S.R.L. en Cajamarca 2020?

1.3. **Objetivos**

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la Responsabilidad Social sobre la Sostenibilidad de Agua del Cumbe S.R.L. en Cajamarca 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- Objetivo específico 1: Analizar cómo se caracterizan las dimensiones de la responsabilidad social y empresarial.
- Objetivo específico 2: Determinar la sostenibilidad en sus tres enfoques, ambiental, económica y social.
- Objetivo específico 3: Determinar cuáles son los beneficios de la responsabilidad social empresarial.
- Objetivo específico 4: Determinar los factores de la sostenibilidad en los negocios.

1.4. **Hipótesis**

1.4.1. Hipótesis general

La buena práctica de la Responsabilidad Social influye de forma correcta y acertada, buscando un escenario futuro para la sostenibilidad de la empresa Agua del Cumbe S.R.L. en Cajamarca 2020.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

2.1.1. Enfoque Cualitativo

La investigación es de tipo cualitativo, porque se pretende ponderar e interpretar información obtenida a través de recursos como la encuesta.

Taylor y Bogdan (1986), consideran, en un sentido amplio, la investigación cualitativa como aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.

2.1.2. Diseño No Experimental

El diseño de investigación es no experimental, la investigación está basada en un enfoque real, por lo que se observará y analizará la situación actual tal y como en su contexto natural para llegar a una conclusión propia, sin necesidad de manipular ninguna de las variables.

Hernández, Fernández y Baptista (2006), afirman que “el diseño de investigación no experimental, es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, observándose los fenómenos tal y como se dan naturalmente, para después analizarlos”.

2.1.3. Tipo Descriptivo

La investigación es de tipo descriptivo ya que se observa y describe el comportamiento de las variables sin influir sobre ellas de ninguna manera.

“En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así... describir lo que se investiga”
(Hernández, Fernández y Baptista (Ob. cit.).

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población

La población con la que se realizó la investigación fueron 25 colaboradores entre ellos directivos y trabajadores de la empresa Agua del Cumbe S.R.L sin importar el cargo.

2.2.2. Muestra

Nuestra muestra son los 25 colaboradores entre directivo y trabajadores de la empresa Agua del Cumbe S.R.L en Cajamarca.

2.2.3. Unidad de estudio

Especifica el individuo, cada colaborador de la empresa Agua del Cumbe S.R.L. que proporcionará la información para el estudio.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnica

La técnica de la presente investigación es la encuesta ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

La técnica de la presente investigación es la encuesta ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Se puede definir la encuesta, según García (1993):

Como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (pp. 70-141).

2.3.2. Instrumento de recolección de datos

Para obtener la información necesaria para nuestra investigación se hizo uso de un instrumento fiable realizado por Sotelo y Arrieta (2018), en su investigación “Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000” el cual fue utilizado para medir la percepción de la (RSE) en los trabajadores de la empresa Agua del Cumbe S.R.L, información que será fundamental para determinar la influencia de la Responsabilidad Social en las organizaciones.

El instrumento se diseñó de la siguiente manera:

La dimensión de Gobernanza de la Organización se conforma de 5 preguntas, la dimensión de Derechos Humanos se conforma de 3 preguntas, la dimensión de Prácticas Laborales se conforma de 4 preguntas, la dimensión de Medio Ambiente se

conforma de 4 preguntas, la dimensión de Practicas Justas de Operación se conforma de 3 preguntas, la dimensión de Asuntos de Consumidores le corresponden se conforma de 5 preguntas y la dimensión de Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad se conforma de 4 preguntas (Sotelo y Arrieta, 2018).

Además, se debe mencionar que a las preguntas del instrumento se le asignaron los valores de acuerdo a la escala de Likert como se muestran a continuación: Muy de acuerdo = 5, De acuerdo = 4, Indiferente = 3, En desacuerdo = 2 y Muy en desacuerdo = 1.

La investigación de Sotelo y Arrieta (2018) formuló varias interrogantes de acuerdo a cada dimensión de la Norma ISO 26000 dando como resultado un total de 28 preguntas como se muestra a continuación.

Tabla 4. *Instrumento de recolección de datos para medir la Responsabilidad Social*

RESPONSABILIDAD SOCIAL					
PRESENTACIÓN: Nos interesa conocer su opinión respecto Responsabilidad Social Dentro de su empresa, por favor marque según sea su percepción. Gracias por su colaboración.					
Valores de las respuestas 5 = Muy de Acuerdo, 4 = De acuerdo, 3 = Indiferente, 2 = En desacuerdo y 1 = Muy en desacuerdo.					
No	Ítem	5	4	3	2 1
1	¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?				

- 2 ¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la
Responsabilidad Social de la organización?
- 3 ¿Se hace uso adecuado de los recursos?
- 4 ¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza
los resultados en relación a la responsabilidad social?
- 5 ¿La organización cuenta con principios de transparencia?
- 6 ¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?
- 7 ¿Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la
aplicación de los derechos humanos?
- 8 ¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos
negativos y las malas decisiones?
- 9 ¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?
- 10 ¿La institución respeta la ley en torno al empleado?
- 11 ¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?
- 12 ¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las
prácticas laborales?
- 13 ¿La institución cuenta con actividades de identificación de
impactos en el medio ambiente?
- 14 ¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos
en el medio ambiente?
- 15 ¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de
material toxico usadas en el medio ambiente?
- 16 ¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos
en el medio ambiente?
-

17 ¿Esta institución realiza actividades de formación para sus
representantes en responsabilidad social?

18 ¿La institución realiza prácticas para determinar falta de
información de responsabilidad social?

19 ¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?

20 ¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?

21 ¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la
responsabilidad social?

22 ¿Esta institución y sus consumidores comparten información de
forma transparente?

23 ¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos
beneficiosos para ambos?

24 ¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus
publicaciones, productos y precios a sus clientes?

25 ¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?

26 ¿Esta organización participa en asociaciones locales?

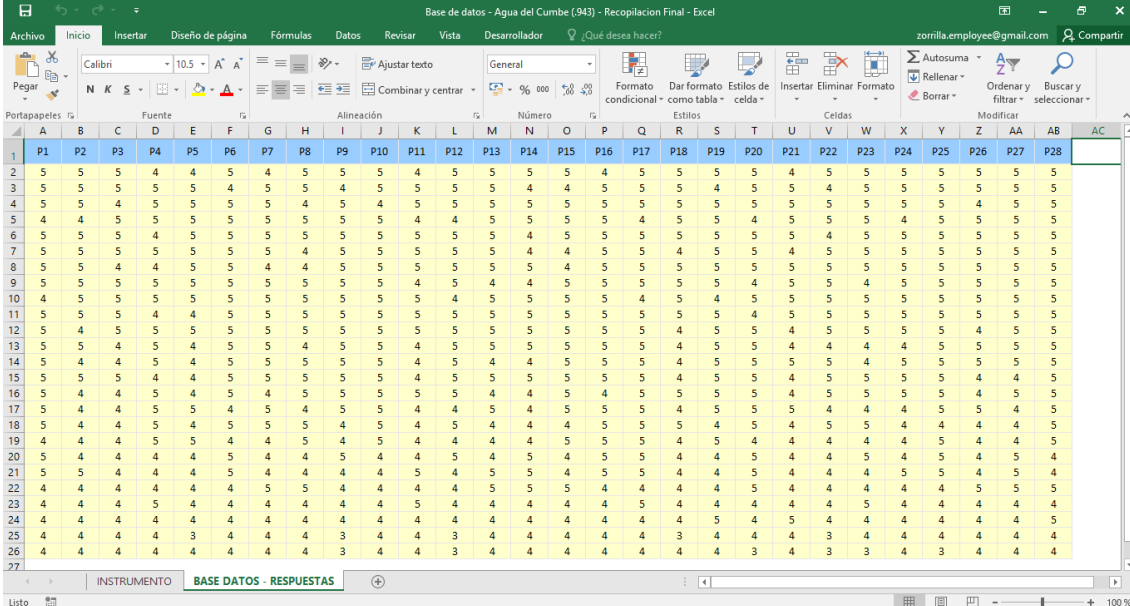
27 ¿Esta institución alerta y protege a los ciudadanos?

28 ¿Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la
comunidad?

Fuente: Sotelo y Arrieta 2018. Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000

El segundo instrumento de recolección de datos que se utilizó fue Microsoft Office Excel en el cual se realizó la recopilación de datos de los 25 colaboradores encuestados de la

empresa Agua del Cumbe S.R.L, para posteriormente hacer el análisis de datos en el programa estadístico SPSS.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC
1	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	
2	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
8	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
10	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
11	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	
13	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	
14	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
15	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	
16	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	
17	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	
18	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	
19	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
20	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	
21	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	
22	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	
23	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
25	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	
27																													

Figura 6. Base de recolección de datos en Excel de la empresa Agua del Cumbe S.R.L.

Fuente: Elaboración Propia

2.3.3. Medición del instrumento

El instrumento aplicado a los colaboradores de la empresa Agua del Cumbe S.R.L se elaboró tomando como base a la norma ISO 26000, haciendo uso de sus múltiples Materias Fundamentales como la Gobernanza de la Organización, los Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Medio Ambiente, Prácticas Justas de Operación, Asuntos de Consumidores, la Participación Activa y Desarrollo de Comunidades, la cual permitirá un acercamiento a la percepción de los colaboradores de la empresa Agua del Cumbe S.R.L en cuanto a la Responsabilidad Social.

¿Por qué utilizar la normativa ISO 26000 en tu organización?

Las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable. La normativa ISO 26000 proporciona orientaciones para poder integrar una nueva variable de gestión basada en la Responsabilidad Social, independientemente de la estructura de cualquier organización.

La normativa ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de la Responsabilidad Social para su aplicación en la empresa. Estas siete materias fundamentales son:

- Gobernanza de la organización
- Derechos humanos
- Prácticas laborales
- Medioambiente
- Prácticas justas de operación
- Asuntos de consumidores
- Participación activa y Desarrollo de la comunidad

El objetivo de la Responsabilidad Social es contribuir al desarrollo sostenible, que tiene en cuenta el funcionamiento de una organización en relación con la sociedad en la que opera y de su impacto sobre el medio ambiente. Este nuevo modelo de desarrollo empresarial es reflejo del creciente reconocimiento de la necesidad de garantizar la salud de los ecosistemas, la equidad social y el buen gobierno de la organización.

Existe una presión creciente por parte de clientes, consumidores, gobiernos, asociaciones y el público en general para implantar sistemas de Responsabilidad Social. Al mismo tiempo, los líderes de organizaciones con visión de futuro reconocen que el éxito duradero debe basarse en prácticas de negocio creíbles y la prevención de actividades tales como la contabilidad fraudulenta y la explotación laboral.

¿Qué beneficios pueden lograrse a través de la implementación de la normativa ISO 26000?

La integración de las orientaciones ofrecidas por la normativa ISO 26000 en materia de responsabilidad social supone un elemento diferenciador para la empresa, aporta entre otros:

- Ventaja competitiva
- Mejor reputación
- Capacidad de atraer y retener a los trabajadores y clientes
- Mejora del compromiso y la productividad de los empleados
- Mejora de la relación con otras empresas, los gobiernos, los medios de comunicación, proveedores, compañeros, clientes y la comunidad en la que opera.

¿Quién se puede beneficiar de la normativa ISO 26000 y cómo?

La normativa ISO 26000 es de utilidad para todo tipo de organizaciones del sector privado, público y no gubernamental, con independencia de que sean grandes o pequeñas o que estén operando en países desarrollados o en países en desarrollo. Es

por tanto una norma universalizada que permite implementar un sistema de gestión socialmente responsable a una organización con independencia de sus características iniciales.

Debido a la creciente necesidad de cambiar los modelos de gestión tradicionales por modelos que permitan un desarrollo sostenible, es muy beneficioso que exista una guía globalizada aplicable a todas las organizaciones la cual se muestra en resumen en el siguiente apartado.

Tabla 5. *Temas y cuestiones fundamentales – Norma ISO 26000*

Temas y cuestiones fundamentales	Tratados en el Apartado
Materia fundamental: Gobernanza de la organización	6.2
Materia fundamental: Derechos humanos	6.3
Asunto 1: Debida diligencia	6.3.3
Asunto 2: Situaciones de riesgo para los derechos humanos	6.3.4
Asunto 3: Evitar la complicidad	6.3.5
Asunto 4: Resolución de agravios	6.3.6
Asunto 5: Discriminación y grupos vulnerables	6.3.7
Asunto 6: Derechos civiles y políticos	6.3.8
Asunto 7: Derechos económicos, sociales y culturales	6.3.9
Asunto 8: Principios y derechos fundamentales en el trabajo	6.3.10
Materia fundamental: Prácticas laborales	6.4

Asunto 1: Empleo y relaciones laborales	6.4.3
Asunto 2: Condiciones de trabajo y protección social	6.4.4
Asunto 3: Diálogo social	6.4.5
Asunto 4: Salud y seguridad en el trabajo	6.4.6
Asunto 5: Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	6.4.7
Materia fundamental: Medio ambiente	6.5
Asunto 1: Prevención de la contaminación	6.5.3
Asunto 2: Uso sostenible de los recursos	6.5.4
Asunto 3: Mitigación del cambio climático y adaptación al mismo	6.5.5
Asunto 4: Protección del medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales	6.5.6
Materia fundamental: Prácticas de operación justas	6.6
Asunto 1: Lucha contra la corrupción	6.6.3
Asunto 2: Participación política responsable	6.6.4
Asunto 3: Competencia leal	6.6.5
Asunto 4: Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor	6.6.6
Asunto 5: Respeto de los derechos de propiedad	6.6.7
Materia fundamental: Cuestiones de consumidores	6.7
Asunto 1: Mercadeo justo, información objetiva e imparcial y prácticas contractuales justas	6.7.3
Asunto 2: Protección de la salud y la seguridad de los consumidores	6.7.4
Asunto 3: Consumo sostenible	6.7.5

Asunto 4: Servicio al consumidor, apoyo y resolución de quejas y disputas	6.7.6
Asunto 5: Protección de datos de los consumidores y privacidad	6.7.7
Asunto 6: Acceso a los servicios esenciales	6.7.8
Asunto 7: Educación y sensibilización	6.7.9
<hr/>	
Materia fundamental: Participación y desarrollo de la comunidad	6.8
<hr/>	
Asunto 1: Participación de la comunidad	6.8.3
Asunto 2: Educación y cultura	6.8.4
Asunto 3: Creación de empleo y desarrollo de capacidades	6.8.5
Asunto 4: Desarrollo y acceso a la tecnología	6.8.6
Asunto 5: Creación de riqueza e ingresos	6.8.7
Asunto 6: Salud	6.8.8
Asunto 7: Inversión social	6.8.9

Fuente: Sotelo y Arrieta 2018. Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000



Figura 7. Las 7 dimensiones fundamentales de la Responsabilidad Social de la Norma ISO 26000.

*La numeración indica el correspondiente número del capítulo de la mencionada norma.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6. *Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000*

		Puntos	
Dimensiones	de La	Definición	ÍTEM
	norma		
GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN	6.2	Es sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos.	1. En esta institución desarrollan actividades para incrementar la Responsabilidad Social
			2. Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización
			3. Se hace una utilidad adecuada de los recursos
			4. En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social
			5. La organización cuenta con principios de transparencia
DEREC HOS HUMA	6.3	Son los derechos	6. La institución cuenta con políticas de derechos humanos

		básicos que le corresponde a cualquier ser humano por el hecho de serlo.	7. Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos
			8. La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones
PRÁCTICAS LABORALES	6.4	De una organización, comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por o en nombre de la organización, incluyendo el trabajo subcontratado.	9. Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución 10. La institución respeta la ley en torno al empleado 11. Esta institución protege la privacidad de sus empleados 12. Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales
	EL MEDIO AMBIENTE	6.5	Es una condición previa para la

		supervivencia y la prosperidad de los seres humanos.	14. La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente
			15. La institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio amiente
			16. La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente
PRACTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN	6.6	Se refiere a la conducta ética de una organización en sus transacciones con otras organizaciones.	17. Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social
			18. La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social
			19. La institución cuenta con políticas de responsabilidad social
ASUNTOS DE CONSUMIDORES	6.7	Hace referencia a aquellos individuos o grupos que hacen uso del resultado de las decisiones y	20. Esta institución se informa completamente de sus consumidores
			21. Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social

		actividades de	22. Esta institución y sus consumidores
		las	comparten información de forma
		organizaciones,	trasparente
		sin que	23. Esta institución y sus consumidores
		implique	realizan contratos beneficiosos para ambos
		necesariamente,	24. Esta institución y sus consumidores
		que tengan que	informan claramente sus publicaciones,
		pagar dinero	productos y precios a sus clientes
		por los	
		productos y	
		servicios.	
PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	6.8	Ya sea de	
		manera	25. Esta organización realiza actividades de
		individual o a	cercanía a la comunidad
		través de	26. Esta organización participa en
		asociaciones	asociaciones locales
		busca aumentar	27. Esta institución alerta y protege a los
		el bien público,	ciudadanos
		ayudar a	28. Esta institución ayuda en programas de
fortalecer la	desarrollo de la comunidad		
sociedad civil.			

Fuente: Sotelo y Arrieta 2018. Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con base a la ISO 26000.

2.3.4. Instrumento de análisis de datos: Programa Estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Science)

Se utilizó un instrumento de análisis de datos, el programa estadístico SPSS versión 25 (Statistical Package for the Social Science) el cual se utilizó para realizar el análisis de fiabilidad del instrumento para la presente investigación, haciendo uso de la fórmula general Alfa de Cronbach que establece una confiabilidad de cada sección del cuestionario.



Figura 8. Programa SPSS (Statistical Package for the Social Science) versión 25.

Fuente: Google imágenes

2.3.5. Confiabilidad y valides Alfa de Cronbach

Es necesario evaluar la confiabilidad y valides del instrumento de medición, solo de esa manera se podrá verificar que la investigación es seria y aporta resultados reales.

Además de implicar seriedad a la investigación, ya que siendo de confiabilidad y valides el instrumento permitirá que el estudio sea profesional y digno de consideración.

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (Ob. cit.), el coeficiente Alfa de Cronbach describe, que en cuanto más se acerque el índice al extremo 1, mejor es la fiabilidad, considerando una fiabilidad respetable a partir de 0.80, así como se muestra en la siguiente figura.

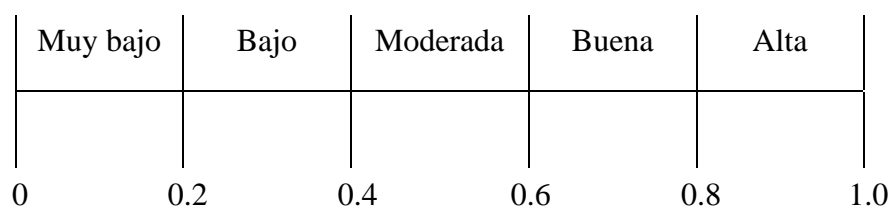


Figura 9. Niveles de confiabilidad de Alfa de Cronbach.

Fuente: Elaboración propia

Por lo cual para poder obtener el Alfa Cronbach se tiene una formula general, de acuerdo a lo establecido por (Hernández 2003).

La fórmula es la siguiente.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Figura 10. Formula general Alfa de Cronbach.

Fuente: Formula general de Alfa de Cronbach – Google imágenes

K = número de ítems del instrumento (número de preguntas)

si² = varianza de cada ítem

st^2 = varianza del instrumento

α = Coeficiente de Alfa de Cronbach

Procedimiento de validación del instrumento en SPSS (Statistical Package for the Social Science).

A continuación, detallamos paso a paso el procedimiento de cómo se evaluó la confiabilidad y valides del instrumento haciendo uso del SPSS (Statistical Package for the Social Science) haciendo uso de la herramienta Alfa de Cronbach para obtener el nivel de confiabilidad del instrumento anteriormente mencionado.

Paso 1: Abrimos el programa y seleccionamos la opción “abrir documento de datos”.

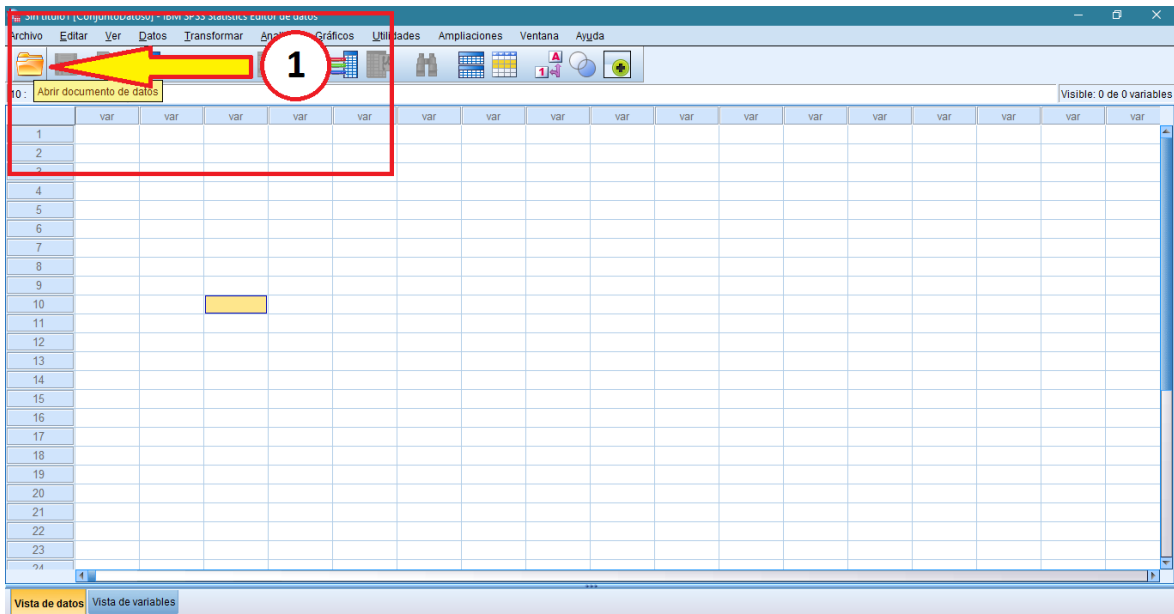


Figura 11. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo abrir documento de datos.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 2: Aparece una ventana flotante donde podremos buscar y ubicar nuestro archivo en Excel donde tenemos los datos recopilados de las 25 encuestas.

Paso 3: Seleccionamos la opción “todos los archivos” para visualizar todo tipo de documentos, ya que por defecto el programa aparece con la opción de cargar archivos SPSS.

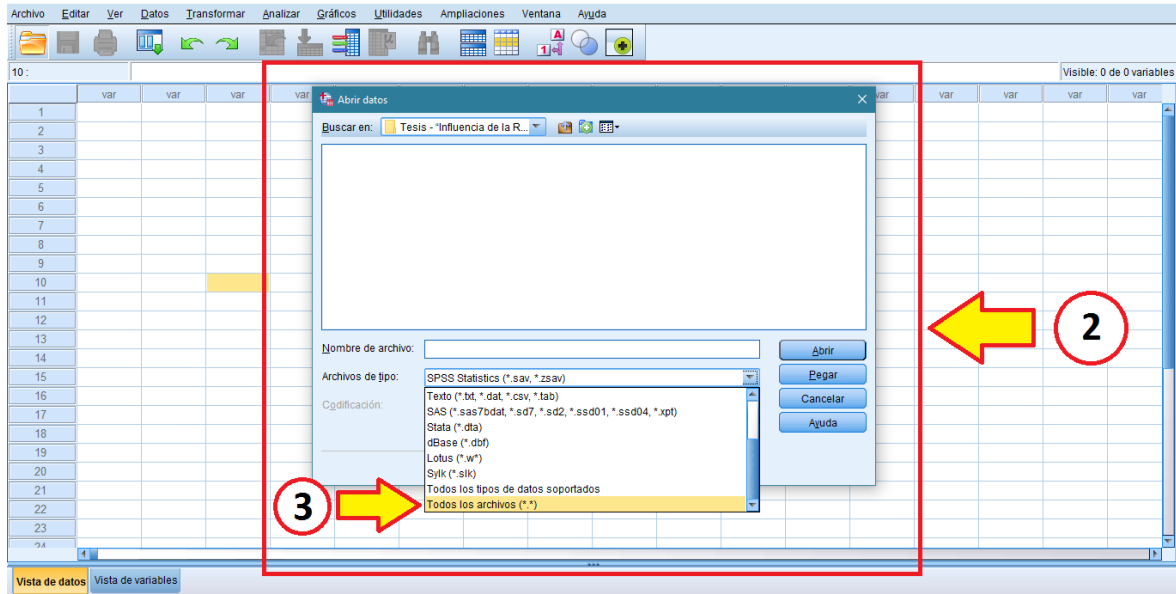


Figura 12. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo seleccionar documento de datos.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 4: Una vez que ubicamos nuestro archivo Excel en donde lo tengamos guardado lo seleccionamos.

Paso 5: Luego pulsamos en abrir, así cargamos el archivo Excel con todos los datos al programa SPSS.

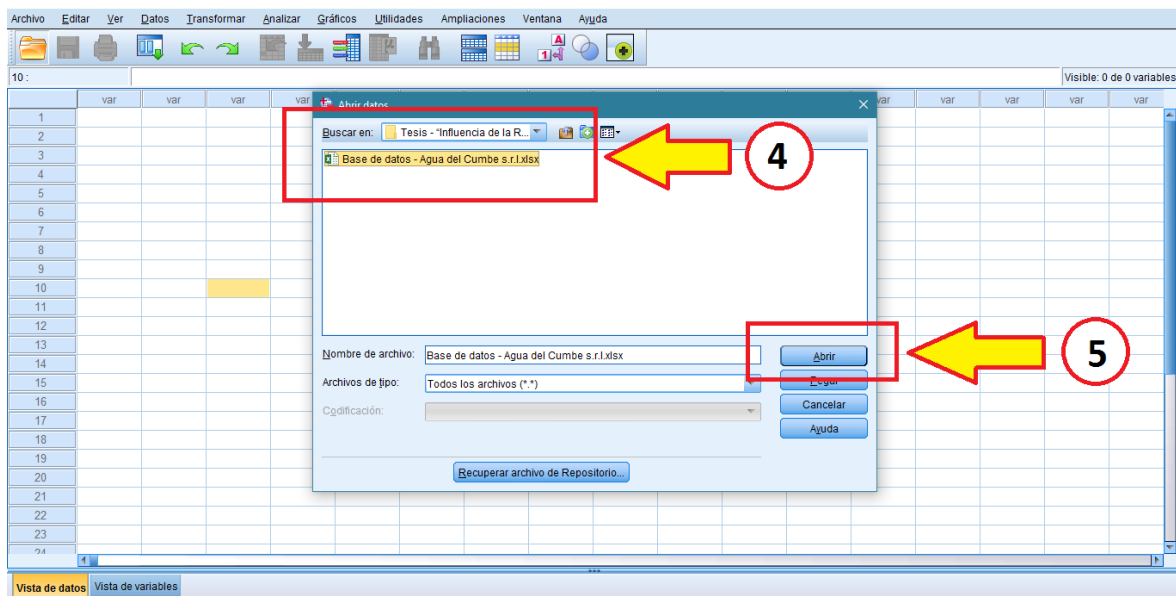


Figura 13. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo cargar documento de datos.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 6: Aparece otra ventana flotante donde podremos visualizar los datos que contiene la hoja de Excel lo cual podemos visualizar como “vista previa”.

Paso 7: Luego seleccionamos la hoja de trabajo donde se encuentran los datos.

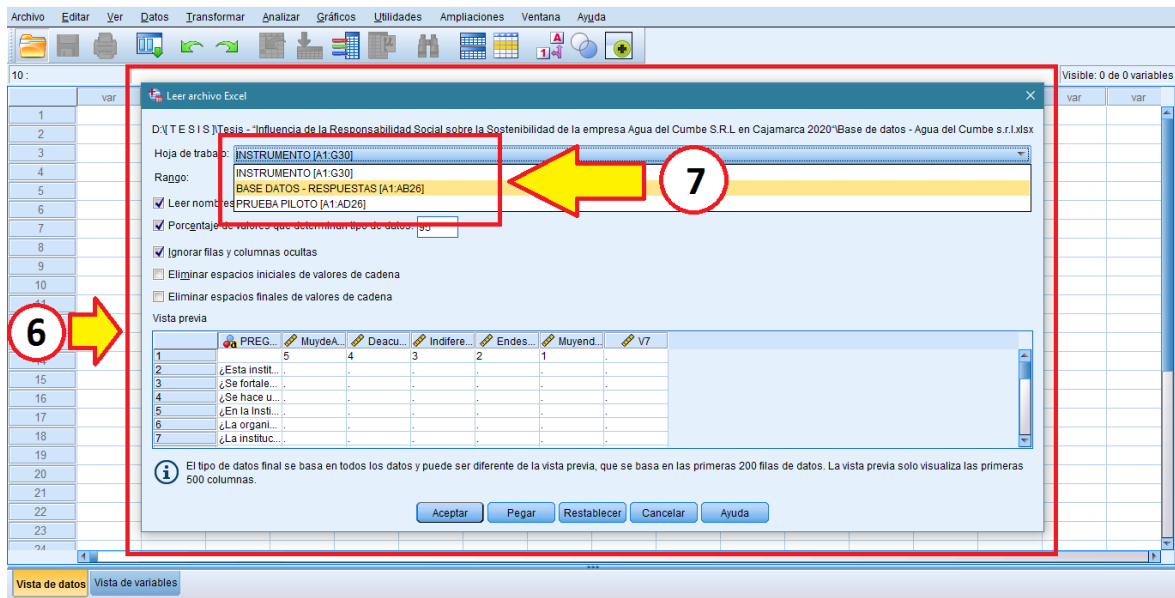


Figura 14. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo seleccionar hoja de datos.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 8: Nos aseguramos de haber seleccionado la hoja de trabajo correcta con los datos.

Paso 9: Luego pulsamos en “aceptar” para finalmente cargar los datos.

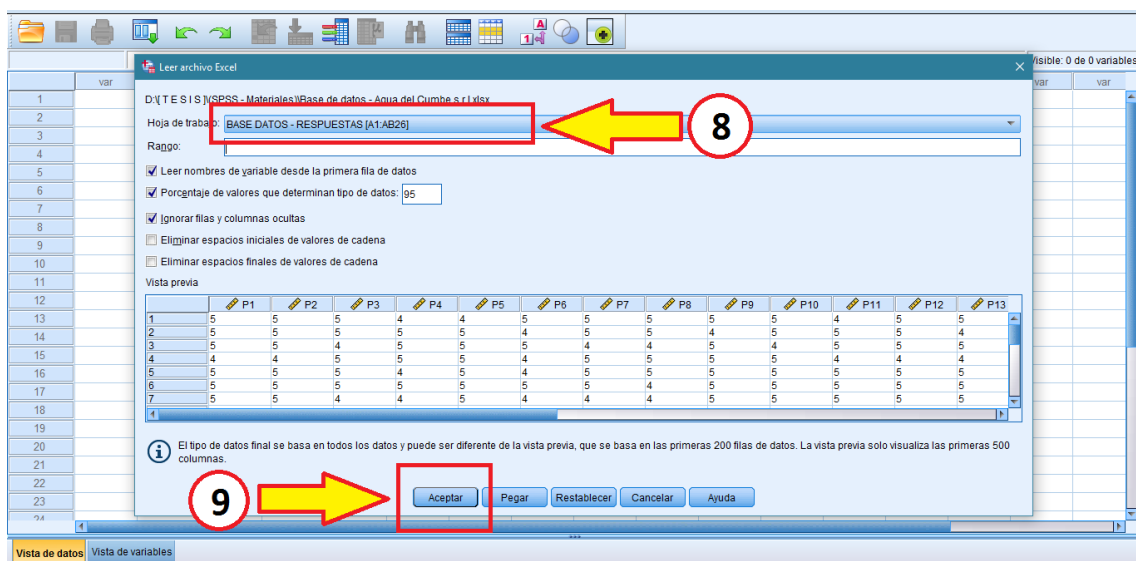


Figura 15. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo cargar base de datos.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 10: Nos dirigimos a “vista de datos” en donde podremos visualizar toda la información que cargamos desde la hoja de Excel.

Paso 11: También verificamos que haya la cantidad de columnas de acuerdo a las preguntas del instrumento, así evitamos resultados incompletos.

Paso 12: Al mismo tiempo verificamos el número de filas de acuerdo a las encuestas.

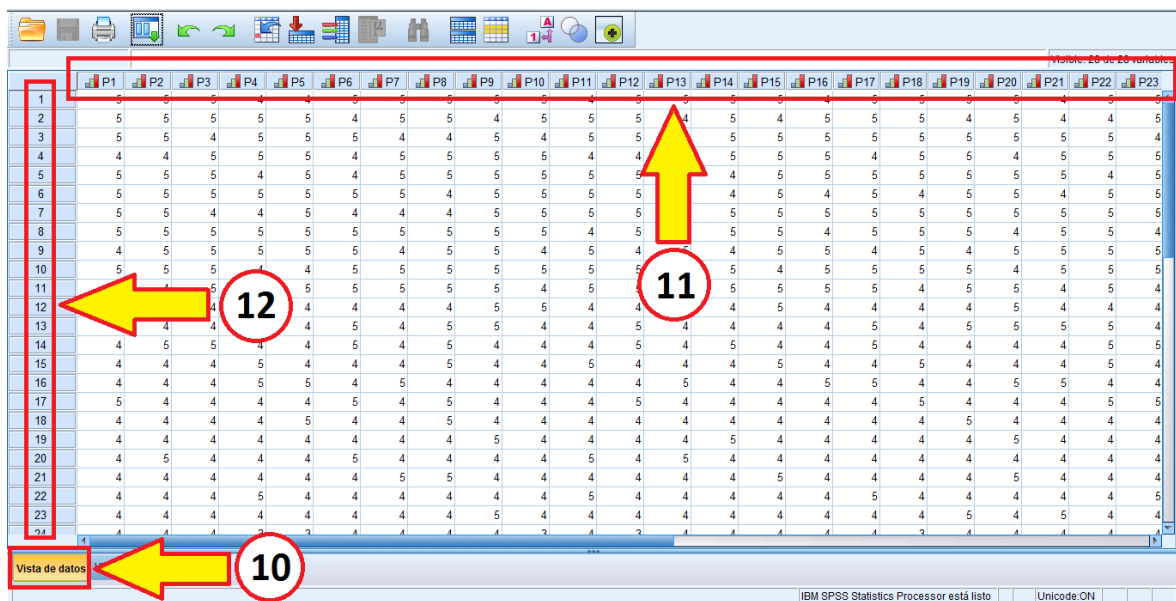


Figura 16. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo visualizar base de datos por encuestas y preguntas.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 13: Luego nos dirigimos a “vista de variables” en donde podremos visualizar todos los datos que cargamos desde la hoja de Excel y aquellos campos por completar.

Paso 14: En la opción “etiqueta” tenemos que llenar con las preguntas del instrumento.

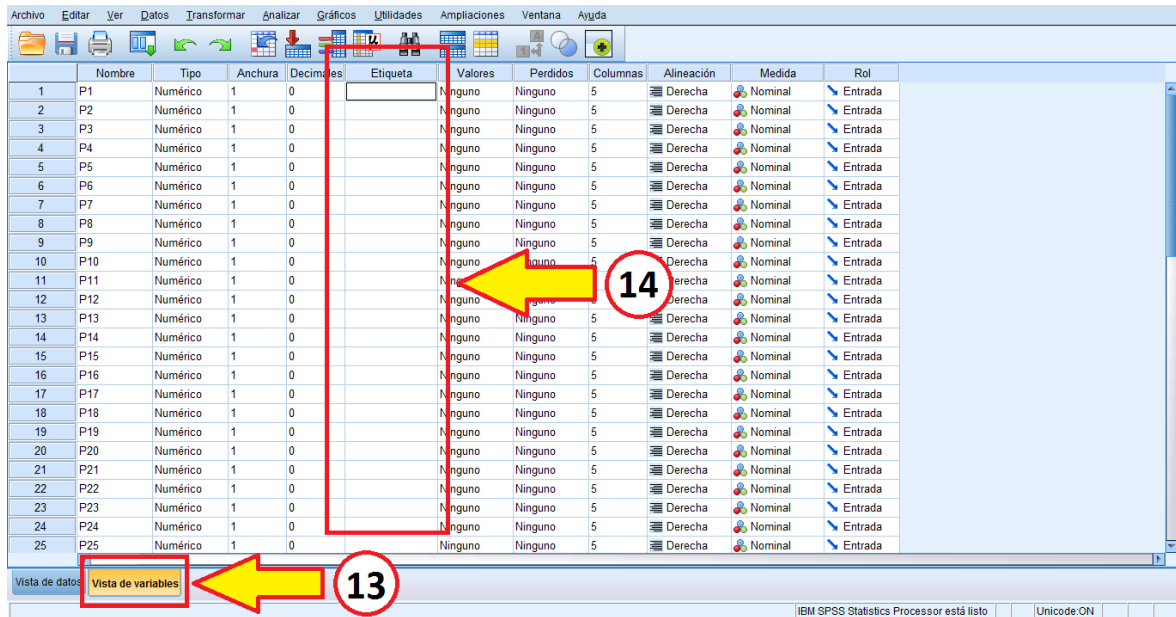


Figura 17. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo completar la sección etiquetas.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 15: Para hacer más fácil el llenado de las preguntas en la sección “etiqueta” en el SPSS nos dirigimos a la hoja de trabajo en Excel de donde podemos copiar todas las preguntas y pegar directamente en el SPSS.

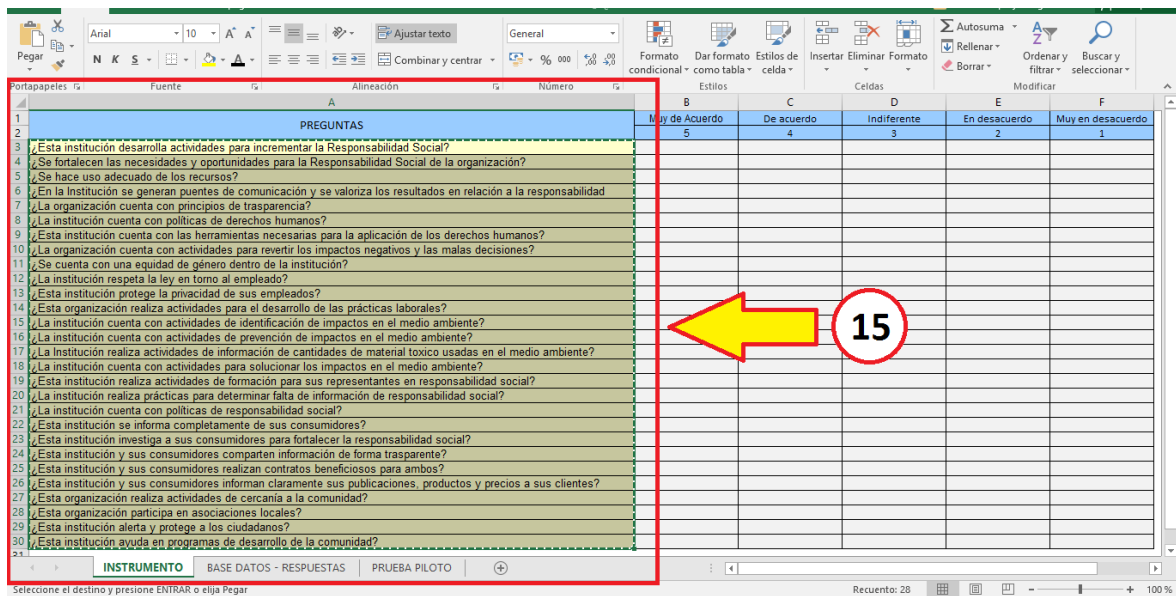
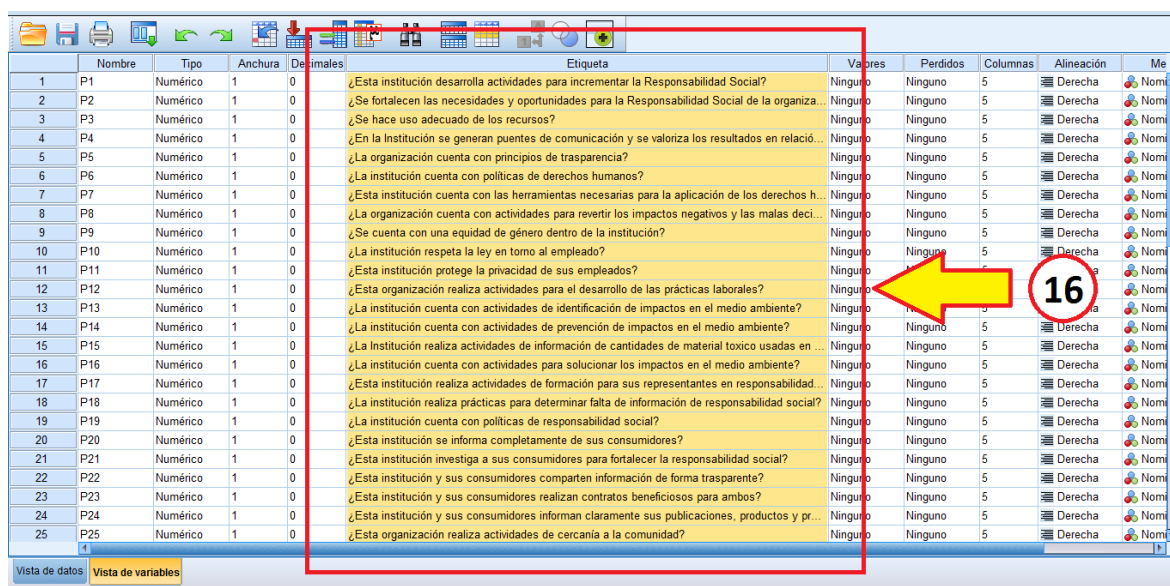


Figura 18. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo copiar las preguntas a sección etiquetas.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 16: Una vez que llenamos con las preguntas del instrumento en la sección “etiqueta” verificamos que todo este correcto.



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Me
1	P1	Númérico	1	0	¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
2	P2	Númérico	1	0	¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organiza...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
3	P3	Númérico	1	0	¿Se hace uso adecuado de los recursos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
4	P4	Númérico	1	0	¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relació...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
5	P5	Númérico	1	0	¿La organización cuenta con principios de transparencia?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
6	P6	Númérico	1	0	¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
7	P7	Númérico	1	0	¿Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos h...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
8	P8	Númérico	1	0	¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas deci...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
9	P9	Númérico	1	0	¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
10	P10	Númérico	1	0	¿La institución respeta la ley en torno al empleado?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
11	P11	Númérico	1	0	¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
12	P12	Númérico	1	0	¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
13	P13	Númérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
14	P14	Númérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
15	P15	Númérico	1	0	¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en ...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
16	P16	Númérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
17	P17	Númérico	1	0	¿Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
18	P18	Númérico	1	0	¿La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
19	P19	Númérico	1	0	¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
20	P20	Númérico	1	0	¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
21	P21	Númérico	1	0	¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
22	P22	Númérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
23	P23	Númérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
24	P24	Númérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y pr...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi
25	P25	Númérico	1	0	¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nomi

Figura 19. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo verificar sección etiquetas.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 17: En la sección “valores” veremos que no se ha incluido ningún valor para cada pregunta, por lo tanto, se debe asignar valores de acuerdo al instrumento ya formulado.

Paso 18: Se asigna valores de acuerdo a cada pregunta, en nuestro caso tenemos una jerarquía de cinco valores: Muy de acuerdo = 5, De acuerdo = 4, Indiferente = 3, En desacuerdo = 2 y Muy en desacuerdo = 1.

Paso 19: Con la opción “añadir” iremos asignando cada valor de acuerdo a cada pregunta.

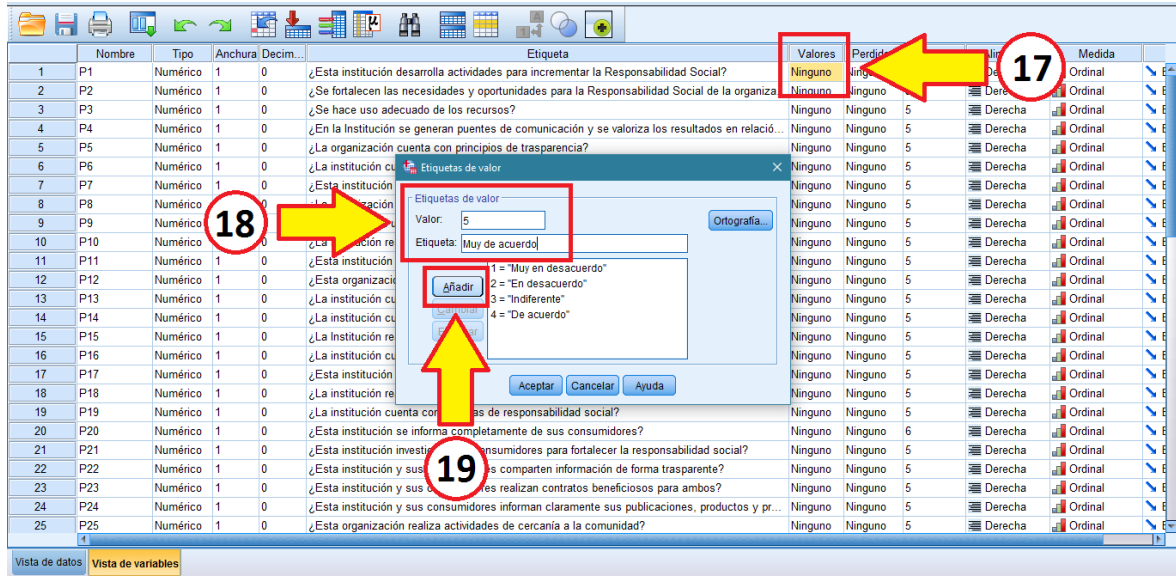


Figura 20. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Como asignar escala de Likert en la sección valores.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 20: Verificamos que todos los valores ingresados sean los correctos.

Paso 21: Finalmente pulsamos en “aceptar” para culminar esta sección.

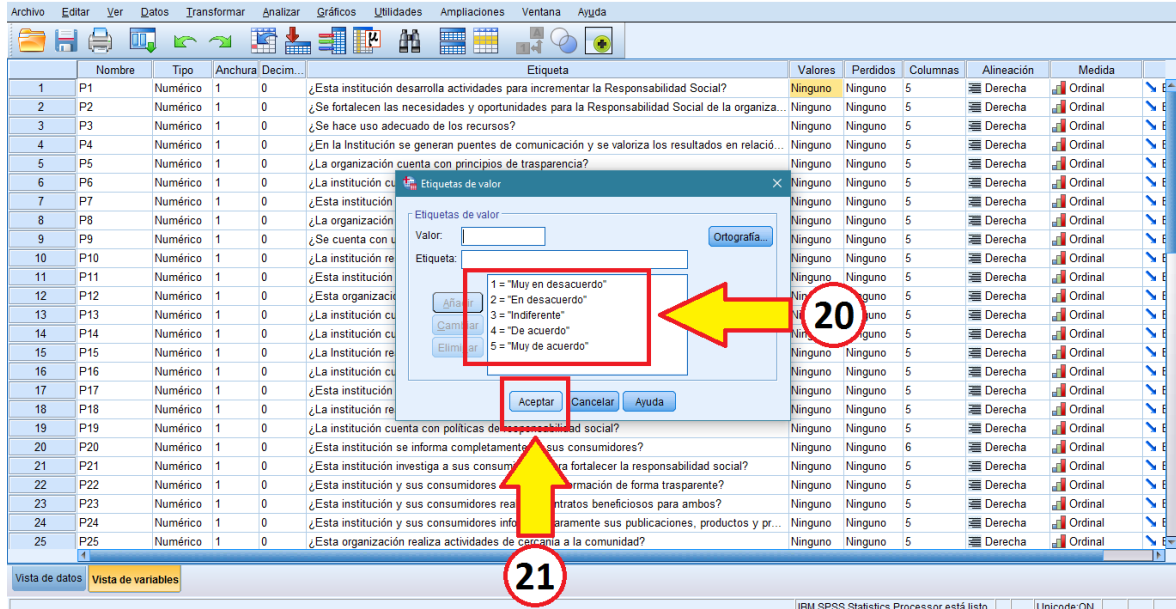
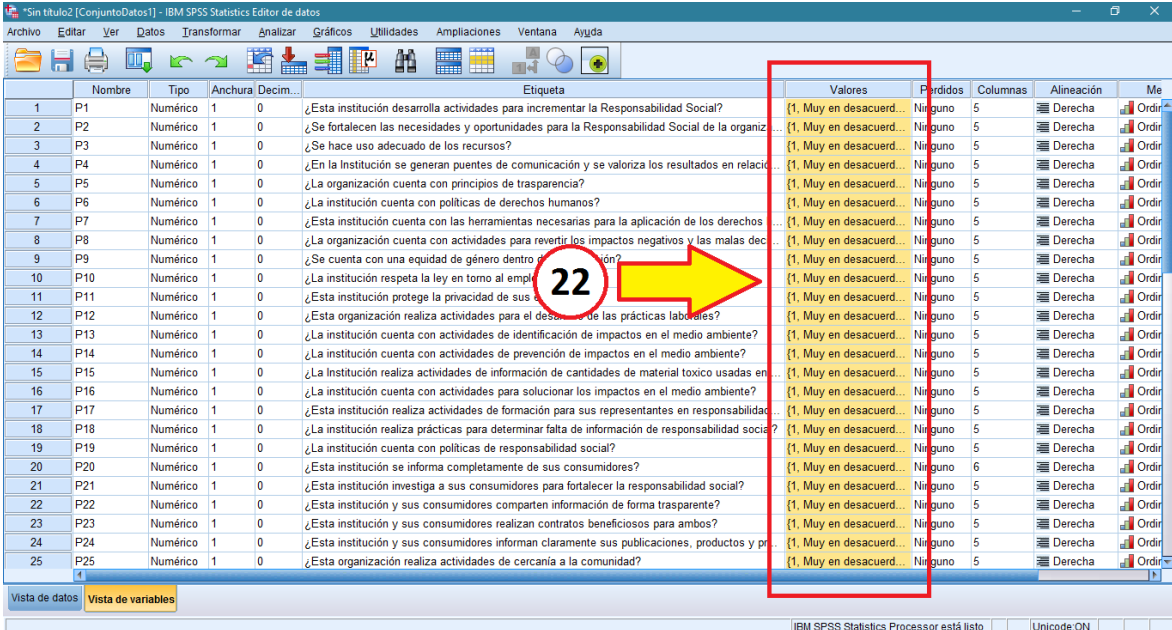


Figura 21. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo completar la sección valores.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 22: Luego verificamos que todas las preguntas tengan valores asignados, en nuestro caso las 28 preguntas del instrumento tienen los mismos valores para cada pregunta.

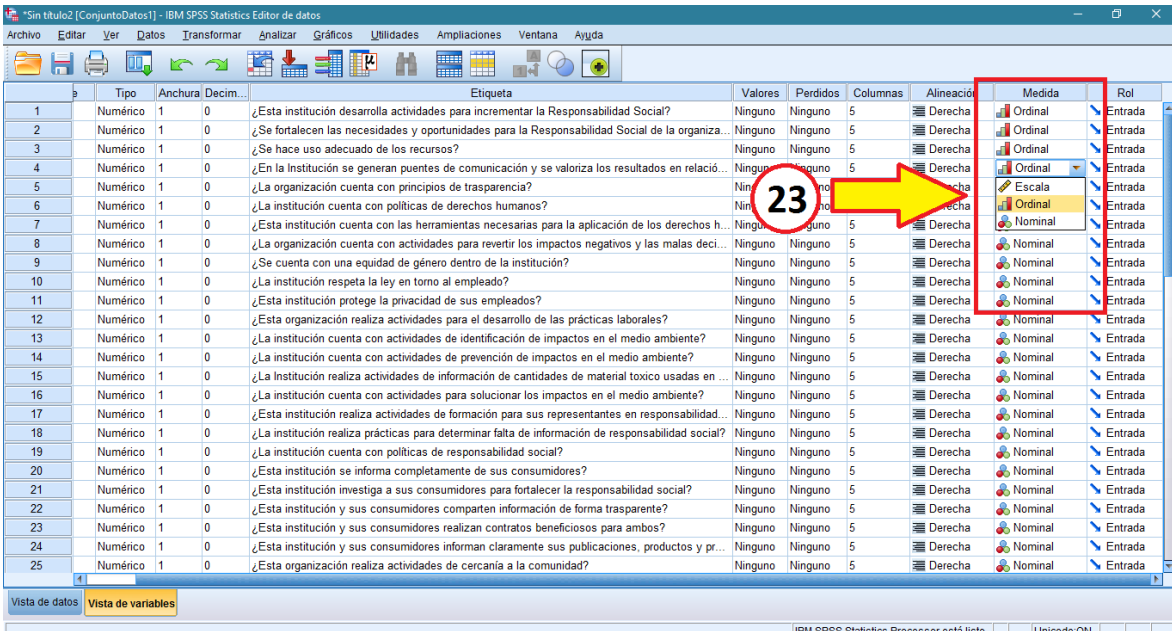


Nombre	Tipo	Anchura	Decim.	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Me
P1	Numérico	1	0	¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P2	Numérico	1	0	¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organiz...	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P3	Numérico	1	0	¿Se hace uso adecuado de los recursos?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P4	Numérico	1	0	¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relació...	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P5	Numérico	1	0	¿La organización cuenta con principios de transparencia?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P6	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P7	Numérico	1	0	¿Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos h...	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P8	Numérico	1	0	¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas deci...	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P9	Numérico	1	0	¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P10	Numérico	1	0	¿La institución respeta la ley en torno al empleo?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P11	Numérico	1	0	¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P12	Numérico	1	0	¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P13	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P14	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P15	Numérico	1	0	¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en...	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P16	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P17	Numérico	1	0	¿Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad...	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P18	Numérico	1	0	¿La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad socia...	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P19	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P20	Numérico	1	0	¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	6	Derecha	Ordin...
P21	Numérico	1	0	¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P22	Numérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P23	Numérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P24	Numérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y pr...	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...
P25	Numérico	1	0	¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?	{1, Muy en desacuerd...	Ninguno	5	Derecha	Ordin...

Figura 22. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo verificar la sección valores.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 23: Luego en la sección “medida” vamos a asignar la medida de acuerdo a las variables, en nuestro caso los valores de cada pregunta tienen jerarquía y por lo tanto todas son ordinales.

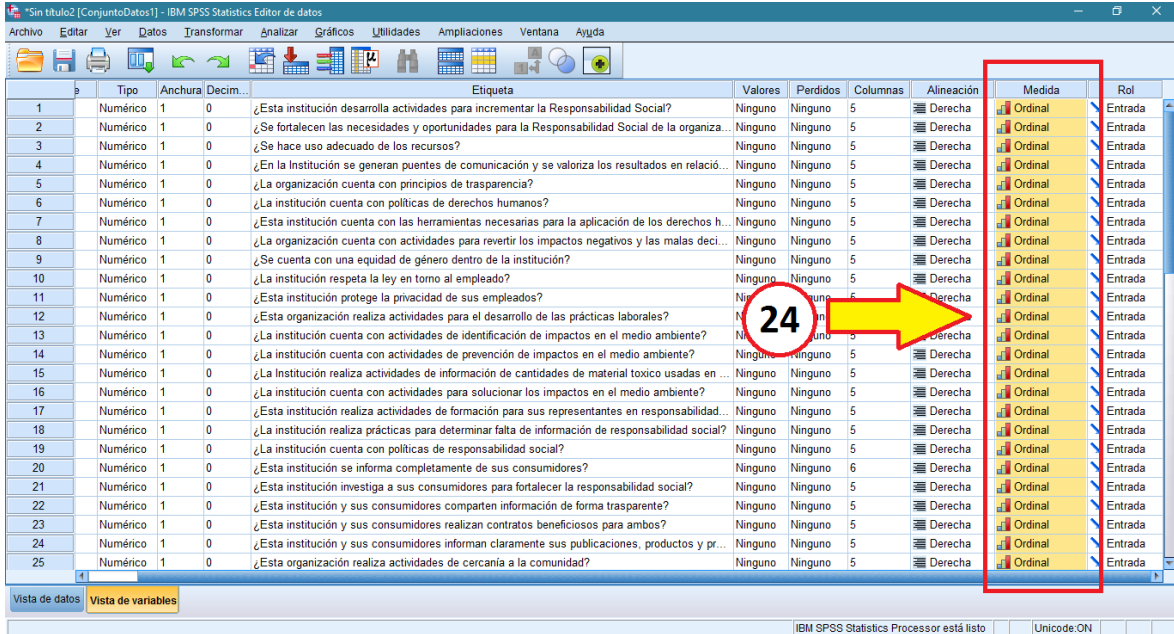


Nombre	Tipo	Anchura	Decim.	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
P1	Numérico	1	0	¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
P2	Numérico	1	0	¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organiza...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
P3	Numérico	1	0	¿Se hace uso adecuado de los recursos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
P4	Numérico	1	0	¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relació...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
P5	Numérico	1	0	¿La organización cuenta con principios de transparencia?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
P6	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
P7	Numérico	1	0	¿Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos h...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P8	Numérico	1	0	¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas deci...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P9	Numérico	1	0	¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P10	Numérico	1	0	¿La institución respeta la ley en torno al empleado?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P11	Numérico	1	0	¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P12	Numérico	1	0	¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P13	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P14	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P15	Numérico	1	0	¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en ...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P16	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P17	Numérico	1	0	¿Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P18	Numérico	1	0	¿La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad socia...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P19	Numérico	1	0	¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P20	Numérico	1	0	¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P21	Numérico	1	0	¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P22	Numérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P23	Numérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P24	Numérico	1	0	¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y pr...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada
P25	Numérico	1	0	¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Nominal	Entrada

Figura 23. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo completar la sección de medidas.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 24: Verificamos nuevamente que cada pregunta tenga la medida que le corresponde.

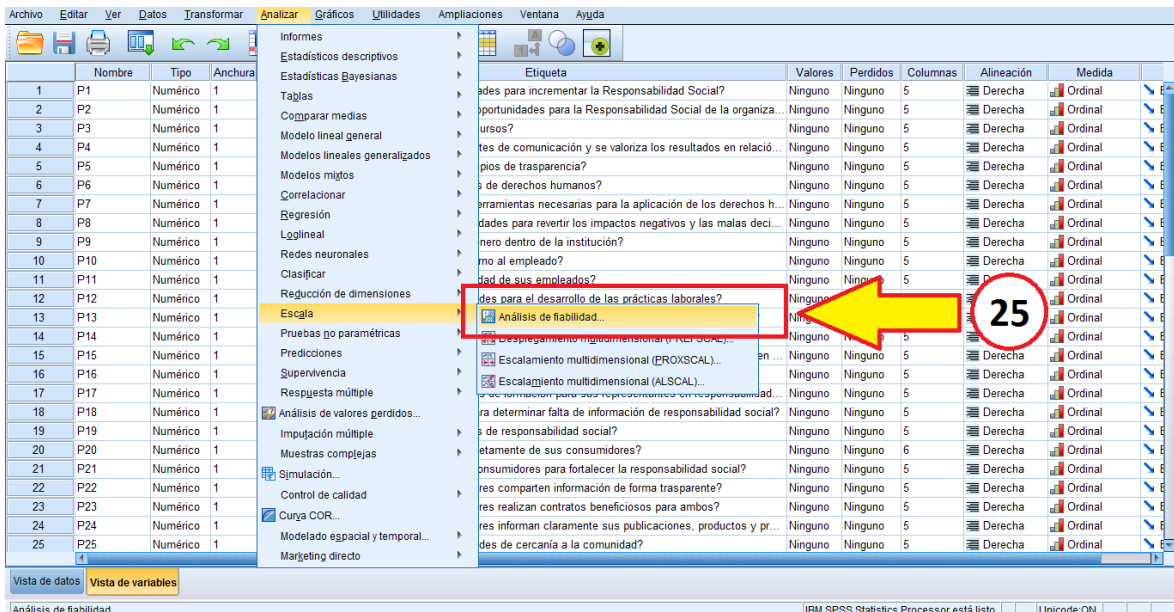


Nº	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
2	¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organiza...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
3	¿Se hace uso adecuado de los recursos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
4	¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relació...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
5	¿La organización cuenta con principios de transparencia?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
6	¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
7	¿La institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos h...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
8	¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas deci...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
9	¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
10	¿La institución respeta la ley en torno al empleado?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
11	¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
12	¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
13	¿La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
14	¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
15	¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de material tóxico usadas en ...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
16	¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
17	¿Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
18	¿La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
19	¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
20	¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
21	¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
22	¿Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
23	¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
24	¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y pr...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
25	¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada

Figura 24. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo verificar la sección de medidas.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 25: Una vez que hemos completado las secciones necesarias y hemos verificado que todo este de correcto nos dirigimos a la opción “analizar” luego “escala” y finalmente “análisis de fiabilidad”.



Nombre	Tipo	Anchura	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Número	1	¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
2	P2	Número	1	¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organiza...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
3	P3	Número	1	¿Se hace uso adecuado de los recursos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
4	P4	Número	1	¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relació...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
5	P5	Número	1	¿La organización cuenta con principios de transparencia?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
6	P6	Número	1	¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
7	P7	Número	1	¿La institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos h...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
8	P8	Número	1	¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas deci...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
9	P9	Número	1	¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
10	P10	Número	1	¿La institución respeta la ley en torno al empleado?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
11	P11	Número	1	¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
12	P12	Número	1	¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
13	P13	Número	1	¿La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
14	P14	Número	1	¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
15	P15	Número	1	¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de material tóxico usadas en ...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
16	P16	Número	1	¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
17	P17	Número	1	¿Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
18	P18	Número	1	¿La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
19	P19	Número	1	¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
20	P20	Número	1	¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?	Ninguno	Ninguno	6	Derecha	Ordinal
21	P21	Número	1	¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
22	P22	Número	1	¿Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
23	P23	Número	1	¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
24	P24	Número	1	¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y pr...	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal
25	P25	Número	1	¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?	Ninguno	Ninguno	5	Derecha	Ordinal

Figura 25. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo usar la opción de análisis de fiabilidad.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 26: Luego aparecerá una ventana de “análisis de fiabilidad” donde se debe seleccionar y mover cada uno los ítems del lado izquierdo al lado derecho haciendo uso de la herramienta con símbolo de flecha.

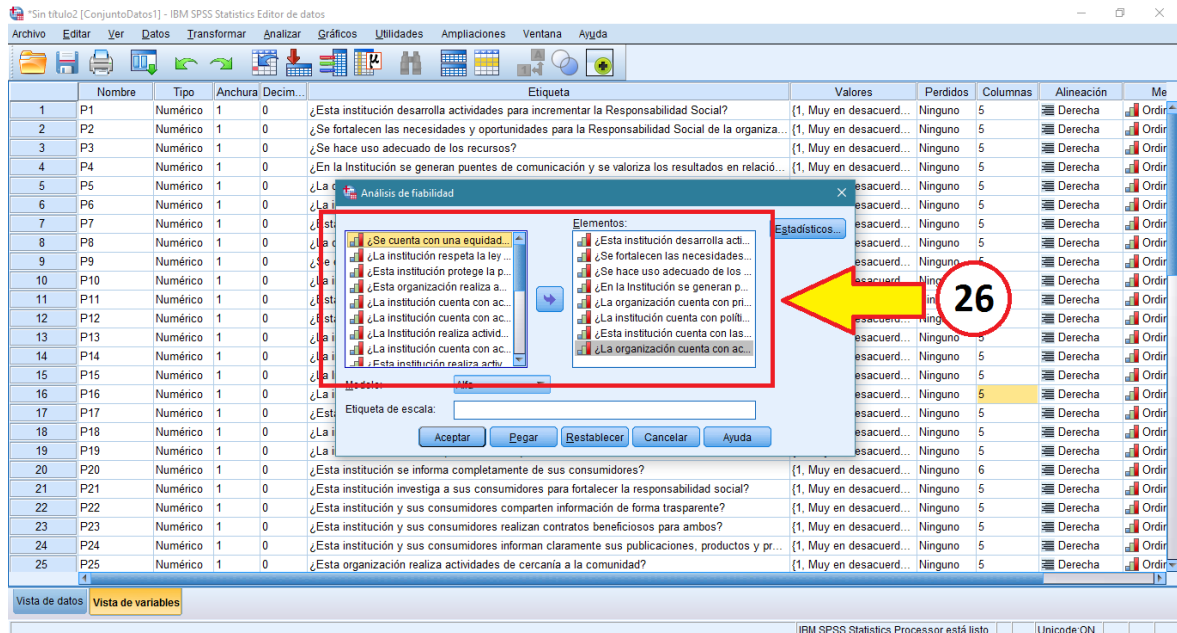


Figura 26. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo seleccionar elementos en análisis de fiabilidad.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 27: Verificamos que todos los ítems han sido movidos a la ventana derecha.

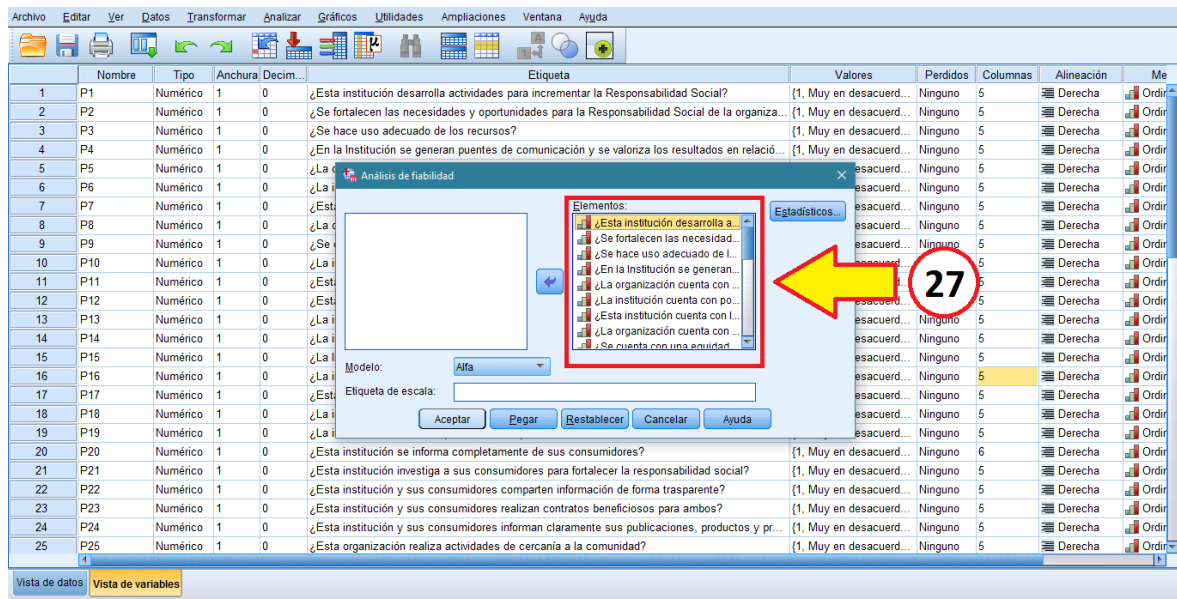


Figura 27. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo verificar elementos en análisis de fiabilidad.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 28: Posteriormente pulsamos en la opción “estadísticos” para poder seleccionar los datos que necesitamos.

Paso 29: Aparece una nueva ventana flotante donde seleccionaremos las opciones necesarias, en nuestro caso seleccionamos la opción de “elemento”, “escala” y “escala si se elimina el elemento”.

Paso 30: Luego pulsamos en “continuar” para terminar la sección estadísticos.

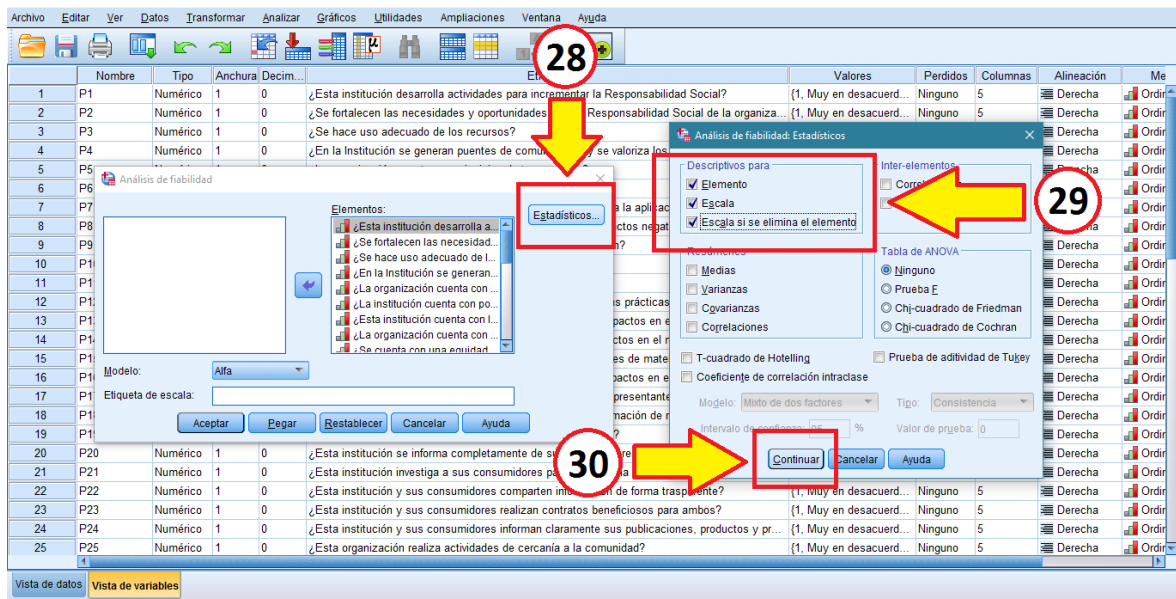


Figura 28. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo usar la sección estadísticos en análisis de fiabilidad.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 31: Nos aseguramos que en la opción “modelo” se encuentre seleccionado la opción “alfa” ya que buscamos trabajar con Alfa de Cronbach.

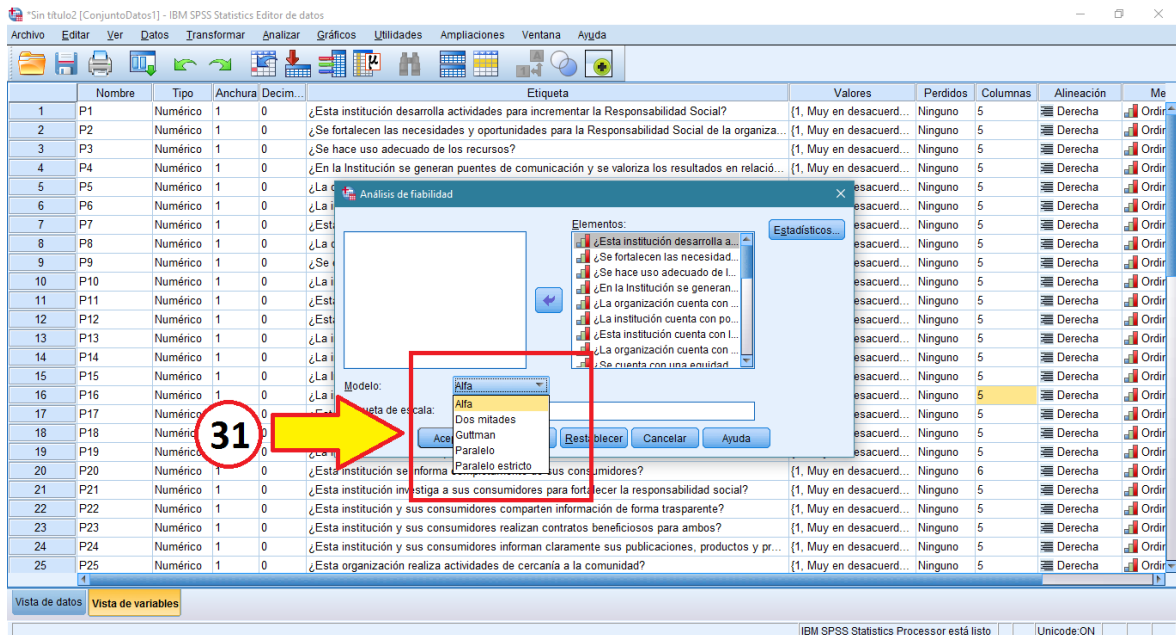


Figura 29. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo seleccionar la opción Alfa de Cronbach en análisis de fiabilidad.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 32: Por último, pulsamos en aceptar y habremos culminado con el proceso para obtener el grado de fiabilidad de Alfa de Cronbach.

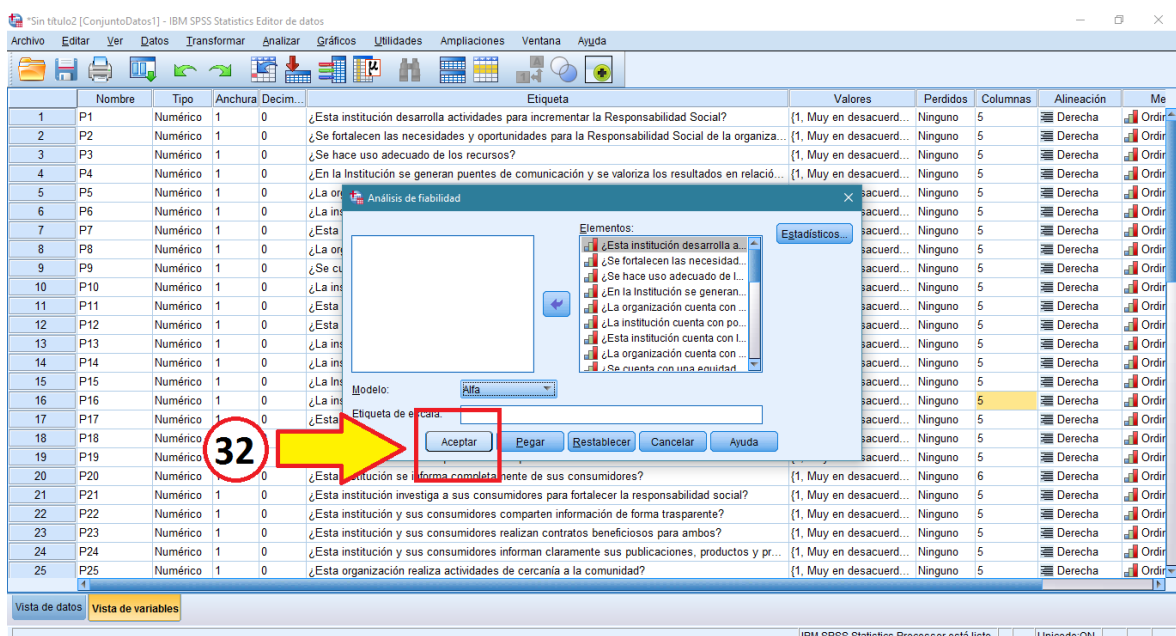


Figura 30. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Cómo culminar el proceso de análisis de fiabilidad.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Paso 32: Automáticamente el programa SPSS procesará los datos y dará como resultado el grado de fiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento y de cada sección del cuestionario como se puede apreciar.

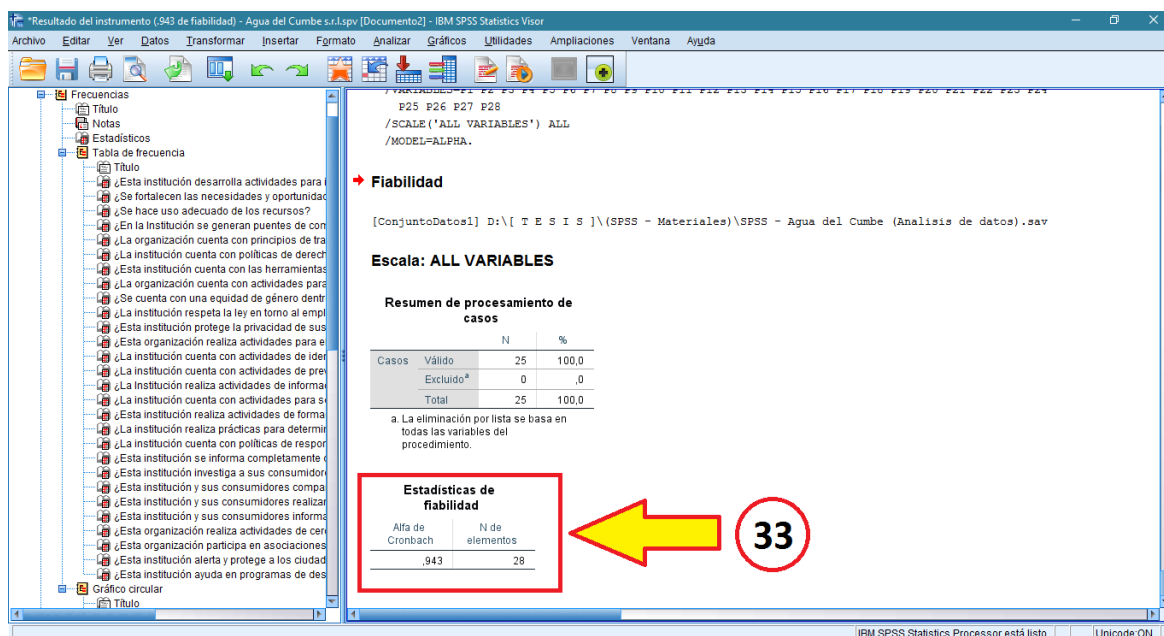


Figura 31. Técnica y procedimiento de Alfa de Cronbach en SPSS – Resultado estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

De esta manera hemos hecho el análisis de fiabilidad y valides de nuestro instrumento que vamos a utilizar, donde obtuvimos un .943 de fiabilidad, esto quiere decir que el instrumento es confiable dándole seriedad y seguridad a la información que se recopilará a través de las encuestas.

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nro. de elementos
.943	28

Figura 32. Resultado de fiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento aplicado a la empresa Agua del Cumbe S.R.L.

Fuente: SPSS – Elaboración propia

Procedimiento de análisis de datos en SPSS (Statistical Package for the Social Science).

El análisis de la información describirá los datos obtenidos de los colaboradores de la empresa Agua del Cumbe S.R.L, a partir de ello se realizará un análisis estadístico en SPSS (Statistical Package for the Social Science) en tablas de frecuencias que mostrará la distribución de los datos mediante sus frecuencias. Así mismo permitirá relacionar la información obtenida del instrumento con nuestras variables. Además, se representará en gráficos circulares o de pastel representando los porcentajes obtenidos de acuerdo a las respuestas de todos los encuestados.

A continuación, detallamos paso a paso el procedimiento de cómo se analizó los datos obtenidos del instrumento en el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Science).

Paso 1: Una vez que hemos cargado los datos en la plantilla del SPSS vamos a la opción “analizar”, posteriormente “estadísticos descriptivos” y luego “frecuencias”.

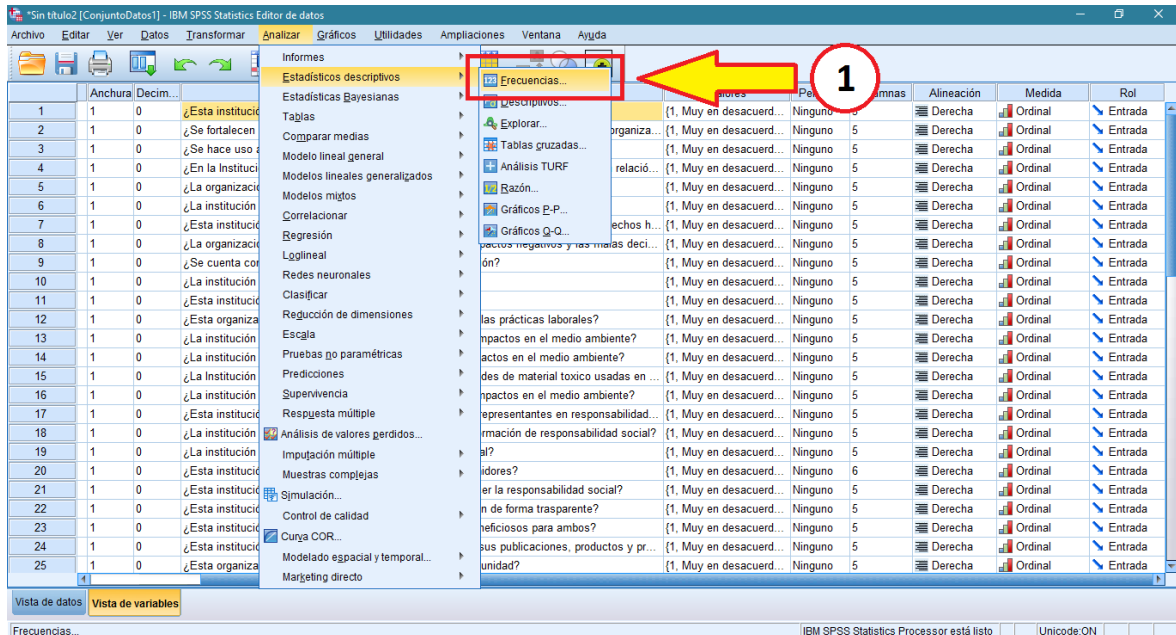


Figura 33. Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) – Cómo usar la opción estadísticos descriptivos.

Fuente: Elaboración propia

Paso 2: Luego aparecerá una ventana de frecuencias donde se debe seleccionar y mover cada uno los ítems del lado izquierdo al lado derecho haciendo uso de la herramienta con símbolo de flecha tal como se puede ver en la figura.

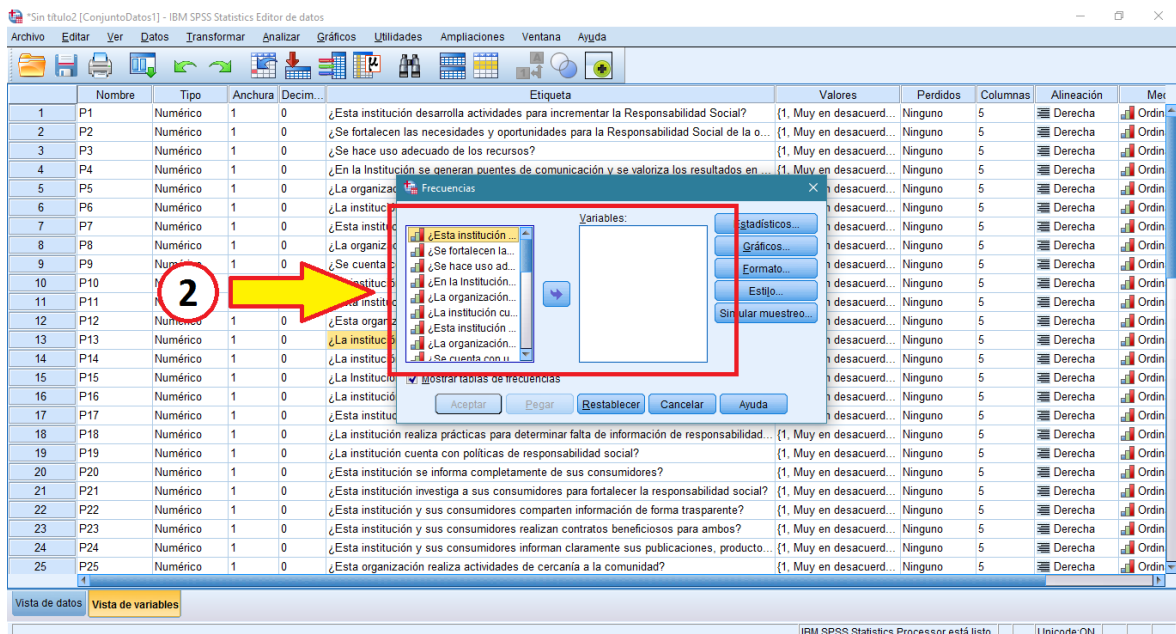


Figura 34. Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) – Cómo seleccionar las variables del instrumento.

Fuente: Elaboración propia

Paso 3: Luego nos aseguramos de que todos los ítems han sido movidos a la ventana derecha.

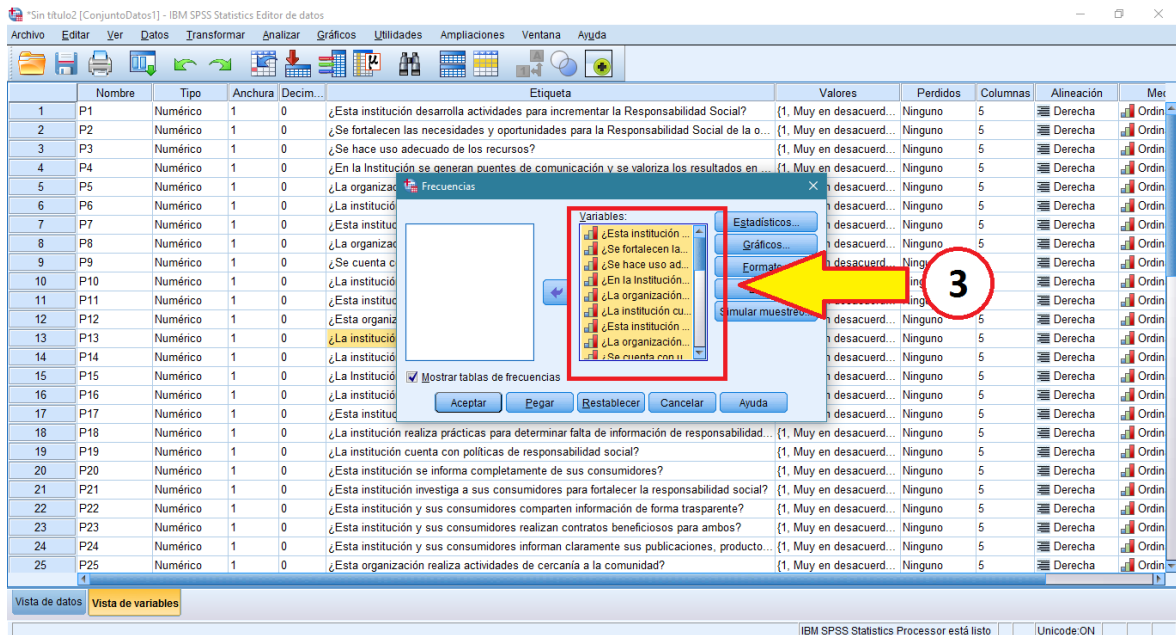


Figura 35. Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) - Cómo verificar las variables del instrumento.

Fuente: Elaboración propia

Paso 4: Así mismo procedemos a seleccionar la opción “gráficos”.

Paso 5: Seleccionamos el tipo de gráfico que vamos a utilizar de acuerdo a nuestras variables, en nuestro caso elegimos “gráficos circulares”.

Paso 6: Luego pulsamos en “continuar” para frecuencias de gráficos.

Paso 7: Finalmente en “aceptar” en para la ventana de frecuencias.

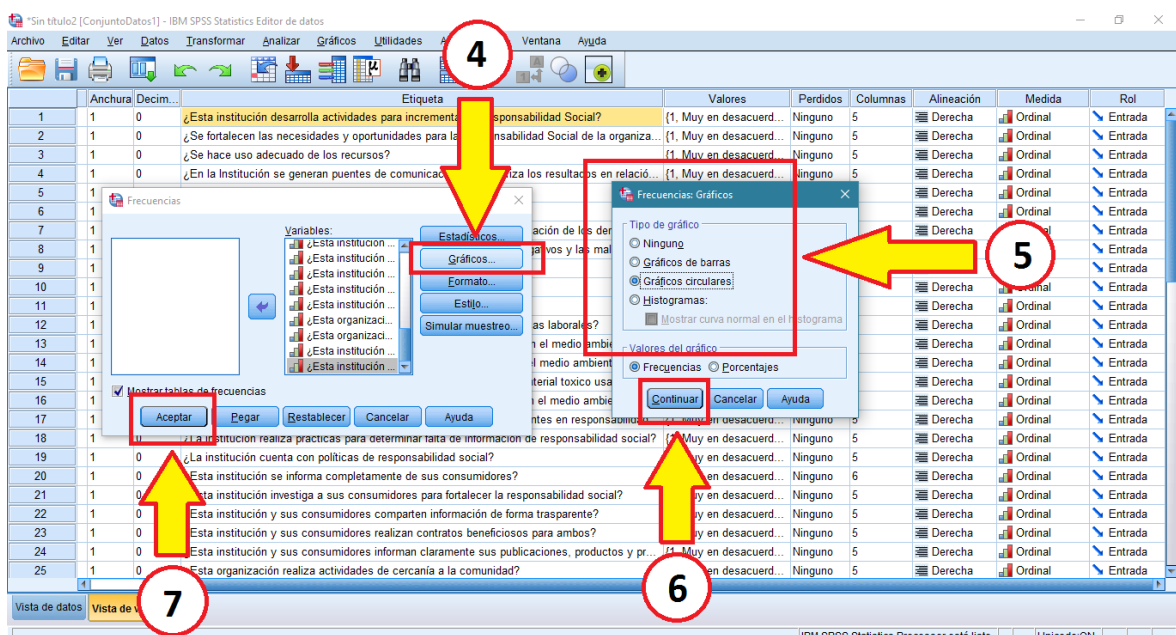


Figura 36. Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) - Cómo usar la sección estadísticos.

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente el programa SPSS procesará los datos dando resultados en estadísticos de frecuencias y gráficos para cada uno de los ítems. En nuestro caso tenemos 28 ítems del instrumento aplicado a la empresa Agua del Cumbe S.R.L por lo que tendremos 28 tablas y 28 gráficos.

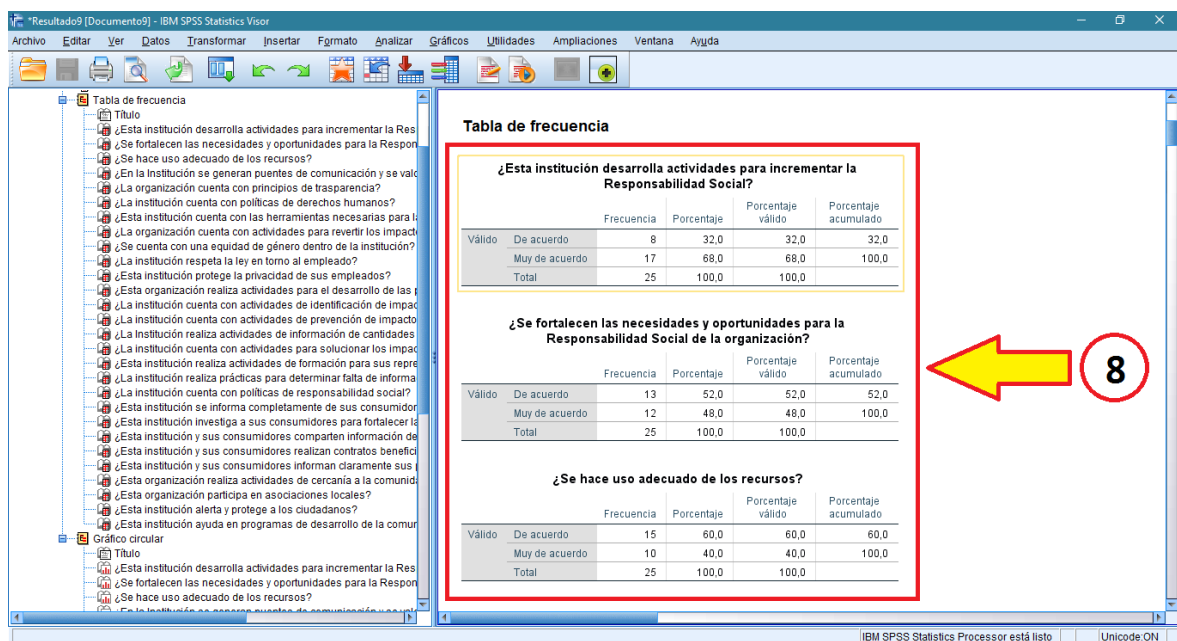


Figura 37. Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) – Resultados en tablas de frecuencias.

Fuente: Elaboración propia

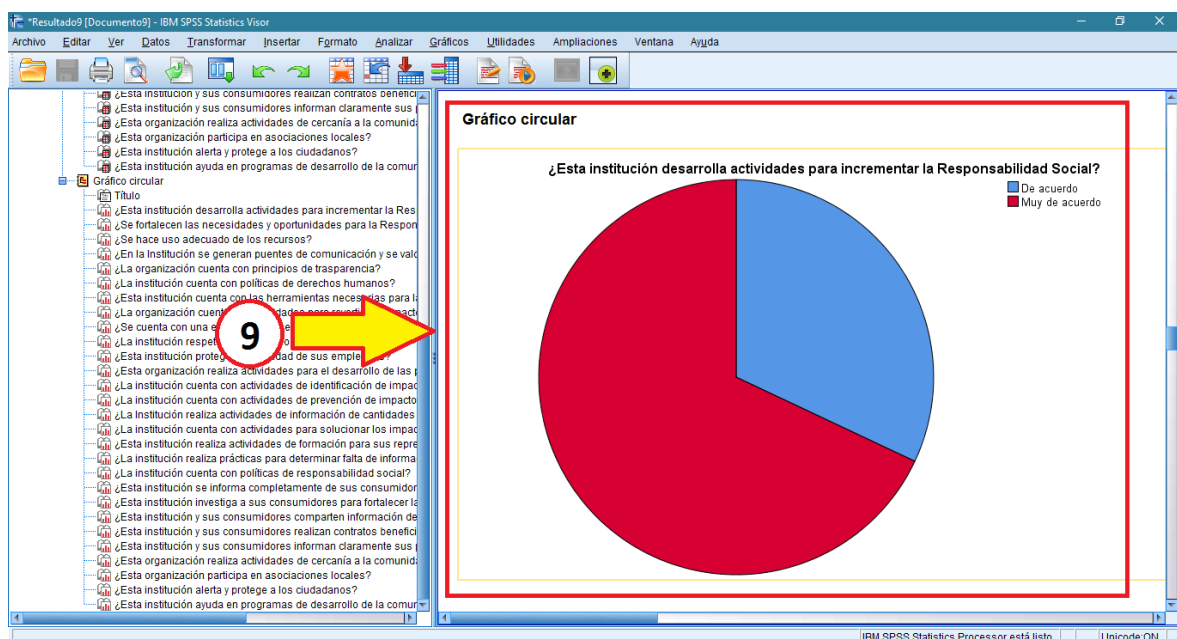


Figura 38. Procedimiento de análisis de datos en estadísticos descriptivos en SPSS (Statistical Package for the Social Science) - Resultados en gráficos circulares porcentuales.

Fuente: Elaboración propia

2.4. Procedimiento

- En primer lugar, habiendo estudiado y revisado otras investigaciones referentes, se optó por tomar un método confiable de obtener resultados, en este caso utilizamos un instrumento de medición como fuente primaria, el cual está compuesto por las siete dimensiones de la Responsabilidad Social según la ISO 26000. El instrumento se tomó de (Sotelo y Arrieta 2018) en su investigación titulada “Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000” el cual está compuesto de 28 ítems (preguntas) y tiene una escala de Likert que permite responder a cada enunciado desde el extremo positivo hasta el extremo negativo, donde 5 es muy de acuerdo y 1 es muy en desacuerdo.
- Así mismo se analizó dicho instrumento para verificar si efectivamente se alinea a las necesidades de nuestra investigación, por lo cual fue revisado y evaluado por un experto dando conformidad al mencionado instrumento, también se hizo una prueba piloto del instrumento dando resultados positivos por lo cual consideramos el uso del mismo.
- Luego se coordinó las fechas y hora para aplicar las encuestas, de acuerdo a la disposición del personal que sería encuestado. Previa coordinación con el gerente general Homero Vergara Medina se llegó a un acuerdo en el que las encuestas deberían ser aplicadas a los trabajadores en dos partes, de modo que, se seleccionó

al personal administrativo que sigue laborando de forma presencial en la empresa pese a la pandemia que aún se registra en Cajamarca y por otro lado a los colaboradores que están dentro de la suspensión perfecta de labores debido a la crisis sanitaria.

- El cuestionario fue enviado por correo a la gerencia de la empresa el día viernes 20 de septiembre de 2020, por lo cual la empresa fue la encargada de reenviar el cuestionario a cada uno de los trabajadores.
- Luego se hicieron las reuniones virtuales mediante plataformas digitales como “zoom” y “meet” debido a la situación actual, donde el personal seleccionado y nosotros tuvimos que adaptarnos a esta metodología para poder levantar la información que necesitamos. Así mismo la gerencia solicito a su personal colaborar con nuestra investigación de acuerdo a lo programado.
- En las reuniones se realizó una breve presentación al personal seleccionado donde se dio a conocer el motivo de nuestra investigación y a la vez un acercamiento a la realidad de la Responsabilidad Social, así mismo se tocó algunos aspectos importantes del tema y también cómo influye está en la sostenibilidad en las organizaciones, también se habló sobre temas de crecimiento y desarrollo empresarial gracias a las buenas prácticas empresariales. La introducción al tema de responsabilidad social fue dada de manera general ya que el personal seleccionado necesita un alcance previo del tema para comprender mejor las interrogantes del instrumento, de esta manera se logró el entendimiento del cuestionario para poder obtener respuestas más acertadas.

- Seguidamente se procedió a brindar las instrucciones del cuestionario, explicando que se debe responder anteponiendo un número por cada Ítem propuesto, considerando el valor a cada respuesta del 1 al 5, donde se sabe que el valor representado de 1 es “muy en desacuerdo”, 2 es “en desacuerdo”, 3 es “indiferente”, 4 es “de acuerdo” y 5 “muy de acuerdo”.
- Una vez culminada las reuniones y habiendo aplicado los cuestionarios se hicieron llamadas al gerente para dar conformidad de las reuniones que se pactaron con el personal. Al mismo tiempo agradeciendo su colaboración por haber dispuesto del personal para los fines académicos que estamos considerando.
- Después de haber aplicado los 25 cuestionarios al personal se solicitó la información de cada encuestado, por lo cual la empresa fue la encargada de recibir las 25 encuestas de sus trabajadores para posteriormente enviarnos un sólido con todas las encuestas por correo electrónico.
- Luego de obtener los resultados de las encuestas por parte de los colaboradores, se encapsulo toda la información haciendo uso de una hoja de Excel la cual viene a ser nuestra base de datos de los 25 encuestados de la empresa Agua del Cumbe S.R.L. (Ver Figura 6).
- Una vez que se recolectó los datos de los cuestionarios se utilizó el programa SPSS (Statistical Package for the Social Science) para hacer uso de la fórmula Alfa de

Cronbach, el cual sirve para hacer un análisis del instrumento y obtener el grado de fiabilidad del mismo.

Finalmente se hizo un análisis estadístico de frecuencias en el programa SPSS (Statistical Package for the Social Science) para obtener cuadros estadísticos y gráficos correspondientes a los 28 ítems del cuestionario.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Tabla 7. *¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	8	32%	32%	32%
Muy de acuerdo	17	68%	68%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

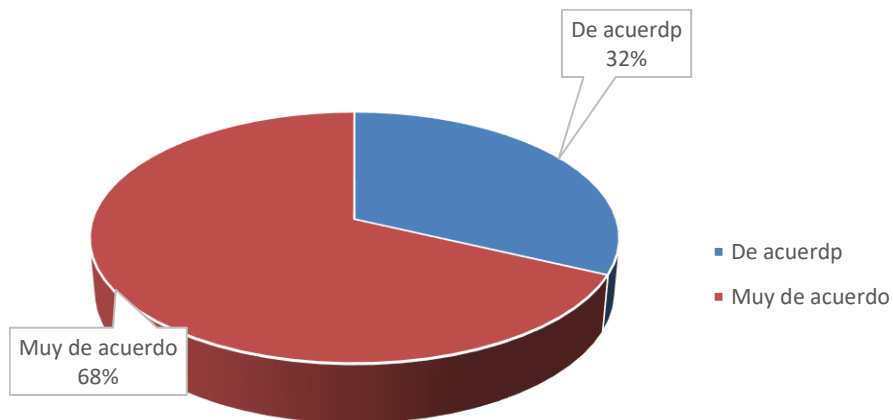


Figura 39. Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

Observando los resultados de la tabla, encontramos que un 32% de los colaboradores, afirman que la empresa Agua del cumbe S.R.L desarrolla actividades para el incremento de la responsabilidad social, mientras un 68% está muy de acuerdo; totalizando un 100%.

Analizando la información anterior, para el total de encuestados la empresa cumple exitosamente con sus actividades relacionadas a la responsabilidad social; según la (Norma ISO 26000), Debido a que la responsabilidad social concierne a los impactos reales y potenciales de las decisiones y actividades de una organización, las actividades en curso y habituales que realiza la organización a diario, constituyen el comportamiento más importante a abordar. La responsabilidad social debería formar parte de la estrategia fundamental de la organización, con una asignación de responsabilidades, rendición de cuentas, toma de decisiones para tenerlas en cuenta en la implementación de actividades.

Tabla 8. *¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	13	52%	52%	52%
Muy de acuerdo	12	48%	48%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

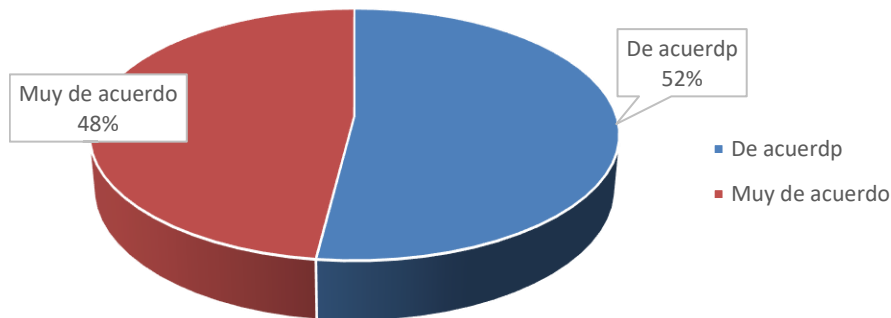


Figura 40. Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

Referente a la pregunta, se puede apreciar el 52% de los trabajadores solo está de acuerdo con la interrogante; además hay un 48% que está muy de acuerdo con que en la empresa se fortalece las necesidades y oportunidades en temas de responsabilidad social dentro de la organización, totalizando un 100%.

Al interpretar datos antes mencionados, la gran mayoría de trabajadores están informados de todo el trabajo que hace la organización, destacando a un porcentaje de los encuestados que saben el rol fundamental de la empresa la cual a tomado fuerza mediante la respuesta de su público consumidor que exige dar apoyo a las áreas correspondientes para que se integren de manera efectiva con el entorno social y ambiental.

Al interpretar los datos antes mencionados, podemos afirmar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L fortalece las necesidades que tiene como organización aprovechando las

oportunidades para desarrollar la responsabilidad social; según la (Norma ISO 26000). Las organizaciones deben ayudar a las áreas involucradas a revisar las necesidades que tienen en su desempeño como institución con el fin de mejorar y contribuir con el aprendizaje continuo de una organización socialmente responsable; aprovechando las oportunidades que se les presenta para mejorar la competitividad de la organización, las prácticas de gestión de riesgo, las cuales mejoran la relación de la organización con el involucramiento y la participación moral de los empleados que a su vez practican la responsabilidad social para integrarla a través de la cultura organizacional.

Tabla 9. ¿Se hace uso adecuado de los recursos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	10	60%	60%	60%
Muy de acuerdo	15	40%	40%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

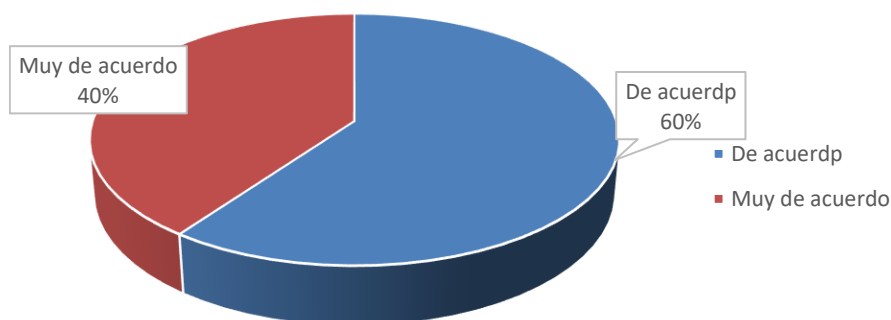


Figura 41. Se hace uso adecuado de los recursos.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

Tal como se presenta en la tabla anterior, se muestra que un 60% de encuestados están de acuerdo con la pregunta, señalando que se hace uso adecuado de los recursos; por otro lado, hay un 40% que está muy de acuerdo, totalizando un 100%

Al interpretar los datos antes mostrados, podemos analizar que el total de colaboradores afirman que la organización hace un buen uso de los recursos, según (Norma ISO 26000). Toda organización debe de tener un proceso y estructura para la toma de decisiones las cuales permitan usar eficientemente los recursos, ya sean financieros, naturales o humanos; y estos a su vez permitan equilibrar las necesidades de la organización y de las partes interesadas.

Tabla 10. *¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	11	44%	44%	44%
Muy de acuerdo	14	56%	56%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

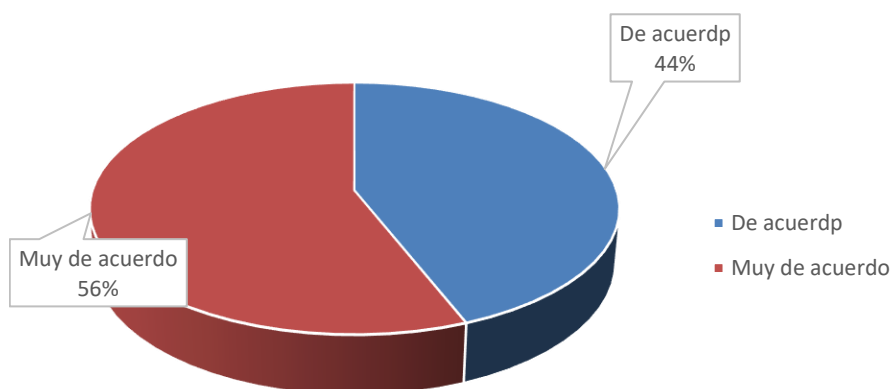


Figura 42. En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

De los datos obtenidos en la tabla anterior, se muestra al 44% de encuestados están de acuerdo con la interrogante; mientras tanto, se destaca que un 56% de encuestados están muy de acuerdo en que la institución genera puentes de comunicación y valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social, obteniendo una un total del 100%.

Analizando los datos obtenidos, se puede interpretar que la gran mayoría de colaboradores consideran que en la organización si se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados generados por la responsabilidad social; en la dimensión de gobernanza de la (Norma ISO 26000), se habla acerca de la toma de decisiones por parte de la organización para lograr sus objetivos, generando conexiones con la cultura y los valores de la institución mediante la comunicación que se adquiere con una persona o un grupo de personas que tienen autoridad y responsabilidad para velar por los resultados que se en base a la responsabilidad de la organización.

Tabla 11. ¿La organización cuenta con principios de transparencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	1	4%	4%	4%
De acuerdo	13	52%	52%	56%
Muy de acuerdo	11	44%	44%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

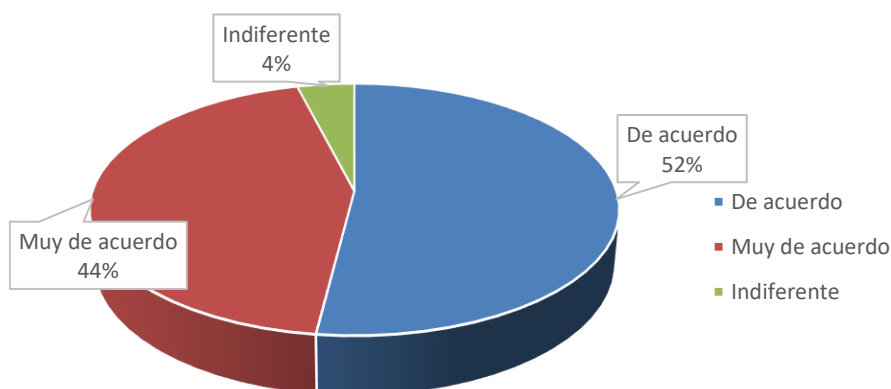


Figura 43. La organización cuenta con principios de transparencia.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

Referente a los alcances dados en la tabla, se observa que un 4% respondió de manera indiferente, por otro lado, un 52% respondieron estar de acuerdo a la interrogante planteada y un 44% de toda la muestra manifestaron estar muy de acuerdo.

Según los datos obtenidos la mayoría de los encuestados afirman que efectivamente la empresa Agua del Cumbe S.R.L cuenta con dichos principios, puesto que para la empresa es de suma importancia contar con caracteres de transparencia. Según la (Norma ISO 26000). Una organización debería ser transparente en sus decisiones y actividades que impactan en la sociedad y el medio ambiente. Una organización debería revelar de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. Esta información debería estar fácilmente disponible y ser directamente accesible y entendible para aquellos que se han visto o podrían verse afectados de manera significativa por la organización. Debería ser oportuna y basada en hechos y presentarse de manera clara y objetiva, para permitir que las partes interesadas evalúen con exactitud el impacto que las decisiones y actividades de la organización producen sobre sus respectivos intereses.

El principio de transparencia no exige que la información protegida por derechos de propiedad se haga pública, así como tampoco exige que se proporcione información privilegiada o que pudiera producir incumplimientos de obligaciones legales, comerciales, de seguridad o de privacidad de las personas.

Una organización debería ser transparente en cuanto a: el propósito, naturaleza y localización de sus actividades; la identidad de cualquier interés que controle la actividad de la organización; la manera en que se toman, implementan y revisan sus decisiones, incluyendo la definición de roles, responsabilidades, formas de rendir cuentas y autoridades en las diferentes funciones de la organización; las normas y criterios frente a los cuales la organización evalúa su desempeño en relación con la responsabilidad social; su desempeño

en asuntos pertinentes y significativos de responsabilidad social; los orígenes, cantidades y aplicación de sus recursos financieros; los impactos conocidos y probables de sus decisiones y actividades en sus partes interesadas, la sociedad, la economía y el medio ambiente, y la identidad de sus partes interesadas y los criterios y procedimientos utilizados para identificarlas, seleccionarlas e involucrarse con ellas. (Norma ISO 26000).

Tabla 12. *¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	8	32%	32%	32%
Muy de acuerdo	17	68%	68%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

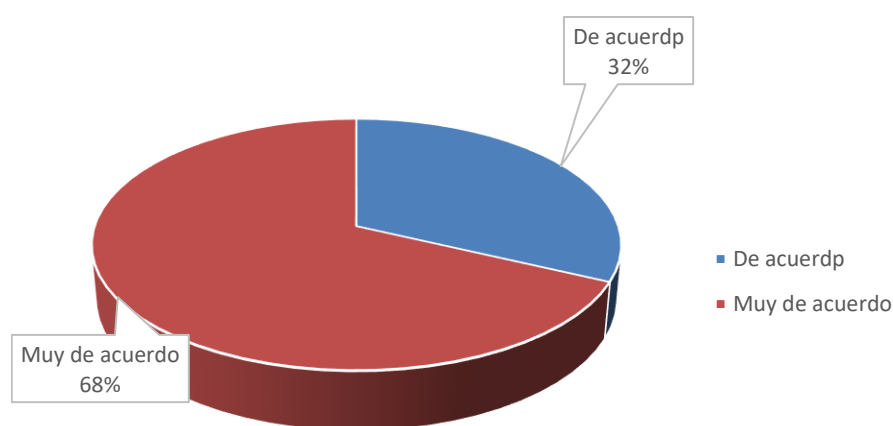


Figura 44. La institución cuenta con políticas de derechos humanos.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

Tal como se presentaron los datos en la tabla estadística, se demuestra que el 40% de los colaboradores encuestados respondieron que están de acuerdo a la existencia de políticas de derechos humanos por parte de la empresa, mientras tanto, el 60% del total, respondieron que están muy de acuerdo en que la institución cuenta con dichas políticas, haciendo un total del 100%.

Analizando los datos obtenidos se afirma que la empresa Agua del cumbe S.R.L, si cuenta con políticas de derechos humanos, mediante la cual la empresa se compromete a respetar y proteger todo principio que se relacione con las personas que trabajen dentro de la organización y las personas que se encuentran dentro de las localidades donde opera. Según la (Norma ISO 26000). Los Estados tienen el deber de proteger a los individuos y los grupos contra el abuso de los derechos humanos, así como de respetar y cumplir los derechos humanos dentro de su jurisdicción. Cada vez más, los Estados están dando pasos para motivar a las organizaciones ubicadas en sus jurisdicciones a respetar los derechos humanos, incluso cuando operan fuera de dicha jurisdicción. Está ampliamente aceptado que las organizaciones y los individuos tienen el potencial de afectar, y efectivamente afectan a, los derechos humanos, directa e indirectamente. Las organizaciones tienen la responsabilidad de respetar todos los derechos humanos, independientemente de si el Estado es incapaz o no está dispuesto a cumplir con su deber de protegerlos. Respetar los derechos humanos significa, en primer lugar, no infringir los derechos humanos de los demás.

Esta responsabilidad implica dar pasos positivos para asegurar que la organización evita la vulneración de los derechos, tanto a través de una aceptación pasiva, como de una participación activa. Para cumplir con la responsabilidad de respetar los derechos humanos, se requiere el ejercicio de la debida diligencia. Allá donde el Estado falla en su deber de

proteger, una organización debe estar especialmente alerta para asegurar que cumple con su responsabilidad de respetar los derechos humanos: la debida diligencia de los derechos humanos podría apuntar a la necesidad de tomar acciones más allá de lo que sería necesario en el transcurso normal de los negocios. (Norma ISO 26000).

Tabla 13. *¿Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	10	40%	40%	40%
Muy de acuerdo	15	60%	60%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

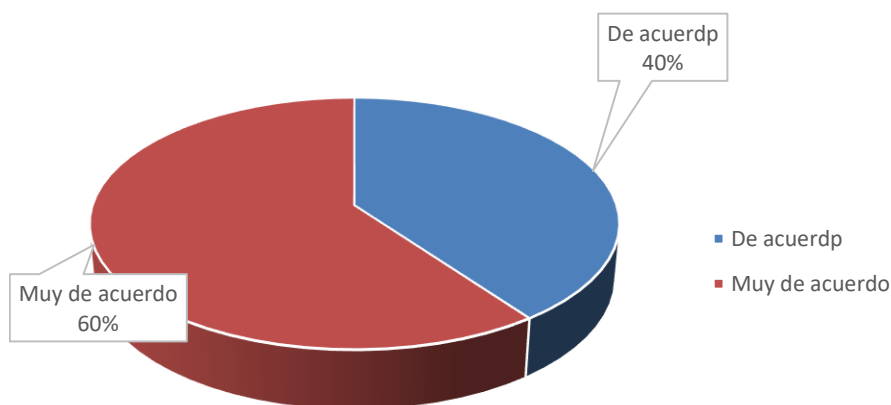


Figura 45. Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

En base a lo expuesto en la tabla anterior, se demuestra que solo el 40% de encuestados respondieron estar de acuerdo con la pregunta; sin embargo, se tiene una mayoría de colaboradores que respondieron estar muy de acuerdo en que la institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de derechos humanos, totalizando un 100%.

Teniendo en cuenta la opinión de los encuestados, encontramos que la mayoría de personas que laboran en dicha empresa, reconocen que esta organización si cuenta con las herramientas necesarias para hacer prevalecer sus derechos como seres humanos. Según la (Norma ISO 26000). Una organización debería establecer mecanismos de resolución para su propio uso y el de sus partes interesadas, o en su defecto, asegurar su disponibilidad. Para que estos mecanismos fueran eficaces deberían ser:

Legítimos: incluye estructuras de gobernanza claras, transparentes y suficientemente independientes como para garantizar que ninguna de las partes involucradas en un proceso de resolución de reclamaciones determinado pueda interferir con la justa gestión de ese proceso. Accesibles: se debería hacer pública su existencia y ofrecer asistencia adecuada a las partes agraviadas que pudieran encontrarse con barreras de acceso, tales como el idioma, el analfabetismo, la falta de conocimiento o financiamiento, la distancia, la discapacidad o el miedo a las represalias. Predecibles: debería haber procedimientos claros y conocidos, un marco temporal claramente establecido para cada etapa, claridad en cuanto a los tipos de procesos y resultados que pueden, y no pueden, ofrecerse y un medio de hacer seguimiento de la implementación de cualquier resultado. Equitativos: las partes agraviadas deberían tener acceso a las fuentes de información, asesoramiento y conocimiento necesarias para comprometerse en un proceso justo de resolución de reclamaciones. Compatibles con los

derechos: los resultados y reparaciones deberían ser acordes con las normas sobre derechos humanos reconocidas en el ámbito internacional. Claros y transparentes: aunque la confidencialidad puede ser adecuada en algunos casos, el proceso y el resultado deberían estar suficientemente abiertos al escrutinio público y deberían otorgar el debido peso al interés público. Basados en el diálogo y la mediación: el proceso debería buscar soluciones acordadas mutuamente para la resolución de reclamaciones a través del involucramiento entre las partes. En el momento en el que se solicite la adjudicación, las partes deberían conservar el derecho a intentarlo a través de mecanismos alternativos independientes.

Tabla 14. *¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	11	44%	44%	44%
Muy de acuerdo	14	56%	56%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

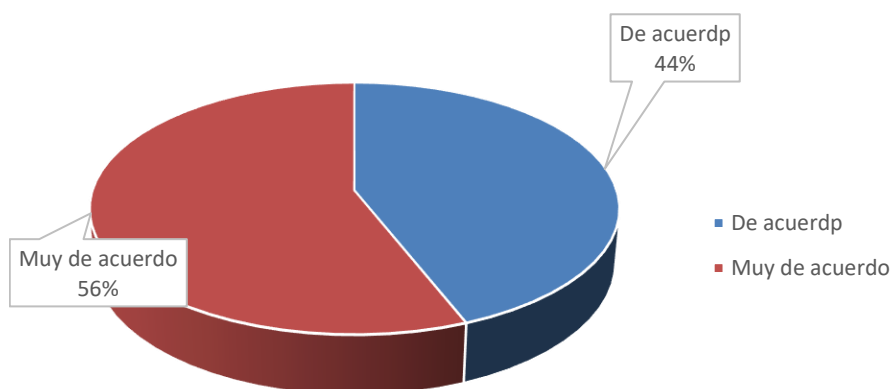


Figura 46. La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones, donde un 56% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 44% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

Después de analizar los datos obtenidos podemos decir que la empresa Agua del Cumbe S.R.L cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones dentro de la organización. Según la (Norma ISO 26000). Para respetar los derechos humanos, las organizaciones tienen la responsabilidad de ejercer la debida diligencia con el fin de identificar, prevenir y abordar los impactos reales o potenciales sobre los derechos humanos, resultantes de sus actividades o de actividades de aquellos con los que tienen relación. La debida diligencia podría también alertar a una organización acerca de la responsabilidad de influir en el comportamiento de otros, en los casos en que esos otros

podieran ser la causa de violaciones de derechos humanos en las que la organización podría verse implicada.

Dado que la debida diligencia es de aplicación a todas las materias fundamentales, incluidos los derechos humanos, un proceso de debida diligencia debería incluir, de una forma adecuada para el tamaño y las circunstancias de la organización, los siguientes elementos: una política de derechos humanos para la organización, que ofrezca una orientación significativa a quienes están dentro de la organización y a quienes están estrechamente ligados a ella; medios para evaluar la manera en que las actividades existentes y propuestas podrían afectar a los derechos humanos; medios para integrar la política de derechos humanos en toda la organización; medios para registrar el desempeño a lo largo del tiempo, para poder hacer los ajustes necesarios en las prioridades y el enfoque, y acciones para tratar los impactos negativos de sus decisiones y actividades. (Norma ISO 26000).

Tabla 15. *¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	2	8%	8%	8%
De acuerdo	7	28%	28%	36%
Muy de acuerdo	16	64%	64%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

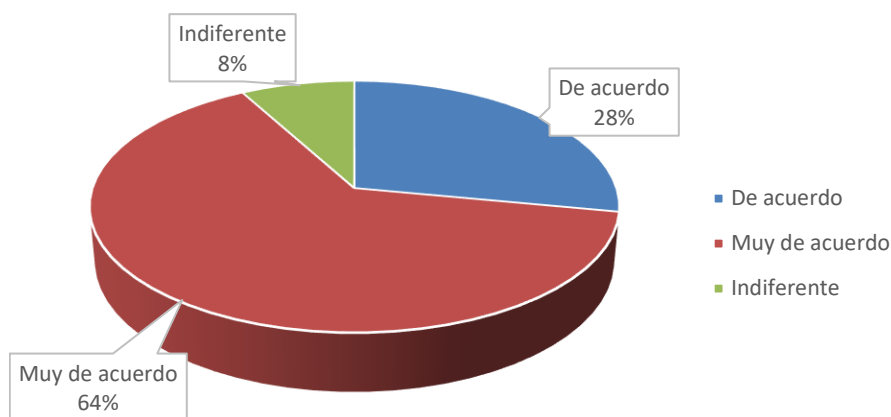


Figura 47. Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si se cuenta con una equidad de género dentro de la institución, donde un 64% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 28% manifiesta estar de acuerdo, por otro lado, un 8% de muestra indiferente.

Tomando los datos obtenidos podemos interpretar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L cuenta con equidad en torno a sus empleados respetando la igualdad de género, lo que refiere que la empresa no discrimina el género en cuanto a funciones dentro de la empresa y todos pueden realizar las mismas funciones por igual tanto hombres como mujeres. Según la (Norma ISO 26000). Una organización debería tener la confianza de que todo trabajo sea desempeñado por mujeres y hombres reconocidos legalmente como empleados o reconocidos legalmente como trabajadores autónomos, asegurar la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores y no discriminar, ya sea directa o indirectamente, en ninguna práctica laboral. Además, reconocer la importancia de la equidad de género,

asegurándose de que todos los trabajadores sean tratados por igual y que todos tengan acceso a todas las oportunidades, a la vez valiéndose de la planificación de la fuerza de trabajo.

Tabla 16. *¿La institución respeta la ley en torno al empleado?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	8	32%	32%	32%
Muy de acuerdo	17	68%	68%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

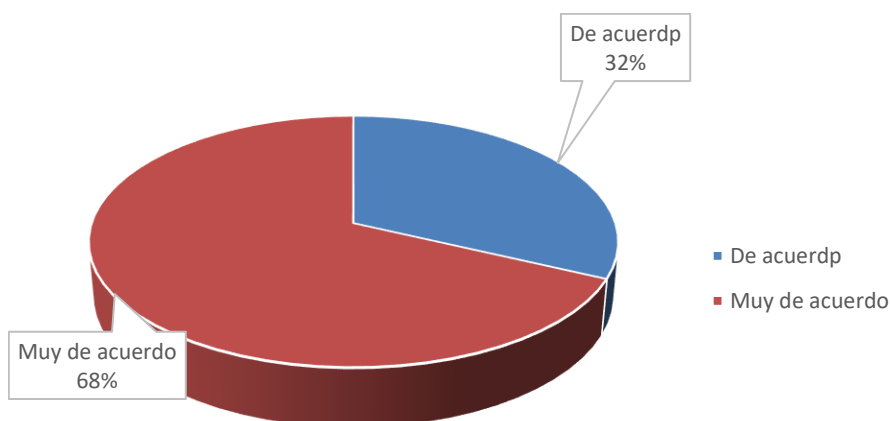


Figura 48. La institución respeta la ley en torno al empleado.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución respeta la ley en torno al empleado, donde un 68% de encuestados afirman que están muy de

acuerdo, mientras un 32% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

Analizando los datos obtenidos podemos decir que la empresa Agua del Cumbe S.R.L si respeta la ley en torno a sus empleados. Según la (Norma ISO 26000). Una organización debería proporcionar salarios y otras formas de remuneración, de conformidad con las leyes, regulaciones o acuerdos colectivos nacionales. Una organización debería pagar salarios que, al menos, fueran adecuados a las necesidades de los trabajadores y sus familias. Al hacerlo, debería tomar en cuenta el nivel general de salarios existente en el país, el costo de vida, los beneficios de la seguridad social y los niveles de vida relativos de otros grupos sociales. También debería considerar factores económicos, incluyendo las exigencias de desarrollo económico, los niveles de productividad y la conveniencia de conseguir y mantener un alto nivel de empleo. Cuando determine los salarios y las condiciones laborales que reflejen dichas consideraciones, la organización debería negociar colectivamente con sus trabajadores o sus representantes, en particular los sindicatos, cuando así lo deseen, de acuerdo con los sistemas nacionales de negociación colectiva.

Proporcionar condiciones de trabajo decentes en relación a salarios, horas de trabajo, descanso semanal, vacaciones, salud y seguridad, protección de la maternidad y conciliación de la vida familiar y laboral. Asegurar que las condiciones de trabajo cumplen las leyes y regulaciones nacionales y que son coherentes con las normas laborales internacionales aplicables. Proporcionar condiciones de trabajo a todos los trabajadores que permitan, en la mayor medida posible, conciliar la vida familiar y laboral y que sean comparables a las que ofrecen otros empleadores. (Norma ISO 26000).

Tabla 17. *¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	14	56%	56%	56%
Muy de acuerdo	11	44%	44%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

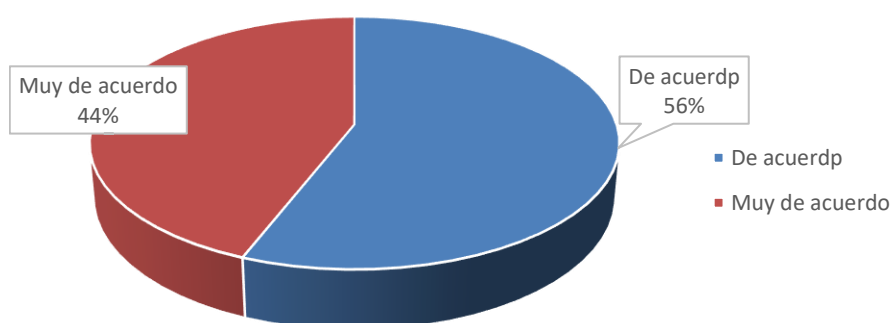


Figura 49. Esta institución protege la privacidad de sus empleados.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución protege la privacidad de sus empleados, donde un 44% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 56% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

Tomando los datos obtenidos podemos analizar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L protege la privacidad de sus empleados, esto quiere decir que la empresa hace el tratamiento

correcto de los datos personales de sus empleados, efectuando de manera ecuánime y lícita la información, así mismo limitándola exclusivamente a asuntos directamente pertinentes para la relación de empleo del trabajador. Según la (Normal ISO 26000). Las organizaciones deberían proteger la privacidad y los datos de carácter personal de los trabajadores, así mismo los empleadores, los trabajadores y sus representantes deberían cooperar en la protección de los datos personales y en la elaboración de una política de empresa que respete la vida privada de los trabajadores. Todas las personas tales como los empleadores, los representantes de los trabajadores, las agencias de colocación y los trabajadores que tengan acceso a los datos personales de los trabajadores deberían tener una obligación de confidencialidad, de acuerdo con la realización de sus tareas y el ejercicio de los principios enunciados en el presente repertorio.

Tabla 18. *¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	2	8%	8%	8%
De acuerdo	8	32%	32%	40%
Muy de acuerdo	15	60%	60%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

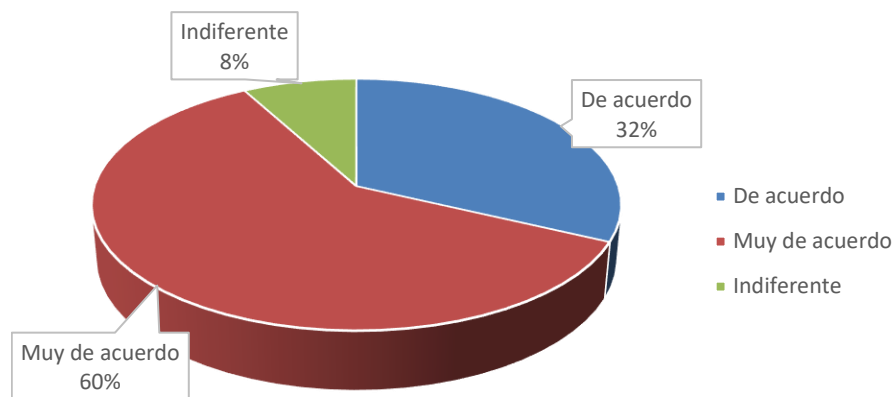


Figura 50. Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales, donde un 60% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 32% manifiesta estar de acuerdo, por otro lado, un 8% de muestra indiferente.

Según los datos obtenidos podemos decir que la empresa Agua del Cumbe S.R.L realiza actividades para que su personal desarrolle de manera correcta sus labores y la vez mejoren sus habilidades en el ámbito laboral. Según la (Norma ISO 26000). Las organizaciones deberían incluir el desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo, donde las organizaciones pueden usar políticas e iniciativas en el lugar de trabajo para obtener un mayor desarrollo humano, abordando inquietudes sociales importantes, como combatir la discriminación, equilibrar responsabilidades familiares, promover la salud y el bienestar y mejorar la diversidad de su personal. También pueden usar políticas e iniciativas en el lugar de trabajo para aumentar la capacidad y la empleabilidad de los individuos. La empleabilidad

se refiere a las experiencias, competencia y calificaciones que incrementan la capacidad del individuo de asegurar y mantener un empleo decente.

Una organización debería proporcionar a todos los trabajadores, en todas las etapas de su experiencia laboral, acceso al desarrollo de habilidades, formación y aprendizaje práctico y oportunidades para la promoción profesional, de manera equitativa y no discriminatoria; asegurar que, cuando sea necesario, los trabajadores que hayan sido despedidos reciban ayuda para acceder a un nuevo empleo, formación y asesoramiento, y establecer programas paritarios entre empleados y empleadores que promuevan la salud y el bienestar. (Norma ISO 26000).

Tabla 19. *¿La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	10	40%	40%	40%
Muy de acuerdo	15	60%	60%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

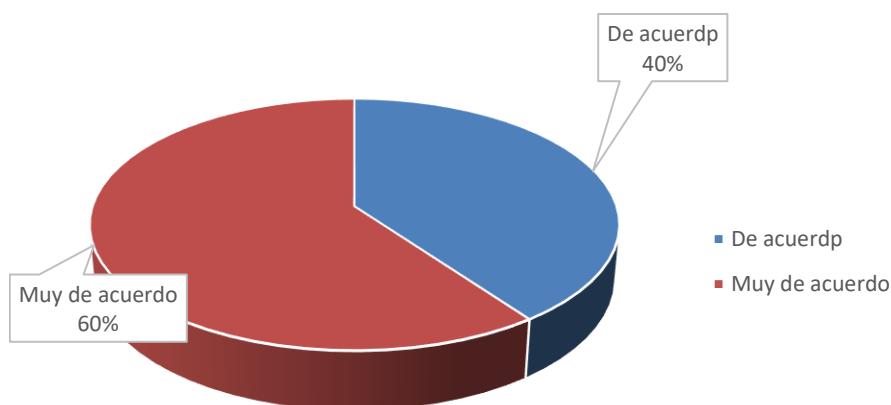


Figura 51. La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente, donde un 60% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 40% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

Habiendo analizado los datos podemos afirmar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L cuenta con actividades para identificar impactos en el medio ambiente al momento de ejecutar sus operaciones. Según la (Normal ISO 26000). Las organizaciones deberían asumir responsabilidades como la gestión de riesgos ambientales: una organización debería implementar programas desde una perspectiva de sostenibilidad basada en el riesgo, para evaluar, evitar, reducir y mitigar los riesgos e impactos ambientales de sus actividades. Una organización debería desarrollar e implementar actividades de toma de conciencia y procedimientos de respuesta ante emergencias para reducir y mitigar los impactos en el medio ambiente, en la salud y la seguridad producidos por accidentes y para proporcionar

información acerca de incidentes ambientales a las comunidades locales y autoridades competentes.

Tabla 20. *¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	13	52%	52%	52%
Muy de acuerdo	12	48%	48%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

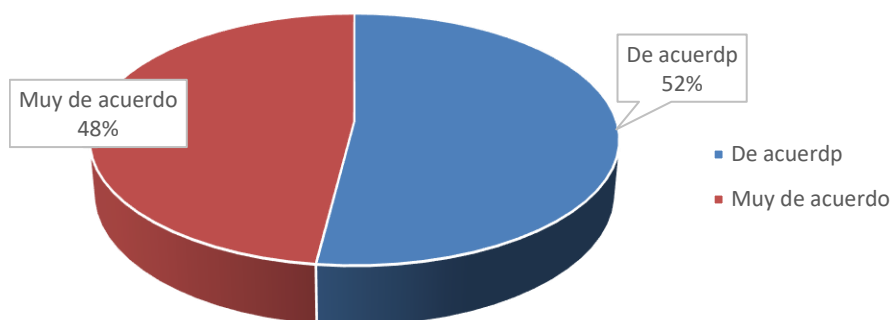


Figura 52. La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente, donde un 48% de

encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 52% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

Tomando los datos obtenidos podemos afirmar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L cuenta con actividades para la prevención de impactos en el medio ambiente. Según la (Norma ISO 26000). Para mejorar la prevención de la contaminación causada por sus actividades, una organización debería: identificar los aspectos e impactos de sus decisiones y actividades en el entorno que la rodea, identificar las fuentes de contaminación y residuos relacionadas con sus actividades, también medir, registrar e informar acerca de sus fuentes de contaminación significativas y reducir la contaminación, el consumo de agua, la generación de residuos y el consumo de energía. Además, implementar medidas orientadas a la prevención de la contaminación y de los residuos, utilizando la jerarquía de gestión de residuos y garantizando una adecuada gestión de la contaminación y los residuos inevitables.

Las organizaciones deben implementar programas de prevención y preparación ante accidentes y preparar un plan de emergencia frente a accidentes ambientales que cubra accidentes e incidentes, tanto internos como externos, que involucre a trabajadores, socios, autoridades, comunidades locales y otras partes interesadas pertinentes. Un programa de estas características debería incluir entre otros asuntos, la identificación de peligros y la evaluación de riesgos, procedimientos de notificación y de recuperación del producto del mercado y sistemas de comunicación, así como educación e información públicas. (Norma ISO 26000).

Tabla 21. *¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	10	40%	40%	40%
Muy de acuerdo	15	60%	60%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

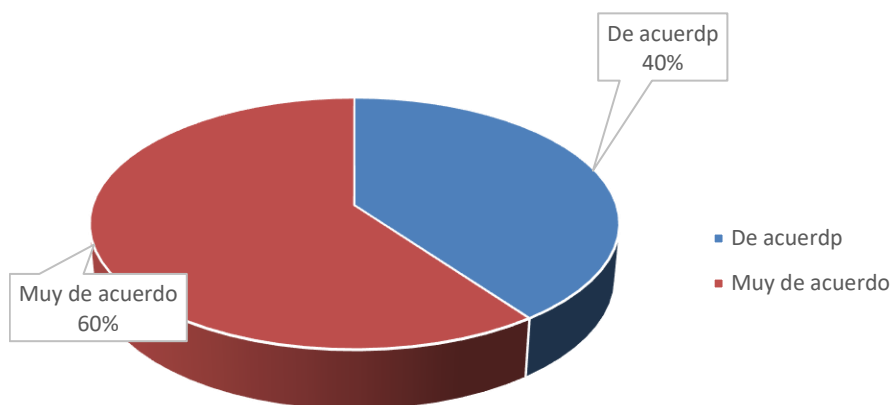


Figura 53. La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente, donde un 60% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 40% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

Analizando los datos obtenidos podemos afirmar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L realiza actividades de información para determinar cantidades de material tóxico que utiliza

en el medio ambiente. Según la (Norma ISO 26000). Las organizaciones deberían involucrarse con las comunidades locales en relación con las emisiones contaminantes y los residuos, reales y potenciales, los riesgos relacionados con la salud y las medidas actuales y propuestas para su mitigación. Así mismo implementar medidas para reducir y minimizar progresivamente la contaminación directa e indirecta dentro de su control o influencia, concretamente a través del desarrollo y promoción de la rápida acogida de productos y servicios más amigables con el medio ambiente. Divulgar públicamente las cantidades y tipos de materiales tóxicos y peligrosos importantes y significativos que utiliza y libera, incluyendo los riesgos conocidos que esos materiales tienen sobre la salud humana y el medio ambiente en operaciones normales y en liberaciones accidentales.

Tabla 22. *¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	7	28%	28%	28%
Muy de acuerdo	18	72%	72%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

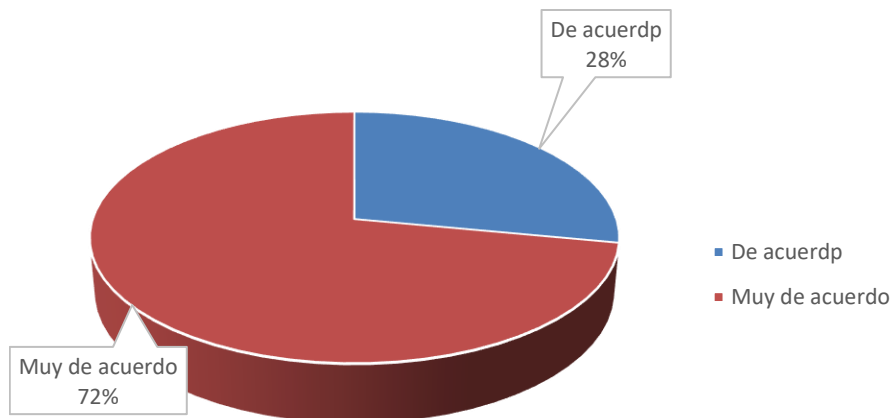


Figura 54. La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente, donde un 72% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 28% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

Analizando los datos podemos decir que la empresa Agua del cumbe S.R.L si cuenta con actividades para solucionar impactos en el medio ambiente los cuales son parte de sus operaciones. Según la (Norma ISO 26000). Una organización debería implementar programas de eficiencia de materiales para reducir el deterioro ambiental que provoca el uso de materias primas para los procesos de producción o para productos terminados utilizados en sus actividades o en la entrega de sus servicios. Los programas de eficiencia de materiales se basan en la identificación de vías para aumentar la eficiencia en el uso de materias primas dentro de la esfera de influencia de la organización. Teniendo en cuenta que el uso de

materiales provoca varios impactos ambientales, directos e indirectos, por lo que se debería tener en cuenta la exigencia de recursos de un producto final durante su uso.

Como un factor importante dentro de las comunidades donde operan las empresas se debería poner gran interés en la conservación del agua, uso y acceso al agua: el acceso a suministros de agua potable segura y fiable, y a servicios sanitarios, es una necesidad humana fundamental y un derecho humano básico. Los objetivos de desarrollo incluyen la provisión de acceso sostenible a agua potable segura. Una organización debería conservar, reducir el uso y reutilizar el agua en sus propias operaciones y estimular la conservación del agua dentro de su esfera de influencia. (Norma ISO 26000).

Tabla 23. *¿Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	6	24%	24%	24%
Muy de acuerdo	19	76%	76%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

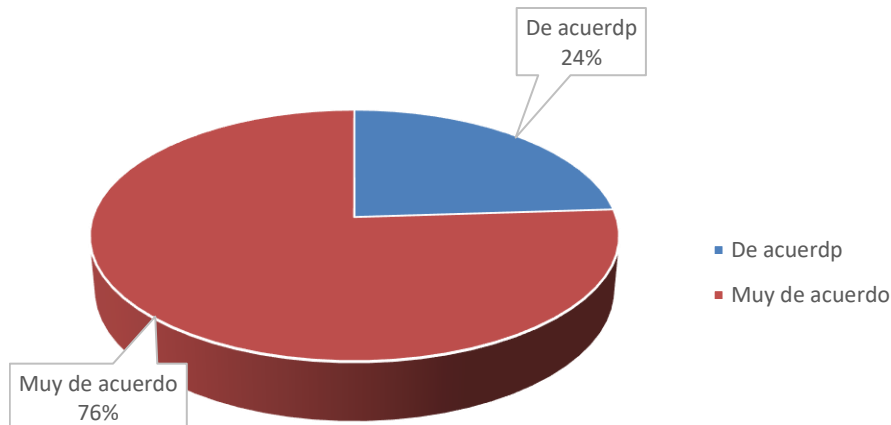


Figura 55. Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social, donde un 76% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 24% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

Después de analizar los datos obtenidos se puede evidenciar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L si realiza actividades para la formación de sus trabajadores en responsabilidad social. Según la (Normal ISO 26000). Una organización debería formar a sus empleados y representantes e incrementar la toma de conciencia respecto a la participación responsable y las contribuciones y cómo manejar los conflictos de interés, así mismo ser transparente en lo que respecta a sus políticas y actividades relacionadas, sus contribuciones políticas y su participación de la misma.

Las organizaciones deben establecer e implementar políticas y directrices para gestionar las actividades de las personas contratadas para abogar en nombre de la organización, evitar hacer contribuciones políticas que lleguen a suponer un intento por controlar o que puedan percibirse como una influencia indebida en los políticos o en los responsables de la toma de decisiones en favor de una causa específica, y prohibir actividades que impliquen falta de información, falta de representación, o supongan amenazas o coacción. (Normal ISO 26000).

Tabla 24. *¿La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	1	4%	4%	4%
De acuerdo	13	52%	52%	56%
Muy de acuerdo	11	44%	44%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

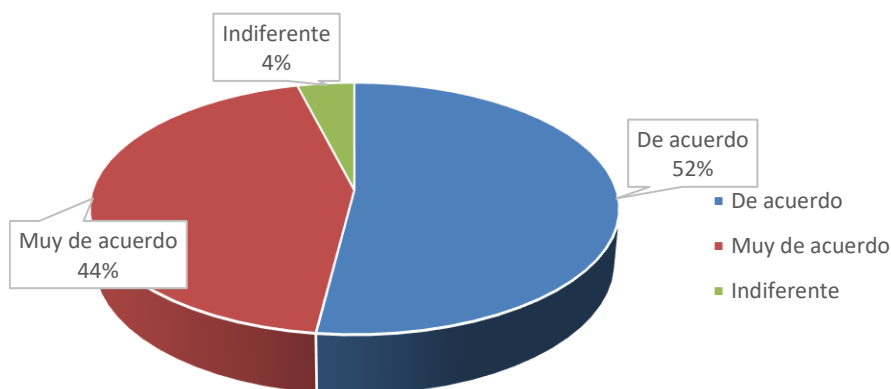


Figura 56. La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social, donde un 44% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 52% manifiesta estar de acuerdo, por otro lado, un 4% de muestra indiferente.

Según los datos obtenidos podemos decir que la empresa Agua del Cumbe S.R.L realiza prácticas para determinar la falta de información en cuanto a la responsabilidad social, esto quiere decir que la empresa se encuentra en la constante evaluación de aquellos aspectos que no están siendo atendidos y carecen de mecanismo que permitan el alineamiento con la responsabilidad social, los cuales no proyectan resultados y acciones socialmente responsables. Según la (Norma ISO 26000). La organización debería implementar prácticas para determinar en qué aspectos la organización no está siendo reforzada en asuntos de responsabilidad social, debería promover la adopción e implementación de prácticas socialmente responsables a través de evaluaciones internas y externas de la empresa para alcanzar objetivos socialmente responsables. Participar activamente en incrementar la toma de conciencia en la organización sobre asuntos de responsabilidad social. Debe alentar a sus empleados, socios, representantes y proveedores a que informen sobre violaciones de las políticas de la organización y tratamientos inmorales e injustos adoptando mecanismos que permitan ofrecer información y hacer un seguimiento de la acción.

Tabla 25. *¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	9	36%	36%	36%
Muy de acuerdo	16	64%	64%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

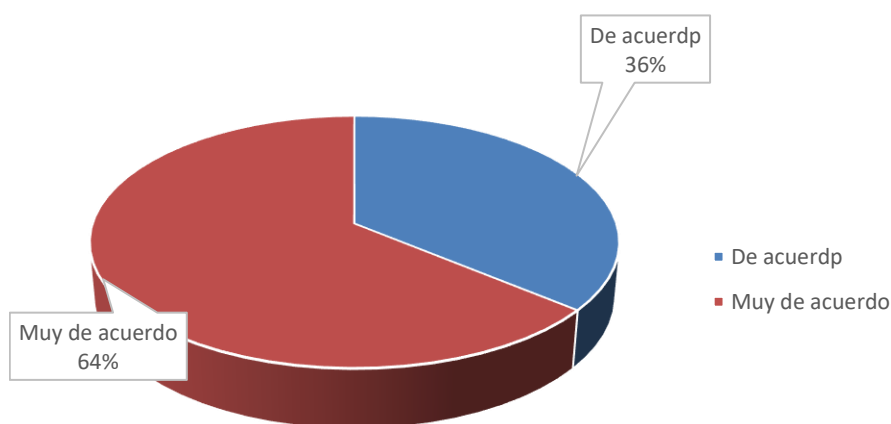


Figura 57. La institución cuenta con políticas de responsabilidad social.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución cuenta con políticas de responsabilidad social, donde un 64% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 36% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%.

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que la empresa Agua del Cumbe S.R.L cuenta con políticas de responsabilidad social dentro de su organización los cuales se ven reflejados en sus actividades como empresa. Según la (Norma ISO 26000). Una forma de

adoptar la responsabilidad social dentro de las organizaciones es promover la competencia justa y abierta, ya que estimula la innovación y la eficiencia, reduce los costos de los productos y servicios, asegura que todas las organizaciones tengan las mismas oportunidades, anima al desarrollo de productos o procesos nuevos y mejores, y a largo plazo mejora el crecimiento económico y el nivel de vida. Las conductas anti-competencia pueden llegar a perjudicar la reputación de una organización frente a sus partes interesadas y pueden ocasionar problemas legales. Cuando las organizaciones rechazan involucrarse en conductas anti-competencia ayudan a crear un clima donde dicha conducta no se tolera, lo que beneficia a todos.

Para promover la competencia justa, una organización debería realizar sus actividades de manera coherente con las leyes y regulaciones en materia de competencia y cooperar con las autoridades competentes, establecer procedimientos y otros mecanismos de salvaguarda para evitar involucrarse o ser cómplice de conductas anti-competencia. Promover la toma de conciencia entre los empleados acerca de la importancia de cumplir con la legislación en materia de competencia y competencia justa, apoyar las prácticas anti-monopolio y anti-dumping, así como las políticas públicas que motivan la competencia y ser consciente del contexto social en el que opera y no aprovecharse de condiciones sociales como la pobreza para lograr una ventaja competitiva desleal. (Norma ISO 26000).

Tabla 26. *¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	1	4%	4%	4%
De acuerdo	7	28%	28%	32%

Muy de acuerdo	17	68%	68%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

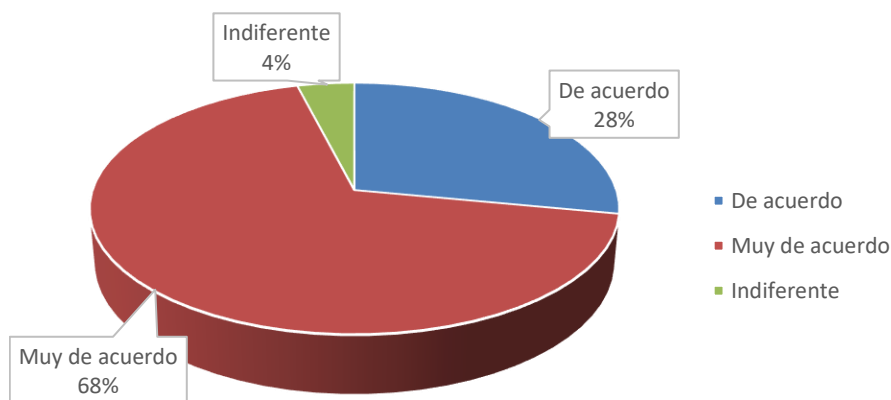


Figura 58. Pregunta del instrumento - Esta institución se informa completamente de sus consumidores.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución se informa completamente de sus consumidores, donde un 68% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 28% manifiesta estar de acuerdo, por otro lado, un 4% de muestra indiferente.

Haciendo uso de los datos obtenidos podemos analizar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L se mantiene informada respecto a sus consumidores, esto quiere decir que la empresa se preocupa por saber cuál es la opinión y valoración de los consumidores respecto a los productos que consumen, más allá de ser información importante para lineamientos estratégicos de mercado la empresa busca saber si el consumidor está satisfecho con el

consumo de los productos. Según la (Norma ISO 26000). Si bien el Estado tiene la responsabilidad primordial en cuanto a garantizar que se respete el derecho a la satisfacción de las necesidades básicas, una organización puede contribuir al cumplimiento de este derecho. Particularmente, en aquellas áreas en que el Estado no satisface adecuadamente las necesidades básicas de las personas, una organización debería ser sensible al impacto de sus actividades en la capacidad de las personas para satisfacer dichas necesidades. Por lo tanto, las organizaciones deberían de informarse constantemente acerca de la satisfacción de sus consumidores y también debería evitar acciones que pudieran poner en riesgo esta capacidad.

Los grupos vulnerables tienen distintas capacidades y, en su rol como consumidores, los grupos vulnerables tienen necesidades particulares a las que se debe dar respuesta y, en algunos casos, pueden requerir productos y servicios especialmente personalizados. Tienen necesidades especiales porque probablemente desconocen sus derechos y responsabilidades o porque pueden no ser capaces de actuar, aun conociéndolos. También es posible que desconozcan los posibles riesgos asociados a los productos o servicios o que no puedan evaluarlos y que, por ello, no puedan realizar juicios equilibrados. (Norma ISO 26000).

Tabla 27. *¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	14	56%	56%	56%
Muy de acuerdo	11	44%	44%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

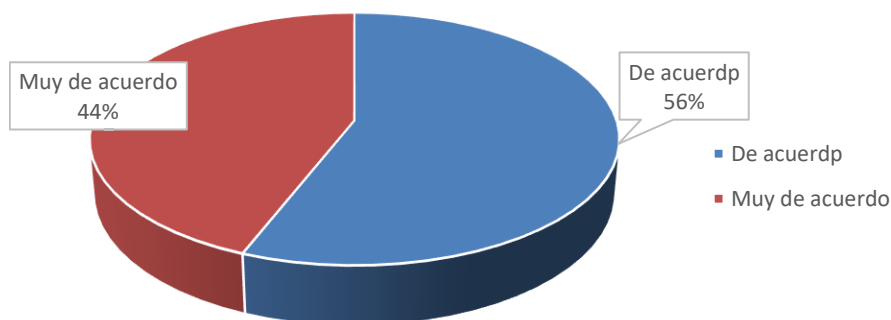


Figura 59. Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social, donde un 44% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 56% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100%

Después de haber analizado los datos podemos afirmar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L si investiga a sus consumidores para informarse si los productos que ofrece la empresa no solo satisfacen las necesidades de sus clientes sino también para saber si el consumidor está protegido y no ha sufrido incidentes en el momento de consumirlos, de esta manera la organización fortalece los lazos de responsabilidad social entre los consumidores y la empresa misma.

Según la (Norma ISO 26000). Cuando una organización investiga a sus consumidores debe ir más allá de satisfacer las necesidades, sino también proteger la salud y la seguridad de los consumidores, una organización debería emprender acciones y prestar especial atención a los grupos vulnerables (con especial atención a los niños) que podrían no tener la capacidad de reconocer o evaluar los peligros potenciales. La organización debería: Evaluar la idoneidad de las leyes, regulaciones, normas y otras especificaciones en materia de salud y seguridad al abordar todos los aspectos relacionados con salud y seguridad. Una organización debería ir más allá de los requisitos mínimos de seguridad, cuando exista evidencia de que requisitos más exigentes lograrían un nivel de protección mucho mayor, como en el caso de accidentes en los que se ven involucrados productos o servicios que cumplen con los requisitos mínimos, o de la disponibilidad de productos o de diseños de productos que pueden disminuir el número o la gravedad de los accidentes.

Una organización debe investigar a sus consumidores y protegerlos en caso de incidentes, como recuperar los productos del mercado empleando las medidas adecuadas y los medios para llegar a las personas que compran el producto o hicieron uso de los servicios y compensar a los consumidores por las pérdidas sufridas. Podría ser pertinente y útil el uso de medidas para la trazabilidad en su cadena de suministro. Se debe detener los servicios o retirar todos los productos que todavía se encuentren en la cadena de distribución, cuando se detecte que un producto, después de haber sido introducido en el mercado, constituye un peligro imprevisto, tiene un serio defecto o contiene información falsa o engañosa. (Norma ISO 26000).

Tabla 28. *¿Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	2	8%	8%	8%
De acuerdo	10	40%	40%	48%
Muy de acuerdo	13	52%	52%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

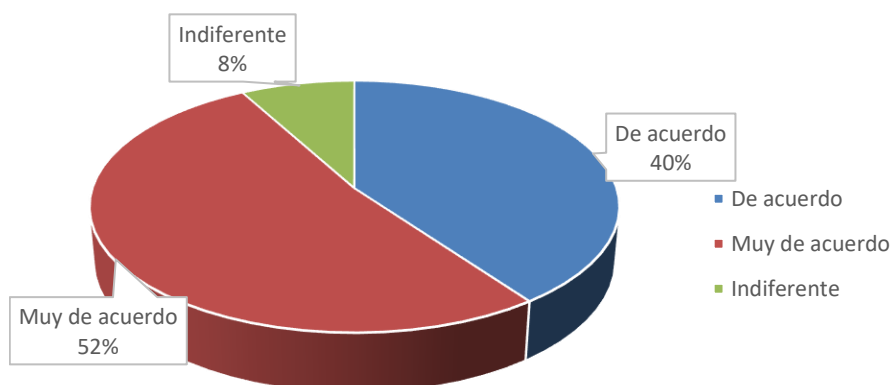


Figura 60. Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución y sus consumidores comparten información de forma transparente, donde un 52% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 40% manifiesta estar de acuerdo, por otro lado, un 8% de muestra indiferente.

De acuerdo a los datos obtenidos podemos analizar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L muestra un perfil transparente en cuanto a la información que comparte, la empresa informa de manera clara y correcta a sus consumidores con toda la información que el consumidor necesita referente a sus productos y servicios. Según la (Norma ISO 26000). Las organizaciones deberían proporcionar información a sus consumidores ya que la protección de la salud y la seguridad de los consumidores implica la provisión de productos y servicios que sean seguros y que no conlleven un riesgo inaceptable de daño cuando se usen o consuman. La protección debería cubrir, tanto el uso previsto, como el uso incorrecto previsible. Proporcionar instrucciones claras para un uso seguro, incluido el montaje y mantenimiento es también una parte importante de la protección de la salud y la seguridad.

La reputación de una organización podría verse afectada directamente por el impacto en la salud y la seguridad de los consumidores de sus productos y servicios. Los productos y servicios deberían ser seguros, con independencia de que existan o no exigencias legales en materia de seguridad. La seguridad incluye la anticipación de riesgos potenciales con el fin de evitar daños o peligro. Como no pueden preverse o eliminarse todos los riesgos, entre las medidas para proteger la seguridad, deberían incluirse mecanismos para la retirada de productos y para la recuperación de productos del mercado. (Norma ISO 26000).

Tabla 29. *¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	1	4%	4%	4%

De acuerdo	9	36%	36%	40%
Muy de acuerdo	15	60%	60%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

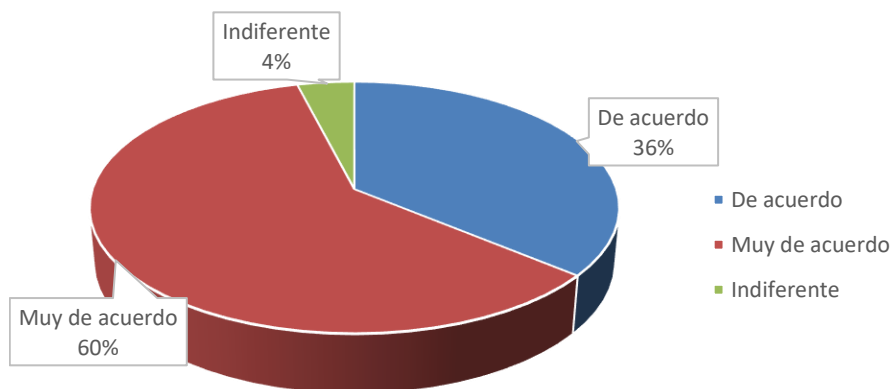


Figura 61. Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos, donde un 60% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 36% manifiesta estar de acuerdo, por otro lado, un 4% de muestra indiferente.

Analizando los datos obtenidos de la interrogante podemos interpretar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L realiza centrados entre consumidores y la empresa misma, el cual pretende darle al consumidor la libertad de elegir, opinar y estar informado acerca de los productos que consumen, así mismo la empresa puede aprovechar tal información como datos valiosos

para la mejora continua respecto al producto y los procesos de la empresa misma. Según la (Normal ISO 26000). Una organización debe brindar seguridad a los consumidores, darle derecho a tener acceso a productos no peligrosos y velar que los consumidores estén protegidos frente a los procesos de producción, productos y servicios peligrosos para la salud o la vida. También la promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores, incluyendo la capacidad de elegir dentro de una gama de productos y servicios, ofertados a precios competitivos con la garantía de una calidad satisfactoria;

Tabla 30. *¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	11	44%	44%	44%
Muy de acuerdo	14	56%	56%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

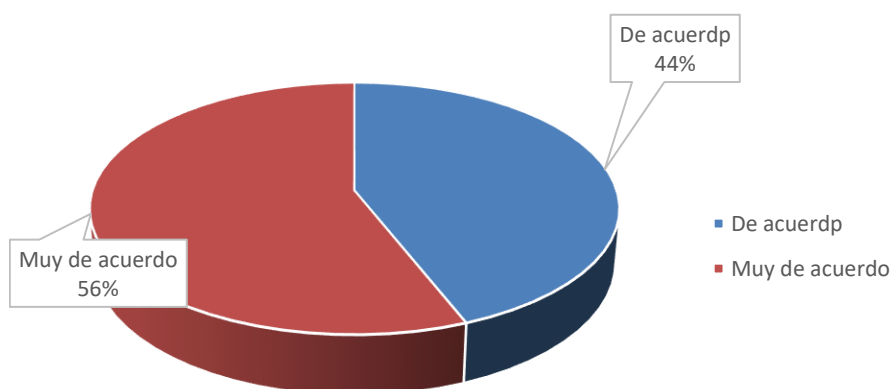


Figura 62. Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la empresa y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes, donde un 56% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 44% manifiesta estar de acuerdo. Así mismo puede percibirse una postura positiva del 100% respecto a que la empresa realmente si brinda la información necesaria a sus consumidores.

Habiendo analizado los datos podemos decir que la empresa Agua del Cumbe S.R.L informa de manera clara respecto a sus publicaciones, precios y productos. Según la (Norma ISO 26000). Una organización debería informar al consumidor, dar acceso a los consumidores a una información adecuada que les permita tomar decisiones fundamentadas, de acuerdo con sus deseos y necesidades individuales y a estar protegidos frente a publicidad o etiquetado engañosos o con información errónea; Al comunicarse con los consumidores, una organización debería: no involucrarse en prácticas que sean confusas, engañosas, fraudulentas o injustas, incluida la omisión de información esencial. Consentir en compartir de forma transparente información pertinente, fácilmente accesible y comparable, como base para una decisión fundamentada por parte del consumidor,

Identificar claramente su publicidad y sus actividades de marketing tales como dar a conocer abiertamente los precios, los términos y las condiciones de los productos y servicios (así como cualquier accesorio que pueda ser necesario para el uso) y los costos de entrega.

Cuando se ofrezca crédito al consumo, debería proporcionar detalles de la tasa de interés

anual real, así como la tasa de porcentaje anual aplicada, que incluye todos los costos involucrados, la cantidad a pagar, el número de pagos y la fecha de vencimiento de las cuotas (Norma ISO 26000).

Tabla 31. ¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	1	4%	4%	4%
De acuerdo	5	20%	20%	24%
Muy de acuerdo	19	76%	76%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

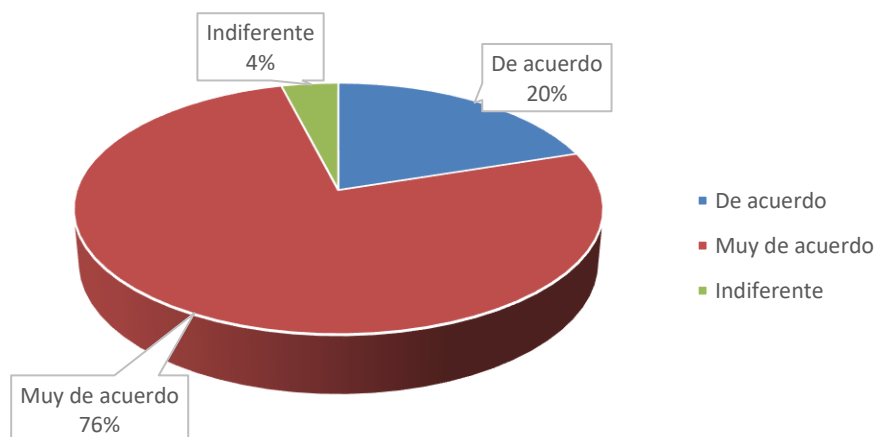


Figura 63. Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la organización realiza actividades de cercanía a la comunidad, donde un 76% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 20% manifiesta estar de acuerdo, por otro lado, un 4% de muestra indiferente.

Considerando los datos obtenidos podemos decir que la empresa Agua del Cumbe S.R.L realiza actividades cercanas dentro de la comunidad en la cual opera ya que comprende la importancia de involucrar a la comunidad en sus actividades. Según la (Norma ISO 26000) “Actualmente está ampliamente aceptado que las organizaciones tengan relación con las comunidades en las que operan. Esta relación debería basarse en la participación activa de la comunidad para contribuir al desarrollo de la comunidad. La participación activa, -ya sea de manera individual, o a través de asociaciones que busquen aumentar el bien público-, ayuda a fortalecer la sociedad civil. Las organizaciones que se involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos, y los fortalecen.”

Tabla 32. *¿Esta organización participa en asociaciones locales?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	12	48%	48%	48%
Muy de acuerdo	13	52%	52%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

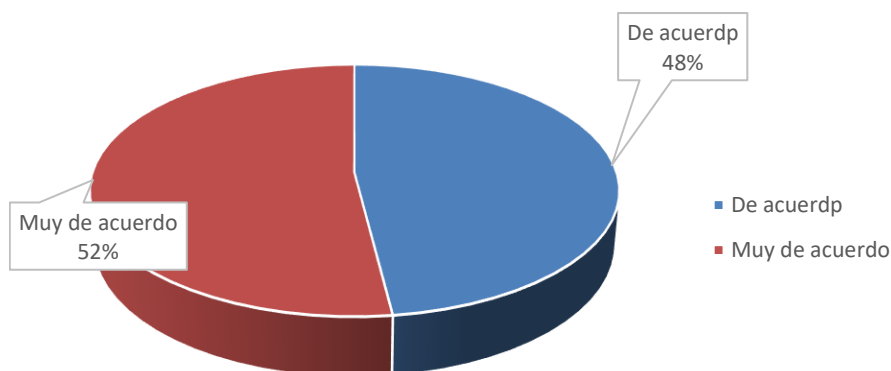


Figura 64. Esta organización participa en asociaciones locales.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la Tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la organización participa en asociaciones locales, donde un 52% de encuestados afirman que están muy de acuerdo, mientras un 48% manifiesta estar de acuerdo. Tomando una postura positiva del 100% en que la empresa realmente si participa en asociaciones locales.

Teniendo en cuenta los datos obtenidos podemos afirmar que un porcentaje alto de encuestados afirman que la empresa Agua del Cumbe S.R.L participa en asociaciones locales y según la (Norma ISO 26000). Las organizaciones deberían también fomentar la participación activa de la comunidad en el diseño y la implementación de proyectos, ya que puede ayudar a que los proyectos sobrevivan y prosperen cuando la organización deje de participar. Las inversiones sociales deberían priorizar proyectos que sean viables en el largo plazo y que contribuyan al desarrollo sostenible.

La inversión social aparece cuando las organizaciones invierten sus recursos en iniciativas y programas orientados a mejorar aspectos sociales de la vida en comunidad. Los tipos de inversiones sociales podrían incluir proyectos relacionados con educación, formación, cultura, cuidado de la salud, generación de ingresos, desarrollo de infraestructuras, mejora del acceso a la información o cualquier otra actividad que promueva el desarrollo económico y social (Norma ISO 26000).

Tabla 33. *¿Esta institución alerta y protege a los ciudadanos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	8	32%	32%	32%
Muy de acuerdo	17	68%	68%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia

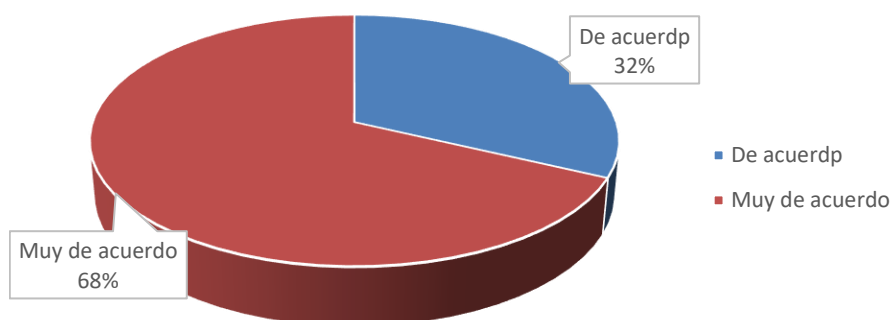


Figura 65. Esta institución alerta y protege a los ciudadanos.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la empresa alerta y protege a los ciudadanos, donde los encuestados manifestaron que: el 68% está muy de acuerdo y un 32% de acuerdo al respecto.

Según los datos podemos afirmar que la empresa Agua del Cumbe S.R.L alerta y protege a los ciudadanos buscando “eliminar los impactos negativos en la salud de cualquier proceso de producción, producto o servicio proporcionado por la organización, considerando aumentar la toma de conciencia acerca de las amenazas para la salud y consideran apoyar el acceso duradero y universal a servicios esenciales en materia de salud, agua potable y servicios sanitarios adecuados, como medio para prevenir enfermedades” (Norma ISO 26000).

Tabla 34. *¿Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	5	20%	20%	20%
Muy de acuerdo	20	80%	80%	100%
Total	25	100%	100%	

Fuente: SPSS - Elaboración propia

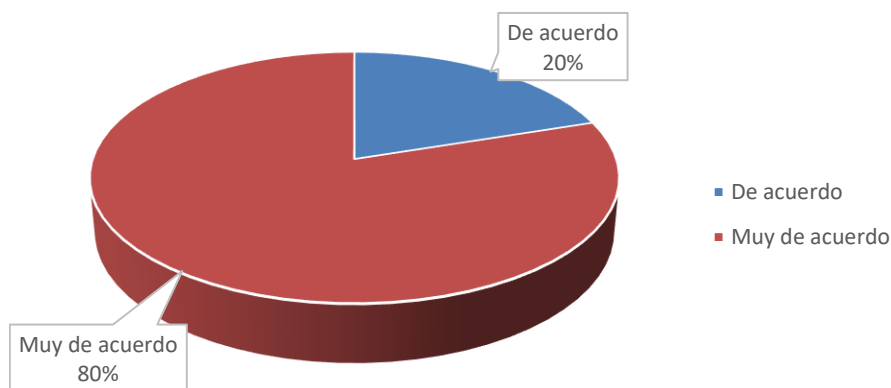


Figura 66. Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad.

Fuente: SPSS - Elaboración propia

Interpretación de datos:

El análisis de la tabla nos evidencia respecto a la pregunta acerca de si la institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad, donde los encuestados manifestaron que: el 80% está muy de acuerdo, mientras un 20% manifiesta estar de acuerdo.

Teniendo en cuenta los datos obtenidos podemos decir que la empresa Agua del Cumbe S.R.L entiende la importancia y el compromiso de involucrarse en las comunidades donde opera a través de su actuar responsable, desarrollando programas de apoyo para el beneficio y desarrollo de la comunidad, así mismo proyectando las buenas prácticas empresariales y demostrando la responsabilidad social que asume la empresa con las comunidades. Según la (Norma ISO 26000). Las empresas deben involucrarse en actividades económicas con organizaciones que, debido a niveles bajos de desarrollo, tengan dificultades para cumplir con las exigencias legales, sólo cuando el propósito sea abordar la pobreza; las actividades de dichas organizaciones deben respetar los derechos humanos y también debe existir una

expectativa razonable de que dichas organizaciones vayan orientando sus actividades de forma coherente hacia el marco legal apropiado.

Se debe considerar contribuir con programas y alianzas duraderos que apoyen a los miembros de la comunidad, en especial a las mujeres y demás grupos socialmente desfavorecidos y vulnerables, a establecer negocios y cooperativas, mejorar la productividad y promover el espíritu emprendedor. Dichos programas podrían, por ejemplo, proporcionar formación en planificación de negocios, marketing, normas de calidad exigidas para convertirse en proveedores, gestión asistencia técnica, acceso a financiamiento y fomento de alianzas estratégicas (Norma ISO 26000).

Interpretación de resultados por dimensión según las 7 Materias Fundamentales de la Responsabilidad Social de la Norma ISO 26000

(1) Resultados en la dimensión de Gobernanza de la Organización:

Se refiere al sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos, el cual está relacionado con actividades para incrementar la responsabilidad social de la organización, generación de puentes de comunicación, fortalecimiento de las necesidades y oportunidades para incrementar la responsabilidad social, uso correcto de los recursos y principios de transparencia. En efecto todos aquellos aspectos relacionados con los esfuerzos de los individuos de la organización para lograr los resultados esperados. Así mismo podemos decir que tiene un enfoque social.

Es esto quiere decir que según los resultados obtenidos en las interrogantes que corresponden de la mencionada dimensión los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L realiza todas aquellas actividades que se desarrollan para incrementar la Responsabilidad Social tomando en cuenta las necesidades y oportunidades utilizando de manera adecuada los recursos de la organización, comunicando de manera transparente lo relacionado con la dimensión mencionada, aunque cabe mencionar que existe un porcentaje mínimo que muestra tener indiferencia en los aspectos mencionados dentro de la dimensión. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades relacionadas con la dimensión de Gobernanza de la Organización.

(2) Resultados en la dimensión de Derechos Humanos:

Se refiere a los derechos básicos que le corresponde a cualquier ser humano por el hecho de serlo, derechos civiles y políticos, derechos económicos, sociales y culturales, derechos fundamentales del trabajo, todo lo que refiere al deber de la empresa con sus integrantes. Así mismo podemos decir que tiene un enfoque social y económico.

Es esto quiere decir que según los resultados obtenidos en las interrogantes que corresponden de la mencionada dimensión los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L cuenta con políticas en relación con los derechos humanos y su aplicación dentro de la esta, del mismo modo consideran que dentro de la organización se revierten todas las acciones negativas en la organización, además que dentro de la organización existe equidad de género, así como respeto a la

ley de los trabajadores y la protección de la privacidad de ellos y de la misma manera se realizan actividades para el desarrollo de las buenas prácticas laborales. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades relacionadas con la dimensión de Derechos Humanos.

(3) Resultados en la dimensión de Prácticas Laborales:

Se refiere a todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo, trabajo y relaciones laborales, condiciones de trabajo y protección social, dialogo social, salud y seguridad ocupacional, desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo. Así mismo podemos decir que tiene un enfoque social y económico.

Es esto quiere decir que según los resultados obtenidos en las interrogantes que corresponden de la mencionada dimensión los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L cuenta con equidad de género, donde se promueve la participación tanto de hombres y mujeres por igual dentro de la organización, dando la confianza de que todo trabajo sea desempeñado por mujeres y hombres reconocidos legalmente como empleados o reconocidos legalmente como trabajadores autónomos, además de respetar la ley en torno a sus empleados, proteger la privacidad e información y realizar actividades donde se incluye el desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades relacionadas con la dimensión de Prácticas Laborales.

(4) Resultados en la dimensión de Medio Ambiente:

La organización busca revertir y solucionar los impactos ambientales producto de sus operaciones, previniendo la contaminación, adaptación al cambio climático y protección del medio ambiente. En efecto todos aquellos aspectos relacionados con la protección del medio ambiente y protección de todas las personas, al mismo tiempo pretenden lograr la sostenibilidad para la supervivencia y la prosperidad de los seres humanos, haciendo uso sostenible de los recursos. Así mismo podemos decir que tiene un enfoque Social y Medio Ambiental.

Es esto quiere decir que según los resultados obtenidos en las interrogantes que corresponden de la mencionada dimensión los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L que la organización conoce los impactos ambientales y realiza las actividades correspondientes para prevenir afectaciones ambientales dentro de la misma, al igual que se informa de manera adecuada sobre las cantidades de material tóxico y se toman las decisiones pertinentes para solucionar los problemas que se presentan en relación con el medio ambiente. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades relacionadas con la dimensión de Medio Ambiente.

(5) Resultados en la dimensión de Practicas Justas de Operación:

Se refiere a que la organización busca una conducta ética en sus colaboradores y en sus relaciones con otras organizaciones, Promoviendo la participación política responsable, competencia justa, anti-corrupción, promover la responsabilidad social en la cadena de valor y respeto a los derechos de la propiedad. En efecto todos aquellos aspectos relacionados con la ética empresarial, la participación responsable de las personas tanto

dentro como fuera de la organización. Así mismo podemos decir que tiene un enfoque Social.

Es esto quiere decir que según los resultados obtenidos en las interrogantes que corresponden de la mencionada dimensión los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L con que la organización realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social, así como prácticas relacionadas con la identificación de la falta de información sobre esta y que se cuentan con políticas sobre el concepto de Responsabilidad Social, aunque cabe mencionar que existe un porcentaje mínimo que muestra tener indiferencia en los aspectos mencionados dentro de la dimensión. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades relacionadas con la dimensión de Practicas Justas de Operación.

(6) Resultados en la dimensión de Asuntos de Consumidores:

La organización pretende una relación responsable con el consumidor y busca reducir y prevenir los impactos ambientales, haciendo uso de las practicas justas de marketing, información objetiva y prácticas justas, protección de la salud de los consumidores, servicio de atención al cliente, protección de la información de consumidores, acceso a servicios esenciales, educación y toma de conciencia. En efecto todos aquellos aspectos relacionados con los consumidores, medio ambiente sostenible y aspectos económicos de la empresa y el consumidor. Así mismo podemos decir que tiene un enfoque Social, Medio Ambiental y Económico.

Es esto quiere decir que según los resultados obtenidos en las interrogantes que corresponden de la mencionada dimensión los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L con la información que se le brinda al consumidor (usuario), por otra parte, se realiza la investigación necesaria sobre aspectos de Responsabilidad Social y se mantienen un contacto directo con los mismos donde se les informa de manera transparente de qué manera está trabajando en este sentido la organización. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades relacionadas con la dimensión de Asuntos de Consumidores.

(7) Resultados en la dimensión de Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad:

La organización busca aumentar el bien público, ayudar a fortalecer la sociedad civil, lo que implica la participación activa de la comunidad, educación y cultura, creación de empleo y desarrollo de habilidades, desarrollo y acceso a la tecnología, generación de riqueza e ingresos, salud e inversión social. En efecto todos aquellos aspectos que involucra a los individuos que participan en torno a las actividades y operaciones de la organización. Así mismo podemos decir que tiene un enfoque Social y Económico.

Es esto quiere decir que según los resultados obtenidos en las interrogantes que corresponden de la mencionada dimensión los encuestados están de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L con lo que corresponde a las actividades de cercanía con la comunidad, así como la participación en asociaciones locales donde se realizan actividades para fortalecer la Responsabilidad Social y se participa en programas de desarrollo dentro de la comunidad. Por lo tanto, podemos

afirmar que la empresa si realiza actividades relacionadas con la dimensión de Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad.

Aspectos Éticos

- La presente investigación salvaguarda en primer lugar, la propiedad intelectual de los autores, respecto a las teorías y conocimientos diversos, citándolos apropiadamente y precisando las fuentes bibliográficas en donde se encuentra lo referenciado.
- La autorización fue aceptada en términos de estado voluntario por la empresa Agua del Cumbe S.R.L. El documento fue corroborado con las firmas correspondientes por el Gerente General.
- Uno de los valores éticos es la utilidad de esta investigación, puesto que tiene un valor científico y social, por lo tanto, se pretende aumentar el conocimiento científico, brindando información a la comunidad lectora que esté interesado en el tema para fines académicos, de formación e investigación.
- Otro aspecto ético es la transparencia en el uso de la información recopilada de la empresa, se expuso de manera clara que la información no será manipulada ni usada en situaciones que perjudique de alguna manera a la empresa.

- Los datos obtenidos de los 25 trabajadores de la empresa Agua del Cumbe S.R.L no fue manipulada ni alterada en el proceso de análisis de la información, los resultados son reales y se recopilaron de manera formal.
- También se considera un valor ético la estricta privacidad, anonimato y confidencialidad en el manejo de la información de la empresa y los datos personales de sus trabajadores, debido a que no es posible la publicación de nombres de los encuestados que han participado en la investigación. Además, que los encuestados no pueden dar juicios éticos sobre las respuestas planteadas por los investigadores.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Se encontró relación entre el antecedente nacional de Flores y Vera (2018) y la teoría de Setó y Rabassa (2008) en su teoría: “Los grupos de interés (stakeholders) de las empresas” a la cual hacemos referencia en la presente investigación. Donde el resultado del antecedente da a entender que la gerencia y sub gerencias de la empresa SILSA entienden la importancia de utilizar prácticas de responsabilidad social mediante acciones dirigidas al uso y manejo adecuado de los productos que ofrecen a sus clientes consumidores. Así mismo, los servicios, procesos, procedimientos y responsabilidades para lograr objetivos y políticas de calidad que están enmarcados sobre la base de gestión de ocho principios de gestión de calidad de la norma ISO 14001, refiriéndose a que comprenden la responsabilidad que debe tener la empresa con los grupos de interés (stakeholders). Tales resultados tienen semejanza a la teoría de Setó y Rabassa (2008) donde menciona que los stakeholders o grupos de interés son los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendiente al logro de los objetivos de la empresa. Así mismo Lozano (1999), citado por (Setó y Rabassa, 2008) agrega que además deben tenerse en cuenta los intereses, demandas y expectativas que entran en juego en cada caso en particular y el poder real que tiene cada uno en ese juego de relaciones.

Así mismo se puede hacer un contraste de ambos autores con los resultados obtenidos en la presente investigación en los ítems (20) (21) (22) (23) y (24) que corresponde a la Materia Fundamental de “Asuntos de Consumidores” las cuales se refiere a que la organización pretende una relación responsable con el consumidor y busca reducir y prevenir los impactos ambientales, haciendo uso de las prácticas justas de marketing, información objetiva y

prácticas justas, protección de la salud de los consumidores, servicio de atención al cliente, protección de la información de consumidores, acceso a servicios esenciales, educación y toma de conciencia. En efecto todos aquellos aspectos relacionados con los consumidores, medio ambiente sostenible y aspectos económicos de la empresa y el consumidor (Norma ISO 26000). En consiguiente según los resultados de las interrogantes mencionadas que corresponde a la materia de “Asunto de Consumidores”, los encuestados tienen una postura positiva en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L si brinda la información necesaria de sus productos y servicios al consumidor (usuario), por otra parte, se realiza la investigación necesaria sobre aspectos de Responsabilidad Social y se mantienen un contacto directo con los consumidores donde se les informa de manera transparente de qué manera está trabajando en este sentido la organización. Por lo tanto, se concluye que la empresa si realiza actividades socialmente responsables relacionadas con dicha materia, la cual por otro lado está relacionada la dimensión social y medio ambiental por los aspectos que involucra, tal como señala Cajiga (2013) a quien también hacemos referencia en la presente investigación.

También se encuentro relación entre el antecedente de Hernández y Manrique (2017) en su trabajo de investigación “la responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca” y la teoría de Machado y Col (2014), donde señala que la responsabilidad social tiene incidencia en el término de competitividad, ya que es muy utilizado en los medios empresariales y socioeconómicos en general, y la ventaja comparativa de una empresa sobre otra estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, de los que dispone dicha empresa. Pero sin embargo las empresas necesitan ir más allá de los recursos financieros sino también adoptar practicas socialmente responsables las cuales pueden incidir en la competitividad, imagen corporativa y rentabilidad, así como se menciona en la teoría.

Mientras que los resultados de Hernández y Manrique (2017) dicen que la responsabilidad social empresarial influye en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca en la región de Ica, respondiendo de manera positiva en que el estudio realizado determina que, si existe una relación directa entre sus variables de responsabilidad social empresarial y competitividad, obteniendo un resultado favorable en su estudio, dando a comprender los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial y cómo influye está en el éxito competitivo de la empresa. Así mismo podemos encontrar concordancia con los resultados de la presente investigación donde tiene como objetivo general “determinar la influencia de la responsabilidad social sobre sostenibilidad de la empresa Agua del Cumbe S.R.L”, donde según los resultados se llegó a la conclusión que la empresa planifica, organiza, desarrolla y ejecuta actividades para incrementan la responsabilidad social como estrategia fundamental de la organización, puesto que la gerencia y sus colaboradores comprenden que la responsabilidad social determina un papel importante para lograr la competitividad, puesto que está influye de manera positiva sobre el rumbo de la empresa y se considera como el camino para lograr la sostenibilidad de la empresa y al mismo tiempo la estabilidad laboral de sus trabajadores.

En otra idea se puede mencionar a Du Yiming (2017), a quien hacemos referencia como antecedente en la presente investigación, el cual en su trabajo de investigación titulado “La Responsabilidad Social Empresarial en la Gestión de las Empresas Mineras en el Perú”, donde nos dice que en lo concerniente a la gestión de las empresas mineras, se encuentra que la responsabilidad social empresarial se ha llevado a cabo como parte de la planificación que existe en estas organizaciones, destacando que en los presupuestos de estas empresas, viene considerándose a la RSE como prioritario, toda vez que sus actividades se desarrollan en entornos muy sensibles y que en cualquier momento pueden generarse conflictos sociales;

razón por la cual toman en cuenta las posibles implicancias que puedan generar algún conflicto social por problemas del agua, contaminación ambiental, infraestructura vial, entre otros. Los resultados mencionados anteriormente hace referencia a que las organizaciones deben contemplar los tres enfoques o dimensiones de la Responsabilidad Social como parte de su gestión, así como se menciona en la teoría de Cajiga (2013), donde nos dice que: La responsabilidad social empresarial como una nueva forma de hacer negocios y se puede analizar desde tres diferentes enfoques: económico, social y medio ambiental; que permiten contemplar tanto interna como externamente la organización y no bajo la postura, de solo contemplar sus beneficios económicos sino lograr una integración con el entorno social y medio ambiental, por lo que se vuelve un engranaje de las acciones y resultados de las tres dimensiones, como respuesta efectiva a las demandas del entorno. Al mismo tiempo se puede aprovechar lo mencionado para determinar uno de los objetivos de la presente investigación, el cual es “analizar cómo se caracterizan las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial”, donde podemos analizar y evidenciar en base a las teorías y resultados de otras investigaciones, que la responsabilidad social se caracteriza en tres diferentes enfoques o dimensiones, el enfoque social que involucra a las comunidades o grupos de personas involucradas en las actividades de las empresas, el enfoque ambiental que contempla aspectos ecológicos y finalmente el enfoque económico que relaciona a las empresas en programas de desarrollo para las comunidades involucradas.

Por lo tanto, la teoría dice que el reto de las organizaciones es adecuarse a un modelo de crecimiento sostenible en las tres dimensiones; económica, social y medioambiental. Así mismo, los resultados obtenidos en la presente investigación están enmarcados y tiene como base las 7 Materias Fundamentales de la Guía de Responsabilidad Social (ver tabla 5) consideradas relevantes para este estudio, las cuales corresponden a la Norma ISO 26000.

Por lo tanto, se puede relacionar los tres enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial con las 7 Materias Fundamentales según la ISO 26000.

Habiendo analizado teorías y estudios referentes a las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial se puede ver contrastes con lo que dice la teoría, estudios realizados, y los resultados obtenidos en la presente investigación, por lo que se consideraron los resultados de los ítems (6) (7) y (8) del cuestionario que corresponden a la Materia Fundamental de “Derechos Humanos”, los ítems (9) (10) (11) y (12) que corresponde a la Materia Fundamental de “Prácticas Laborales”, las cuales hemos considerado dentro de la dimensión social y económico por los contenidos y definiciones que enmarcan dentro de ella según la Guía de Responsabilidad Social - ISO 26000. Puesto que se refiere a todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo, trabajo y relaciones laborales, condiciones de trabajo y protección social, dialogo social, salud y seguridad ocupacional, desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo (Norma ISO 26000).

Según el análisis de los resultados obtenidos en las interrogantes mencionadas que corresponde a la materia de “Derechos Humanos”, los encuestados afirman estar de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa cuenta con políticas en relación con los derechos humanos y su aplicación dentro de la esta, del mismo modo consideran que dentro de la organización se revierten todas las acciones negativas en la organización, además que dentro de la organización existe equidad de género, así como respeto a la ley de los trabajadores y la protección de la privacidad de los mismos y de la misma forma se realizan actividades para el desarrollo de las buenas prácticas laborales. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades socialmente responsables relacionadas con la materia de Derechos Humanos, actividades que se relaciona con la dimensión social y económico.

De igual manera los resultados correspondientes a la materia de “Prácticas Laborales” las cuales hemos considerado dentro de la dimensión social y económico, los encuestados afirman estar de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa cuenta con equidad de género, donde se promueve la participación tanto de hombres y mujeres por igual dentro de la organización, dando la confianza de que todo trabajo sea desempeñado por mujeres y hombres reconocidos legalmente como empleados o reconocidos legalmente como trabajadores autónomos, además de respetar la ley en torno a sus empleados, proteger la privacidad e información y realizar actividades donde se incluye el desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades socialmente responsables relacionadas con la materia de Prácticas Laborales, la cual de igual manera están relacionadas con la dimensión social y económico, así mismo como hace referencia la teoría de Cajiga (2013).

Por otro lado, los resultados obtenidos en los ítems (13) (14) (15) y (16) del cuestionario que corresponden a la Materia Fundamental de “Medio Ambiente”, las cuales se refiere a aquellos aspectos donde la organización busca revertir y solucionar los impactos ambientales producto de sus operaciones, previniendo la contaminación, adaptación al cambio climático y protección del medio ambiente. En efecto todos aquellos aspectos relacionados con la protección del medio ambiente y protección de todas las personas, al mismo tiempo pretende lograr la sostenibilidad para la supervivencia y la prosperidad de los seres humanos, haciendo uso sostenible de los recursos (Norma ISO 26000). Por lo tanto, hemos considerado que dicha materia corresponde a la dimensión social y de medio ambiental.

En consiguiente según los resultados de las interrogantes mencionadas que corresponde a la materia de “Medio Ambiente”, los encuestados afirman estar de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L conoce los impactos ambientales y realiza las actividades correspondientes para prevenir afectaciones ambientales dentro de la misma, al igual que se informa de manera adecuada sobre las cantidades de material tóxico y se toman las decisiones pertinentes para solucionar los problemas que se presentan en relación con el medio ambiente. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades socialmente responsables relacionadas con la materia de Medio Ambiente, la cual de igual manera están relacionadas con la dimensión social y de medio ambiente, tal como señala Cajiga (2013).

Así también en los ítems (17) (18) y (19) que corresponde a la Materia Fundamental de “Prácticas Justas de Operación” las cuales se refiere a que la organización busca una conducta ética en sus colaboradores y en sus relaciones con otras organizaciones, promoviendo la participación política responsable, competencia justa, anti-corrupción, promover la responsabilidad social en la cadena de valor y respeto a los derechos de la propiedad. En efecto todos aquellos aspectos relacionados con la ética empresarial, la participación responsable de las personas tanto dentro como fuera de la organización (Norma ISO 26000). Por lo tanto, hemos considerado que dicha materia corresponde a la dimensión social.

En consiguiente según los resultados de las interrogantes mencionadas que corresponde a la materia de “Prácticas Justas de Operación”, los encuestados afirman estar de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L conoce los impactos ambientales y realiza las actividades correspondientes para prevenir afectaciones ambientales dentro de la

misma, al igual que se informa de manera adecuada sobre las cantidades de material tóxico y se toman las decisiones pertinentes para solucionar los problemas que se presentan en relación con el medio ambiente. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades socialmente responsables relacionadas con la materia de Medio Ambiente, la cual de igual manera está relacionadas con la dimensión social, tal como señala Cajiga (2013).

Finalmente, en los ítems (25) (26) (27) y (28) que corresponde a la Materia Fundamental de “Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad” las cuales se refiere a que la organización busca aumentar el bien público, ayudar a fortalecer la sociedad civil, lo que implica la participación activa de la comunidad, educación y cultura, creación de empleo y desarrollo de habilidades, desarrollo y acceso a la tecnología, generación de riqueza e ingresos, salud e inversión social. En efecto todos aquellos aspectos que involucra a los individuos que participan en torno a las actividades y operaciones de la organización (Norma ISO 26000). Por lo tanto, hemos considerado que dicha materia corresponde a la dimensión social y económica.

En consiguiente según los resultados de las interrogantes mencionadas que corresponde a la materia de “Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad”, los encuestados afirman estar de acuerdo y muy de acuerdo en que la empresa Agua del Cumbe S.R.L realiza actividades de cercanía con la comunidad, así como la participación en asociaciones locales donde se realizan actividades para fortalecer la Responsabilidad Social y participa en programas de desarrollo dentro de la comunidad. Por lo tanto, podemos afirmar que la empresa si realiza actividades socialmente responsables relacionadas con la materia de Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad, la cual de igual manera están

relacionadas con la dimensión social y económico, tal como señala el informe de la Comisión de Brundtland (1987), donde nos dice que el desarrollo sostenible es el proceso capaz de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras. Gracias a esta nueva forma de ver la realidad, el desarrollo económico y el uso racional de los recursos naturales, así como el respeto por el medio ambiente, se encuentran muy relacionados.

Habiendo analizado las tres dimensiones de la responsabilidad social y empresarial y haciendo contrastes dentro de las 7 Materias Fundamentales de la ISO 26000 se puede evidenciar que la Responsabilidad Social influye de manera positiva en todas las materias dentro de las organizaciones así mismo como hace referencia (Bajo, González y Fernández ,2013) donde menciona que, aunque el valor de la Responsabilidad Social por definición y por naturaleza se trata de un intangible, se puede sentir, se deja notar, tanto cuando abunda, tanto cuando brilla por su ausencia. Constituye un reto de innovación y una gran ocasión para configurar un proyecto organizativo sostenible, capaz de atraer y retener a los mejores, desde el respeto a la persona, la implicación en lo social y la búsqueda sostenible de la rentabilidad y el desarrollo económico, en aras del bien común.

El 52% de los encuestados afirma que la empresa “Agua del Cumbe S. R. L.” comparte información transparente con sus consumidores, lo que concuerda con proporcionar instrucciones claras para un uso seguro y la provisión de productos y servicios seguros; que no conlleven un riesgo inaceptable de daño cuando se usen o consuman sus productos. Mientras que, un 56% manifestó estar “muy de acuerdo” en que las empresas informan claramente a sus consumidores sus publicaciones, productos y precios.

Aspectos previstos en la protección de la salud y la seguridad de la relación empresa – consumidor de la Norma ISO 26000. En tanto que, al compartir información confiable con sus consumidores; a partir de las prácticas de responsabilidad social empresarial, despierta en ellos (los consumidores) la lealtad o fidelidad hacia la empresa. Adicionando un “valor agregado” a la imagen y producto de la empresa; convirtiéndose este; en un potencial diferenciador de la empresa en el mercado y su competencia.

Además, se obtuvo que el 60% de los encuestados respondieron estar de acuerdo en relación a que la empresa “Agua del Cumbe S.R.L.” realiza contratos beneficiosos con sus consumidores y por ende con la misma empresa. Aspecto también previsto dentro de los “beneficios” que reportan las prácticas empresariales socialmente responsables, en los que se especifica que las personas admiran a las empresas que valoran a sus empleados, porque les proveen de soporte y ayuda continua, aun en momentos difíciles. Además de que los empleados se sienten motivados y a gusto con el comportamiento de dicha empresa como tal, lo que estimula a que los empleados a permanecer en la empresa y valoren su empleo.

De igual forma, al comunicarse con los consumidores; las empresas deben identificar claramente su publicidad y actividades de marketing, dando a conocer abiertamente sus precios, términos y condiciones de cada producto o servicio que prestan. (Norma ISO 26000).

Igualmente, se tiene que entre los beneficios que se pueden obtener en una empresa a partir de una práctica responsable socialmente están especificados; entre otros: A.) Mejor capacidad de contratación y permanencia de los empleados. B.) La lealtad del consumidor. C.) La valoración de la imagen y la marca. Y finalmente, D.) Sostenibilidad del negocio a largo plazo. “Los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de las empresas”

Es importante acotar que, los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta en los ítems 20, 21, 22, 23 y 24, que corresponde a una de las materias fundamentales de la norma ISO 26000 de “Asunto de Consumidores” se encuentra enmarcado dentro del contexto que define el objetivo 3 del tema objeto de estudio, el cual busca “determinar los beneficios de la responsabilidad social empresarial presentes en la empresa Agua del Cumbe S.R.L.”

En otro orden de idea, se entiende a la sostenibilidad empresarial o de un negocio en particular como la capacidad de realizar las actividades durante un tiempo prolongado, teniendo en cuenta criterios sociales, económicos y ambientales que aseguren la continuidad del negocio. (Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo).

Así mismo podemos contrastar los resultados obtenidos en la presente investigación con las teorías estudiadas, por lo cual para ello (Machado y Col, 2014) hacen referencia y señalan que los beneficios que brinda la Responsabilidad Social puede resumirse de la siguiente manera: competitividad, imagen corporativa y rentabilidad. Donde la teoría dice que la Responsabilidad Social Empresarial es hoy un factor de competitividad, si las empresas practican la responsabilidad social por razones estrictamente de competitividad, como herramienta puede ayudarlos a ser más percibidos y, por tanto, mejorar su imagen y aumentar su participación de mercado. Entonces si las empresas buscan una competitividad duradera con la visión de un escenario futuro, basándose en el hecho de que si la empresa quiere ser competitiva tiene que ir necesariamente a la vanguardia en todos los sentidos, y al decir en todos los sentidos también incluye el plano ético y la responsabilidad social. (Pelekais y Aguirre p. 26).

Haciendo referencia de la teoría mencionada también podemos encontrar semejanza con la investigación realizada por (Aguilera y Puerto, 2012) en su artículo “Crecimiento

empresarial basado en la Responsabilidad Social, en el cual pretende desarrollar aspectos que permitan ubicar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)” como un factor clave para impulsar el crecimiento de las organizaciones. Donde plantea como objetivo identificar y establecer en qué medida la Responsabilidad Social, asumida de manera positiva por las organizaciones, contribuye al crecimiento empresarial.

Donde obtuvo como resultados que la Responsabilidad Social Empresarial actúa como un agente clave que impulsa el crecimiento de la empresa, el cual depende de numerosos factores, la responsabilidad social empresarial es uno de ellos, ya que favorece toda iniciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento de su marca, renovando la imagen corporativa, capturando la preferencia y la lealtad de los clientes lo que refiere incrementar la rentabilidad. En este contexto, la responsabilidad social empresarial activa el crecimiento de la empresa, por lo cual podemos contrastar los resultados de la investigación a la que hacemos referencia con lo que dice la teoría de (Machado y Col, 2014).

Como tercer objetivo se define “determinar la sostenibilidad en sus tres enfoques, ambiental, económica y social” por lo cual habiendo analizado las dimensiones de la responsabilidad social se puede encontrar relación entre la variable de Responsabilidad Social y Sostenibilidad, donde según las investigaciones referentes a ambas variables se puede evidenciar que los resultados de adoptar practicas socialmente responsables recae en las tres dimensiones de la responsabilidad social y que al mismo tiempo son parte de los enfoques o dimensiones de la sostenibilidad, así como hace referencia el Consejo Europeo de Gotemburgo de (2001) donde nos dice que "la voluntad de la Unión Europea es a favor de un desarrollo sostenible, donde sus tres dimensiones, la económica, la social y la medioambiental, son indisociables".

Al mismo tiempo la Responsabilidad Social busca un equilibrio entre las tres dimensiones, por lo tanto, se puede contrastar que el implementar la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas repercute de manera positiva en el desarrollo sostenible de la misma, tanto de manera interna en la organización y también de manera externa involucrando aquellos factores que son parte del círculo social, económico y ecológico en la cual se desarrolla la organización, así como hace referencia en las teorías estudiadas Chavarría, Sepúlveda y Rojas (2002).

Dentro del contexto del cuarto objetivo planteado en esta investigación desarrollada en la empresa “Agua del Cumbe S.R.L.” se establece el “determinar los factores de sostenibilidad en los negocios.” Para su concreción, se consideraron los ítems 25, 26, 27 y 28 dentro del instrumento utilizado en la recopilación de la información y aplicado a la muestra representativa.

En tal sentido se obtuvo, el 76% del encuestado manifestó estar “muy de acuerdo” en que la empresa “Agua del Cumbe S.R.L.” realiza actividades que permitan un acercamiento con la comunidad de su entorno. Aspecto considerado en la Norma ISO 26000, en el que refiere que hoy día está ampliamente aceptado que las organizaciones mantengan una relación directa con las comunidades con base en una “participación activa” que contribuya con su desarrollo. Reflejando con ello valores cívicos y democráticos que les fortalecen. Además de esto, un 52% de los encuestados manifestó que la organización participa abiertamente en asociaciones locales con el fin de diseñar e implementar proyectos que sobrevivan y permanezcan en el tiempo, es decir “proyectos sostenibles a largo plazo”.

En este mismo orden de ideas, se obtuvo que el 68% de los encuestados confirmó que la empresa “Agua del Cumbe S.R.L.” alerta y protege a los ciudadanos a partir de la implementación de mecanismos que permitan “la eliminación de los impactos negativos”

que pudieren repercutir en la buena salud de sus consumidores; producto de su proceso de producción. (NORMA ISO 26000).

Finalmente, un 80% de los encuestados afirma que la empresa diseña y participa en programas de desarrollo comunal; involucrándose responsablemente con actividades que promocionan programas y alianzas que apoyen a los miembros de la comunidad, especialmente a aquellos más vulnerables o desfavorecidos.

El objetivo general de la presente investigación es “determinar la influencia de la Responsabilidad Social sobre la Sostenibilidad de la empresa Agua del Cumbe S.R.L en Cajamarca 2020” por lo que los estudios referentes evidencian que la RSE es comprendida de forma distinta en diferentes culturas y países debido a las heterogéneas coyunturas, marcos normativos o creencias éticas. Incluso en un mismo país las empresas abordan en su gestión de responsabilidad social materias diferentes pues los impactos sociales, ambientales, económicos y éticos con los que cada empresa se siente comprometida son distintos. En cambio, la definición de desarrollo sostenible está más relacionada con todas las teorías y coyunturas, así mismo según (World commission on environment and development, 1987) señala al desarrollo sostenible como aquel que “satisface las necesidades presentes sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”.

Los resultados de esta investigación evidencian que algunas de las prácticas de Responsabilidad Social que pone en práctica la empresa Agua del Cumbe S.R.L aborda las dimensiones de la Responsabilidad Social, aunque no todas las dimensiones son abordadas siempre la influencia de la responsabilidad social se dejan notar y no pierde el objetivo de buscar la sostenibilidad como un escenario futuro para la empresa, ya que la adopción de

prácticas socialmente responsable no es solo beneficiosa para los trabajadores y las organizaciones sino también y de forma importante, para la sociedad en su conjunto.

Limitaciones

Durante la realización de nuestra investigación nos hemos encontrado con una serie de dificultades o limitantes, la cual se detalla a continuación:

- Actualmente la crisis sanitaria viene siendo un factor de alto riesgo a la salud de las personas, por lo que ha sido un limitante ya que no se puede acceder a más información que sería de gran ayuda para la realización de nuestra investigación, entre ellos está el acceso de manera física a bibliotecas y centros de información.
- Otra dificultad ha sido el acceso a empresas para solicitar autorización y conformidades para poder recopilar y levantar la información que necesitamos para nuestra investigación ya que siendo tiempos de pandemia hay dificultades para encontrar empresas que se encuentren operando con todo su personal.
- Así mismo otro limitante ha sido el ingreso de manera física a instalaciones de la empresa dada la situación actual ya que se tuvo que minimizar el riesgo de contagio por Covid-19, en efecto se tuvo que respetar los protocolos de salud e ingreso innecesario a las instalaciones y ver otra manera de obtener la información y no hacer tan frecuente nuestra visita a las instalaciones de la empresa.
- Por otro lado, ha sido difícil acceder a información de carácter reservado como son certificaciones y proyectos sociales que realiza la empresa Agua del Cumbe S.R.L,

lo cual la empresa considera de estricta confidencialidad ya que dicha información no puede ser expuesta para la presente investigación.

- También otra dificultad ha sido la disponibilidad por parte del gerente de la empresa, el efecto por motivos de trabajo no podía atendernos a tiempo, teniendo que retrasar algunas actividades programadas para nuestra investigación.

Pese a la situación de hoy en día pudimos superar las mencionadas limitantes, tuvimos que adecuarnos y adaptarnos a nuevos métodos para recopilar datos e hicimos uso de la tecnología para facilitar la buena comunicación; por lo que se utilizó medios digitales como correos electrónicos, entrevistas virtuales y teléfono móvil para poder obtener la información necesaria para nuestra investigación.

Implicancias

a) Implicancia teórica

La presente investigación es un aporte al conocimiento científico, las teorías estudiadas en cuanto a las variables en estudio y los resultados obtenidos en la presente investigación tienen un valor académico para futuros investigadores que pretendan hacer estudios referentes al tema. Además, la presente investigación da a conocer el comportamiento de las variables y su relación entre ellas, según las teorías y los resultados obtenidos.

b) Implicancia práctica

La presente investigación realizada y que toma como objeto de estudio a la empresa Agua del Cumbe S.R.L es una investigación basada en la situación actual de la

empresa y su realidad en cuanto a la Gestión de Responsabilidad Social que viene haciendo en el proceso del desarrollo de la empresa, por lo cual los resultados obtenidos serán de vital importancia, de tal manera que los resultados pueden ser una guía para evaluar en que parte de la organización hay asuntos que deben ser atendidos y reforzados.

4.2. Conclusiones

La empresa Agua Del Cumbe S.R.L., planifica, organiza, desarrolla y ejecuta actividades que incrementan la responsabilidad social como estrategia fundamental de la organización. Haciendo uso pertinente del recurso; bien sean financieros, naturales o de potencial humano en la toma de decisiones. Generando conexiones asertivas de comunicación acordes con la cultura y valores institucionales. Promocionando con total transparencia sobre el rol y la función que ejerce como organización. Así como de las políticas lo que le ha permitido obtener aceptación positiva dentro de su público consumidor y alcanzar un impacto eficiente en su integración social y ambiental con su entorno.

La empresa Agua Del Cumbe S.R.L., está comprometida a respetar y proteger sin afectar directa o indirectamente los principios relacionado con las “políticas de derechos humanos”; tanto de sus trabajadores; como de las personas de su localidad o entorno, previendo así su vulneración. Contando con estructuras de gobernanza claras, transparentes y suficientemente independientes como para garantizar que ninguna de las partes involucradas en su proceso pueda interferir con su justa gestión. Con base en el diálogo y la mediación a fin de buscar soluciones de mutuo acuerdo entre partes. Respetando la igualdad de género. Cumpliendo así con la dimensión de sostenibilidad empresarial y sus tres enfoques, ambiental, económica y social.

La empresa Agua Del Cumbe S. R. L., promociona también, políticas de beneficios laborales empresariales. Previendo condiciones de trabajo decentes en relación a salarios, horas de trabajo, descanso semanal, vacaciones, salud y seguridad, protección de la maternidad y conciliación de la vida familiar y laboral de sus empleados, así como de respeto y protección de la individualidad de cada uno; y la inclusión de actividades que permitan la formación y desarrollo del potencial humano y creativo, considerando la experiencia, competencia y calificaciones que pudieren incrementar la capacidad del individuo de asegurar y mantener un empleo decente. Todo ello, de acuerdo con lo establecido en las leyes y regulaciones nacionales y que son aplicables o están enmarcadas en la normativa laboral internacional.

La empresa Agua Del Cumbe S. R. L., asume responsabilidades con la gestión de riesgos ambientales al implementar programas desde una perspectiva de sostenibilidad con base en el riesgo, para evaluar, evitar, reducir y mitigar los riesgos e impactos ambientales de sus actividades, de identificación de las fuentes de contaminación y residuos relacionadas con sus actividades, de reducir la contaminación, el consumo de agua, la generación de residuos y el consumo de energía. Implementando y desarrollando medidas orientadas a la prevención de la contaminación y desarrollando e implementando actividades de toma de conciencia y procedimientos de respuesta ante emergencias para reducir y mitigar dichos impactos en el medio ambiente, en la salud y la seguridad de las comunidades locales y autoridades competentes de su entorno.

Así mismo, se tiene que la empresa Agua Del Cumbe S. R. L., promueve la competencia justa y abierta dentro de su mercado laboral, ya que estimula la innovación y la eficiencia, la reducción de los costos de su producto y servicio, anima a su desarrollo o a su proceso de

mejora como parte del crecimiento económico y de vida de la calidad de vida; de manera coherente con las leyes y regulaciones en materia de competencia. De igual forma, la empresa se preocupa por saber cuál es la opinión y valoración de sus consumidores respecto a la satisfacción de sus necesidades con el fin de proteger la salud y la seguridad de los consumidores; y en tal sentido una organización emprender acciones y prestar especial atención a los grupos vulnerables como una forma de adoptar prácticas de sostenibilidad empresarial a corto, mediano y largo plazo.

Recomendaciones:

Una organización deberá revelar de forma clara, precisa y completa y en un grado razonable y suficiente la información sobre las políticas, decisiones y actividades de las que es responsable, incluyendo sus impactos conocidos y probables sobre la sociedad y el medio ambiente. (Norma ISO 26000), en tal sentido se recomienda a la empresa Agua Del Cumbe S.R.L. intensificar y actualizar los “mecanismos de promoción” sobre el propósito, naturaleza y localización de las actividades que impactan de manera responsable a su entorno social y ambiental.

Así mismo, se sugiere la previsión, planificación y ejecución de actividades que puedan revertir posibles impactos negativos y de decisiones poco asertivas dentro de la organización. Ejerciendo la debida diligencia con el fin de identificar, prevenir y abordar los impactos reales o potenciales sobre los derechos humanos, resultantes de sus actividades o de actividades de aquellos con los que tienen relación.

Según las Normas ISO 26000, una empresa deberá promover la adopción e implementación de prácticas socialmente responsables para alcanzar objetivos socialmente responsables. En

tal sentido, se recomienda que la empresa Agua Del Cumbe S. R. L., continúe planificando, organizando, desarrollando y ejecutando “programas de capacitación laboral” que promuevan la participación activa sobre asuntos de responsabilidad social, a través de charlas, conferencias, talleres, foros, entre otros. Con el fin de alentar a sus empleados, socios, representantes y proveedores a que informen sobre posibles violaciones de las políticas de la organización y tratamientos inmorales e injustos. Dando cumplimiento así con la concreción del logro de sostenibilidad empresarial.

REFERENCIAS

Aguilera Castro Adriana y Puerto Becerra Doria Patricia (2012). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. Universidad del Valle – Colombia. [Documento en línea] Disponible en: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3977/2823>.

Alvarado Herrera Alejandro y Schlesinger Walesska (2008). *dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial Percibida y sus Efectos sobre la imagen y la reputación: Una Aproximación desde el modelo de Carroll*. Revista Electrónica ResearchGate. July 2008 Estudios Gerenciales 90(108). [Documento en Línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/40507721_Dimensionalidad_De_La_Responsabilidad_Social_Empresarial_Percibida_Y_Sus_Efectos_Sobre_La_Imagen_Y_La_Reputacion_Una_Aproximacion_Desde_El_Modelo_De_Carroll

Álvarez Lluen Jorge Orlando, Salazar Atalaya José Gilberto, Salazar Atalaya María y Salazar Medina Lucila María (2015). *Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque en Responsabilidad Social Empresarial en Empresas del Sector Construcción en el Distrito de Cajamarca*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Escuela de Posgrado. Cajamarca – Perú. [Documento en línea] Disponible en: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/11848/ALVAREZ_SALAZAR_DIAGNOSTICO_CAJAMARCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Álvarez, Salazar y otros (2018). En su investigación titulada “*Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque en Responsabilidad Social Empresarial en Empresas del Sector Construcción en el Distrito de Cajamarca*”. Perú – Cajamarca. 2018. [Documento en Línea]:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/11848/ALVAREZ_SALAZAR_DIAGNOSTICO_CAJAMARCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arenas Pérez, Luz Stella (2015). *Una ruta sostenible para la responsabilidad social*. International Journal of Good Conscience. México. [Documento en Línea] disponible en: [http://www.spentamexico.org/v10-n2/A6.10\(2\)82-93.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n2/A6.10(2)82-93.pdf).

Bajo San Juan Anna, González Álvarez Marta y Fernández Fernández José Luís (2013). *La responsabilidad social y empresa sostenible*. (2013). Universidad Pontificia de Comillas. [Documento en Línea] disponible en: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/301698-Texto%20del%20art%C3%ADculo-423198-1-10-20151203.pdf>.

Cajiga Calderón Juan Felipe (s/f). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Centro de Mexicano para la Filantropía CEMEFI. [Documento en Línea] Disponible en: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Chacón Javier y Rugel Susana (2018). *Responsabilidad social corporativa y su impacto positivo en la empresa y la sociedad*. Revista Espacios. Vol. 39 (Nº 41) Año 2018 • Pág. 20. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p20.pdf>.

Capriotti Paúl (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Edita: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. Málaga- España. 4ta. Edición. Documento en Línea] Disponible en: http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf

Carreras, E., Alloza, Á. & Carreras, A. (2013). *Reputación Corporativa*. Madrid: LID Editorial Empresarial. EAN-ISBN13:9788483567227.

Cater John y Schwab Andreas (2008). Estrategias de recuperación en empresas familiares pequeñas establecidas. *Revisión de la empresa familiar* 21 (1): 31 – 50. [Documento en Línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/227516923_Turnaround_Strategies_in_Established_Small_Family_Firms

Comisión Europea (2011). *Comunicación De La Comisión Al Parlamento Europeo, Al Consejo, Al Comité Económico Y Social Europeo Y Al Comité De Las Regiones Estrategia Renovada de la UE Para 2011-2014 Sobre La Responsabilidad Social De Las Empresas*. Bruselas – Bélgica. [Documento en Línea] Disponible en: [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681/com_com\(2011\)0681_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681/com_com(2011)0681_es.pdf).

La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente. Brundtland (1987). *Desarrollo sostenible*. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>.

CREADES.Org. (2010). *Cuando la solidaridad pasa a ser negocio*. Diagonalperiodico.net. [Documento en Línea] Disponible en: <https://es.scribd.com/document/238797056/Cuando-La-Solidaridad-Pasa-a-Ser-Negocio-Creadess>.

Cumbre del clima en París COP21 (20 15). Periódico Digital El País. [Documento en Línea] Disponible en: https://elpais.com/internacional/2015/12/12/actualidad/1449910910_209267.html

De Pelekais, Aguirre René y Paz Annherys (2011). *Responsabilidad social: compromiso u obligación universitaria. Social Responsibility: A University Commitment or Obligation.*

[Documento en Línea] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/993/99322258002.pdf>

Du Yiming (2017). “*La Responsabilidad Social Empresarial en la Gestión de las Empresas Mineras en el Perú*”. Lima – Perú. (2017). Documento en Línea]:

[http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1627/MAESTR%C3%8DA_
DU%20YIMING.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1627/MAESTR%C3%8DA_DU%20YIMING.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Escobedo y Quiroz (2017), “*Relación del nivel de responsabilidad social empresarial con el nivel de posicionamiento de marca de una empresa Heladera de la ciudad de Cajamarca, 2017*”

[Documento en Línea]:

[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12668/Escobedo%20Villacorta,%20
Angela%20Leonela;%20Quiroz%20S%C3%A1nchez,%20Jessica%20Jackeline.pdf?seque
nce=1](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12668/Escobedo%20Villacorta,%20Angela%20Leonela;%20Quiroz%20S%C3%A1nchez,%20Jessica%20Jackeline.pdf?sequence=1)

Escobedo Villacorta, Angela Leonela, Quiroz Sánchez, Jessica Jackeline (2017). *Relación del nivel de responsabilidad social empresarial con el nivel de posicionamiento de marca de una empresa heladera de la ciudad de Cajamarca.* Universidad Privada del Norte. Cajamarca –

Perú. [Documento en Línea] Disponible en:

[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12668/Escobedo%20Villacorta%2c
%20Angela%20Leonela%3b%20Quiroz%20S%3a1nchez%2c%20Jessica%20Jackeline
.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12668/Escobedo%20Villacorta%2c%20Angela%20Leonela%3b%20Quiroz%20S%3a1nchez%2c%20Jessica%20Jackeline.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Flores y Vera (2018) “*Gestión de la Responsabilidad Social y el Desarrollo Empresarial en la Empresa SILSA – sector limpieza, Lima Perú 2018*” Lima – Perú. (2018). [Documento en

Línea]:

http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/1843/3/Johan%20Flores_Yufre%20Vera_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2018.pdf

Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo EUROFOUND (2015).

Sexta encuesta europea sobre las condiciones de trabajo. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.eurofound.europa.eu/es/surveys/european-working-conditions-surveys/sixth-european-working-conditions-survey-2015>

Galarza, Elsa, Rosario Gómez y Luis Ángel Gonzales (2002). Ruta hacia el desarrollo sostenible del Perú. Documento de Trabajo 47. Lima, CIUP. [Documento en Línea] Disponible en: <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1583>

Galarza, Elsa y Rosario Gómez (2003) Geo Andino 2003: perspectivas del medio ambiente. Lima. Comunidad Andina. [Documento en Línea] Disponible en: http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/OtrosTemas/MedioAmbiente/libro_GEO_Andino1.pdf

Gallie Duncan (2007). *European Sociological Review*. Academic.oup.com. [Documento en Línea] Disponible en: [https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Duncan+GALLiE+\(Ed.\)+Oxford+University+Press,+Oxford+\(2007\)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Duncan+GALLiE+(Ed.)+Oxford+University+Press,+Oxford+(2007)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar).

Gálvez (2015) en su trabajo objeto de estudio titulado “*Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para Integrar Laboralmente a Personas con Discapacidad Auditiva en la Empresa Heladería Holanda, Cajamarca 2015*”. *Cajamarca – Perú.* (2015). [Documento en Línea]: <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/1238/AN%C3%81LISIS%20DE%20L>

A%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20DE%20LA%20EMPRESA%20MINERA%
20ANGLO%20AMERICAN%20MICHQUILLA Y%20S.A.%20Y%20LA%20.pdf?seque
nce=1&isAllowed=y

García de los Salmones Sánchez María del Mar e Rodríguez del Bosque Rodríguez Ignacio (2005).

Estudio de los determinantes de la imagen corporativa: una aplicación empírica en el mercado de la telefonía móvil. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/28185728> Estudio de los determinantes de la imagen corporativa una aplicacion empirica en el mercado de la telefonia movil.

García del Junco Juan, Casanueva Rocha Cristóbal, Ganaza Vargas Juan Domingo y Alonso Rodríguez Miguel Ángel (2000). *Prácticas de la gestión empresarial*. McGraw-Hill Interamericana de España. España.

García Ferrando M. La encuesta. En: Garcia M, Ibáñez J, Alvira F. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación*. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1993; p. 141-70

GEO - 4 (2007). *Perspectivas del Medio Ambiente Mundial* PNUMA. *Medio ambiente para el desarrollo: Resumen para los tomadores de decisiones*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. [Documento en Línea] Disponible en: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7728/GEO4_Summary_Spanish.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Gisbert, Ana y Lunardi, Vitória (2012). *La Evolución de la RSC en Brasil entre las empresas cotizadas en Bovespa*. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, vol. 6, núm. 1, enero-marzo, 2012, pp. 91-112 Academia Brasileira de Ciências Contábeis. Brasília – Brasil. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4416/441642775007.pdf>

Giuliana Canessa Illich y García Vegael Emilio (2005). *ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Primera Edición. [Documento en Línea] Disponible en:

<https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/abc%20de%20la%20re%20en%20el%20peru%20y%20el%20mundo.pdf>

Gray Edmund R. y Balmer John MT (1998). *Planificación a largo plazo*. Revista *ELSEVIER*. Volumen 31, Número 5 , 12 de octubre de 1998, páginas 695-702. [Documento en Línea] Disponible en:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0024630198000740?via%3Dihub>

Gutowski Jr. William, Willis Stephanie, Patton Jason, Schwedler Benjamin y Arritt Raymond (2008). *Cambios en los eventos extremos de precipitación sinóptica de la estación fría bajo el calentamiento global*. [Documento en Línea] Disponible en: <https://doi.org/10.1029/2008GL035516>

Hernández y Manrique (2017). “*la responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca*”. Lima - Perú. (2017) [Documento en Línea]: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2676/1/2017_Hernandez_La_responsabilidad_social_empresarial.pdf

Hernández R., Fernández C. y Bastidas M. (2006). *Metodología de la investigación*. Editorial McGraw Hill. Cuarta Edición. México. [Documento en Línea] Disponible en: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Hockerts Kai y Moir Lance (2004) *Comunicar la responsabilidad corporativa a los inversores: el papel cambiante de la función de relaciones con los inversores*. Revista de ética empresarial Junio 52 (1): 85-98. [Documento en Línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/227146339_Communicating_Corporate_Responsibility_to_Investors_The_Changing_Role_of_The_Investor_Relations_Function

Howitt Richard, informe (2013). *Comisión de Empleo y Asuntos Sociales sobre la responsabilidad social de las empresas: promover los intereses de la sociedad y un camino hacia la recuperación sostenible e integradora*. Parlamento Europeo. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2013-0023+0+DOC+PDF+V0//ES>.

Ibarra Morales Luis, Casas Medina Enma y Olivas Valdez Erika (2012) *La responsabilidad social empresarial. Una estrategia enfocada al desarrollo sustentable. Caso: Las ESR de Hermosillo, Sonora*. Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA. Vol. 1, N° 1, Ejemplar Enero – Junio. [Documento en línea] Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5063715>.

Inglada Galiana, Elena; Sastre Centeno, José Manuel (2016). *Reflexiones sobre responsabilidad social empresarial, responsabilidad pública y la sostenibilidad medioambiental*. Revista Galega de Economía, vol. 25, núm. 3. Universidad de Santiago de Compostela. España.

Jimenez Devoz, M., Toro Urango, L., & Herrera García, K. (2016). *La responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva*. *Brújula Digital*, 1(1), 1-14. Recuperado a partir de <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/brujula/article/view/913>

Jong chul Park, (2014) *Responsabilidades sociales corporativas, confianza del consumidor y reputación corporativa: perspectivas de los consumidores surcoreanos*. Revista de investigación empresarial. Volumen 67, número 3. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296313002051>

King, AA y Lenox, MJ (2001) *Lean and Green? Un examen empírico de la relación entre la producción ajustada y el desempeño ambiental*. Dirección de producción y operaciones, 10, 244-256. [Documento en Línea] Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1937-5956.2001.tb00373.x>

Ladislao Espinoza Guadalupe (2015) *La gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el desarrollo sostenible de las comunidades de su entorno - período 2004 – 2014*. Facultad De Ciencias Contables, Económicas Y Financieras. Lima – Perú. [Documento en línea] Disponible en: http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1857/espinoza_gl.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

López Pardo Iván (2015). *Sobre el desarrollo sostenible y la sostenibilidad: Conceptualización y crítica*. [Documento en Línea] Disponible en: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-SobreElDesarrolloSostenibleYLaSostenibilidad-5296648.pdf>

Martínez Mónica y Soza Carlos (2011). *La responsabilidad social de las empresas: orígenes, aproximaciones conceptuales y estrategias*. [Documento en Línea] Disponible en: https://fhu.unse.edu.ar/carreras/rcifra/martinez_soza.pdf

Martínez, Mejías y Tantalean (2017). *“Análisis del Grado De Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa de Gas Natural. Perú – Lima. (2017). [Documento en Línea]:*

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621516/Tema%2049%20->

[Martinez-Mej%C3%ADa-Tantalean.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621516/Tema%2049%20-Martinez-Mej%C3%ADa-Tantalean.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

Martínez-Ferrero Jennifer (2014). *Consecuencias de la calidad de la información financiera sobre el desempeño corporativo: evidencia a nivel internacional*. Revista Electrónica ResearchGate. Junio - Estudios de Economía 41 (1): 49-88. [Documento en Línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/263473704_Consequences_of_financial_reporting_quality_and_corporate_performance_evidence_at_the_international_level

Maussa Pérez, Fausto O. (2010). Modelo alternativo para la sostenibilidad empresarial. Cuadernos de Administración, núm. 44, julio-diciembre, 2010, pp. 41-56. Universidad del Valle. Cali – Colombia. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225017586003.pdf>

Mazzotti Pabello Giovanna Maddalena, Aguilar Pizarro Víctor y Vargas Héctor Rubín Julián (2016). *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México: la influencia de los valores culturales, el liderazgo, el contexto institucional y el “estilo” nacional en la normatividad y en su implementación*. Corporate Social Responsibility (CSR) in Mexico: the influence of cultural values, leadership, institutional context and national "style" in normalization and implementation. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/13CA201602.pdf>

Medina Giacomozzia Alex, Constanzo Hidalgo Alexis, Sandoval Soto Rodrigo (2012). *Estrategias de diversificación y concentración empleadas por las sociedades anónimas en Chile*. Scielo Revista en Línea. [Documento en Línea] Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000400004

Mínguez Norberto (2000). *Un marco conceptual para la comunicación corporativa*. [Documento en
Línea] Disponible en:

<https://www.researchgate.net/publication/28068428> Un marco conceptual para la comunicación corporativa.

Mc Guire Jean B, Sundgren Alison y Schneeweis Thomas (1988). *Responsabilidad social corporativa y desempeño financiero de la empresa*. . [Documento en Línea] Disponible en:
<https://www.jstor.org/stable/256342>

Moneva Abadía José Marian y Lizcano Álvarez José Luis (2004). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, ISSN 1577-2403, N° 68, 2004 (Ejemplar dedicado a: XI Encuentro AECA: Normas Internacionales de Información Financiera y otros retos de la gestión empresarial), págs. 31-36. [Documento en Línea] Disponible en:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1048659>

Montiel Ivun (2008). Responsabilidad social corporativa y sostenibilidad corporativa: pasos separados; futuros comunes. [Documento en línea] Disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/228128272_Corporate_Social_Responsibility_and_Corporate_Sustainability_Separate_Pasts_Common_Futures

Morán Seminario Héctor (s/f). *Presupuestos filosóficos del desarrollo sustentable*. Revista de la facultad de ciencias económicas, año v, N° 17 [Documento en Línea] Disponible en:
<https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/economia/17/a12.pdf>

Moreno Ana, Uriarte Luis Miguel y Topa Gabriela (2010). *La responsabilidad social empresarial: Oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos*. Ediciones

Pirámide, 30 marzo. 2010 - 304 páginas. [Documento en Línea] Disponible en:
https://www.academia.edu/15457897/Cap%C3%ADtulo_1_Responsabilidad_Social_Corporativa_Lecci%C3%B3n_1_Desarrollo_Sostenible_y_sociedad_en_red

Norma SA8000 Social Accountability (1097). ANV – GL. [Documento en Línea] Disponible en:
<https://www.dnvgl.es/services/sa8000-social-accountability-4363>

Norma Técnica Peruana ISO 2600 (2010). *Guía de Responsabilidad Social*. [Documento en línea]
Disponible en: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>.

Núñez Gregoria (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*.
Publicación de las Naciones Unidas. División de Desarrollo Sostenible y asentamientos
humanos. CEPAL. Santiago de Chile – Chile. [Documento en línea] Disponible en:
<https://es.scribd.com/document/353079764/Nunez-G-2003-La-responsabilidad-social-corporativa-en-un-marco-de-desarrollo-sostenible-Publicacion-de-las-Naciones-Unidas-Santiago-de-Chile-pdf>

Organización de Estados Unidos Iberoamericanos OIE (2006). [Documento en Línea] Disponible
en: <https://www.oei.es/historico/estatutos.htm>.

Pachón Reina Javier Arturo (2015). *Minería Responsable y Sostenible; conflicto ético o verdadero
modelo de responsabilidad social empresarial. Caso Cajamarca*. [Documento en Línea]
disponible en: <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/13865>.

Pacto Internacional por los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1976). [Documento en
Línea] Disponible en: <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/cescr.aspx>.

Parastoo Saeidi Sayedee (2015) *¿Cómo contribuye la responsabilidad social empresarial al desempeño financiero de la empresa? El papel mediador de la ventaja competitiva, la reputación y la satisfacción del cliente.* Revista de investigación empresarial. [Documento en Línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/273588405_How_does_corporate_social_responsibility_contribute_to_firm_financial_performance_The_mediating_role_of_competitive_advantage_reputation_and_customer_satisfaction.

Pérez Espinoza María José, Espinoza Carrión Cacibel y Peralta Mocha Beatriz (2016) *La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: Una visión sostenible a futuro.* Scielo Revista Universidad y Sociedad. vol.8, n.3, pp.169-178. ISSN 2218-3620. [Documento en Línea]. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&nrm=iso.

Perrini Francesco, Castaldo Sandro, Misani Nicola y Tencati Antonio (2009). *El impacto de las asociaciones de responsabilidad social corporativa en la confianza en los productos orgánicos comercializados por los principales minoristas: un estudio de los consumidores italianos.* Responsabilidad social corporativa y confianza. Estrategia empresarial y medio ambiente. Revista Electrónica ResearchGate. 19 (8): 512 – 526. [Documento en Línea] Disponible en: [29919596_The_Impact_of_Corporate_Social_Responsibility_Associations_on_Trust_in_Organic_Products_Marketed_by_Mainstream_Retailers_A_Study_of_Italian_Consumers](https://www.researchgate.net/publication/29919596_The_Impact_of_Corporate_Social_Responsibility_Associations_on_Trust_in_Organic_Products_Marketed_by_Mainstream_Retailers_A_Study_of_Italian_Consumers)

Pintado Blanco Teresa y Sánchez Herrera Joaquín (2009). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial.* Libros profesionales de empresas. Esic Editorial. Primera Edición. Madrid –

España. [Documento en Línea] Disponible en:

http://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524422844_1_.pdf

Porter Michael E. y Kramer Mark R. (2006), *Estrategia y Sociedad*. [Documento en Línea]

Disponible en:

http://www.iarse.org/uploads/Porter_y_Kramer_Estrategia_y_Sociedad_HBR_dic_2006.pdf

Programa Estadístico SPSS. Versión 25. [Documento en Línea] Disponible en:

<https://spss.softonic.com/>

Ramírez Campos Álvaro Fabricio y Domínguez Aguirre, Luis Roberto (2013). El clima organizacional y el compromiso institucional en las IES de Puerto Vallarta. *Revista de Investigación Administrativa*, Núm. 109, Enero - Junio, 2013. Santo Tomás - Distrito Federal – México.

[Documento en Línea] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4560/456045214002.pdf>

Ramos Cuevas Alba (2017). *Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial en las empresas de turismo activo en la ciudad de Gijón*. Universidad de Oviedo. Asturias – España.

[Documento en línea] Disponible en:

https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/43641/TFM_Alba%20Ramos%20Cuevas.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Ramos Pérez Torreblanca Eva (2003). *La inversión socialmente responsable y el desarrollo de la responsabilidad social corporativa*. [Documento en Línea] Disponible en:

<https://www.ramonmillan.com/documentos/bibliografia/InversionSocialmenteResponsable&DesarrolloRSC.pdf>

Ruíz María, Ronda Carlos, Álvarez Dardet, y Gil Josefina. (1995). Atención según el género del paciente en los servicios de urgencias: ¿Diferente o desigual? Health Care According to Patient's Gender in Emergency Services: Different or Inequal? Gaceta Sanitaria. Vol. 9, issue 47. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0213911195712201>.

Sánchez, Blancos y otros (2016). “*Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque de Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas del Sector Minero de la Región Cajamarca*”. *Cajamarca – Perú*. (2017). [Documento en Línea]: <https://search.proquest.com/openview/92bc941d60a46a679371c25251422080/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

Sánchez Murillo José (S/f). *Peter Drucker, Innovador Maestro De La Administración De Empresas*. Cuadernos Latinoamericanos de Administración. Universidad del Bosque. Colombia. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf>.

Seto Pamies Dolors y Rabassa-Figueras Noemí (2007). *Responsabilidad social corporativa: reflexiones sobre futuras líneas de investigación*. [Documento en Línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/28202584_Responsabilidad_social_corporativa_reflexiones_sobre_futuras_lineas_de_investigacion

Solano David (2005). *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: Qué se hace y qué debe hacerse*. UNIVERSIDAD ESAN. PERÚ [Documento en Línea] Disponible en: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/177-179-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/177-179-1-PB%20(1).pdf)

Sotelo Jesús y Arrieta Delia (2018). *Diseño de un Instrumento para Medir la Responsabilidad Social en las Organizaciones con Base a la ISO 26000*.

Sotelo Jesús, Arrieta Delia y Figueroa Ernesto (2018). Medición del clima organizacional gubernamental utilizando calidad en el servicio como parámetro. ResearchGate Revista Electrónica. January 2015. [Documento en Línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/309592858_Medicion_del_clima_organizacional_gubernamental_utilizando_calidad_en_el_servicio_como_parametro

Truño iGual Jordi y Rialp Criado Josep (2016). *Responsabilidad Social Corporativa. Una aproximación en el sector bancario*. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona – España. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/400012/jtig1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vargas Niello José (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores*. [Documento en Línea] Disponible en: http://plataforma.responsible.net/sites/default/files/rse_desde_la_perspectiva_de_los_consumidores.pdf

Vásquez Paniagua José Alfredo y Gonzales Isaza Diana Patricia (2009). *Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia*. Pontificia Universidad Católica de Perú. Departamento Académico de Ciencias Contable. [Documento en Línea] Disponible en: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/937/904>

Villafañe Justo y Mínguez Norberto (2014). *Principios de Teoría General de La Imagen True OCR*. Ediciones Pirámide. Grupo Anaya S. A. [Documento en Línea] Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/136507758/Villafane-Minguez-Principios-de-Teoria-General-de-La-Imagen-True-OCR>

Vives Antonio y Peinado- Va Estrella (2011). *La Responsabilidad Social de las Empresas en América Latina*. Cumpetere. Manual de Gestiones. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>.

World Business Council for Sustainable Development WBCSD (2015). *Las empresas líderes en energía unen fuerzas para permitir casi duplicar la capacidad de energía renovable para 2025*. [Documento en Línea] Disponible en: <https://www.wbcsd.org/Programs/Climate-and-Energy/Climate/Resources/Leading-energy-companies-join-forces-to-enable-near-doubling-of-renewable-energy-capacity-by-2025>

ANEXOS

ANEXO n.º 1. Ficha para validación del instrumento – Variable Responsabilidad Social.

FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto: Christiaan M. Romero Zegarra
- 1.2. Especialidad: Ingeniero de Sistemas
- 1.3. Cargo actual: Especialista en Proyectos
- 1.4. Grado académico: Magíster
- 1.5. Institución: PUCP
- 1.6. Tipo de instrumento: Encuesta
- 1.7. Lugar y fecha: Cajamarca 17 de septiembre 2020

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

Nº	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x					
2	Formulado con lenguaje apropiado	X					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis	X					
5	Suficiencia para medir la variable	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento		X				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		X				
8	Expresado en hechos perceptibles	X					
9	Tiene secuencia lógica	X					
10	Basado en aspectos teóricos		x				
	Total						

Coficiente de valoración porcentual: $c = 94\%$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

Este instrumento se validó para la variable de responsabilidad social de la investigación INFLUENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL SOBRE LA SOSTENIBILIDAD EN LA EMPRESA AGUA DEL CUMBE S.R.L, CAJAMARCA 2020.



.....
Christiaan Romero Zegarra

ANEXO n.º 2. Ficha para validación del instrumento – Variable Sostenibilidad.

FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto: Christiaan M. Romero Zegarra
- 1.2. Especialidad: Ingeniero de Sistemas
- 1.3. Cargo actual: Especialista en Proyectos
- 1.4. Grado académico: Magíster
- 1.5. Institución: PUCP
- 1.6. Tipo de instrumento: Encuesta
- 1.7. Lugar y fecha: Cajamarca 17 de septiembre 2020

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x					
2	Formulado con lenguaje apropiado	X					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis	X					
5	Suficiencia para medir la variable	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento		X				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología		X				
8	Expresado en hechos perceptibles	X					
9	Tiene secuencia lógica	X					
10	Basado en aspectos teóricos		x				
	Total						

Coefficiente de valoración porcentual: $c = 94\%$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

Este instrumento se validó para la variable de sostenibilidad de la investigación INFLUENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL SOBRE LA SOSTENIBILIDAD EN LA EMPRESA AGUA DEL CUMBE S.R.L, CAJAMARCA 2020.



.....
Christiaan Romero Zegarra

ANEXO n.º 3. Instrumento de recolección de datos firmado por el Gerencia de la empresa Agua del Cumbe S.R.L.

RESPONSABILIDAD SOCIAL						
<p>PRESENTACIÓN: Nos interesa conocer su opinión respecto Responsabilidad Social Dentro de su empresa, por favor marque según sea su percepción. Gracias por su colaboración. Valores de las respuestas 5 = Muy de Acuerdo, 4 = De acuerdo, 3 = Indiferente, 2 = En desacuerdo y 1 = Muy en desacuerdo.</p>						
Nº	Ítem	5	4	3	2	1
1	Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social.					
2	Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización					
3	Se hace una utilidad adecuada de los recursos					
4	En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social					
5	La organización cuenta con principios de transparencia					
6	La institución cuenta con políticas de derechos humanos					
8	Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos					
9	La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones					
10	Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución					
11	La institución respeta la ley en torno al empleado					
12	Esta institución protege la privacidad de sus empleados					
13	Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales					
14	La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el Medio Ambiente					
15	La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente.					
16	La Institución realiza o realizó actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente					
17	La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente					
18	Esta institución realiza o realizó actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social					
19	La institución realiza o realizó prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social					
20	La institución cuenta con políticas de responsabilidad social					
21	Esta institución se informa completamente de sus consumidores					
22	Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social					
23	Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente					
24	Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos					
25	Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes					
26	Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad					
27	Esta organización participa en asociaciones locales					
28	Esta institución alerta y protege a los ciudadanos					
29	Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad					

AGUA DEL CUMBE S.R.L.
 Gerente
 24/10/20

ANEXO n.º 4. Instrumento de recolección de datos.

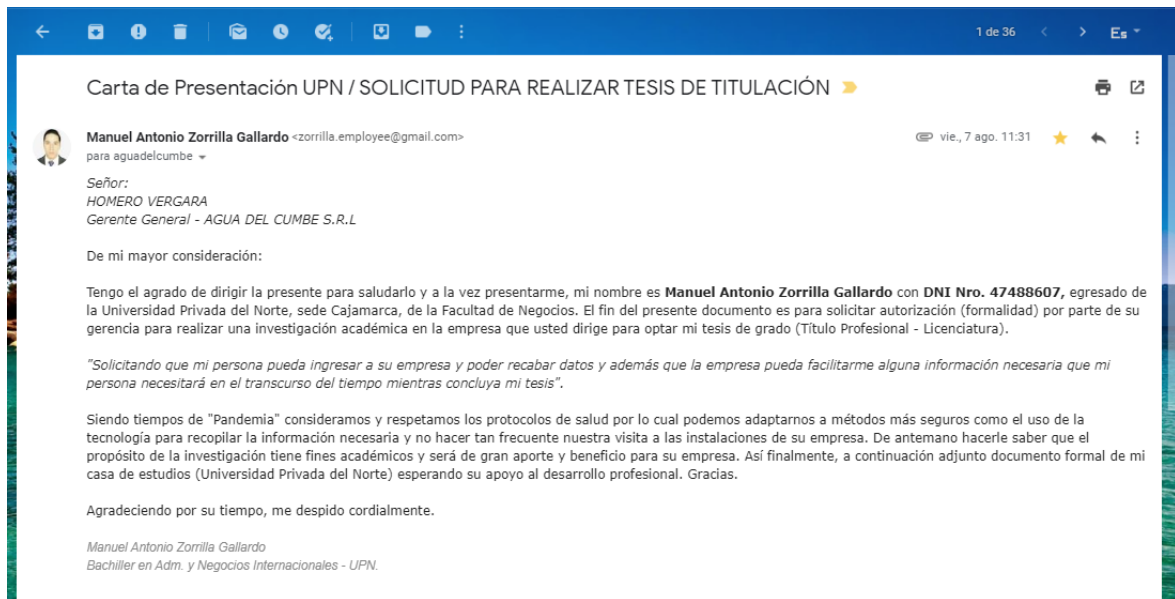
RESPONSABILIDAD SOCIAL

PRESENTACIÓN: Nos interesa conocer su opinión respecto Responsabilidad Social Dentro de su empresa, por favor marque según sea su percepción. Gracias por su colaboración.

Valores de las respuestas **5 = Muy de Acuerdo, 4 = De acuerdo, 3 = Indiferente, 2 = En desacuerdo y 1 = Muy en desacuerdo.**

No	Ítem	5	4	3	2	1
1	¿Esta institución desarrolla actividades para incrementar la Responsabilidad Social?					
2	¿Se fortalecen las necesidades y oportunidades para la Responsabilidad Social de la organización?					
3	¿Se hace uso adecuado de los recursos?					
4	¿En la Institución se generan puentes de comunicación y se valoriza los resultados en relación a la responsabilidad social?					
5	¿La organización cuenta con principios de transparencia?					
6	¿La institución cuenta con políticas de derechos humanos?					
7	¿Esta institución cuenta con las herramientas necesarias para la aplicación de los derechos humanos?					
8	¿La organización cuenta con actividades para revertir los impactos negativos y las malas decisiones?					
9	¿Se cuenta con una equidad de género dentro de la institución?					
10	¿La institución respeta la ley en torno al empleado?					
11	¿Esta institución protege la privacidad de sus empleados?					
12	¿Esta organización realiza actividades para el desarrollo de las prácticas laborales?					
13	¿La institución cuenta con actividades de identificación de impactos en el medio ambiente?					
14	¿La institución cuenta con actividades de prevención de impactos en el medio ambiente?					
15	¿La Institución realiza actividades de información de cantidades de material toxico usadas en el medio ambiente?					
16	¿La institución cuenta con actividades para solucionar los impactos en el medio ambiente?					
17	¿Esta institución realiza actividades de formación para sus representantes en responsabilidad social?					
18	¿La institución realiza prácticas para determinar falta de información de responsabilidad social?					
19	¿La institución cuenta con políticas de responsabilidad social?					
20	¿Esta institución se informa completamente de sus consumidores?					
21	¿Esta institución investiga a sus consumidores para fortalecer la responsabilidad social?					
22	¿Esta institución y sus consumidores comparten información de forma transparente?					
23	¿Esta institución y sus consumidores realizan contratos beneficiosos para ambos?					
24	¿Esta institución y sus consumidores informan claramente sus publicaciones, productos y precios a sus clientes?					
25	¿Esta organización realiza actividades de cercanía a la comunidad?					
26	¿Esta organización participa en asociaciones locales?					
27	¿Esta institución alerta y protege a los ciudadanos?					
28	¿Esta institución ayuda en programas de desarrollo de la comunidad?					


ANEXO n.º 5. Correo con Carta de Presentación UPN para la empresa Agua del Cumbe
S.R.L. – Manuel Zorrilla Gallardo.



ANEXO n.º 6. Correo con Carta de Presentación UPN para la empresa Agua del Cumbe
S.R.L. – Anthony Carrasco Fuentes.

Carta de Presentación UPN / SOLICITUD PARA TESIS DE TITULACIÓN

anthony carrasco
Vie 7/08/2020 11:38
Para: aguadelcumbe@gmail.com

 Carta de Presentación UPN - ...
102 KB

Señor:
HOMERO VERGARA
Gerente General - AGUA DEL CUMBE S.R.L

De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigir la presente para saludarlo y a la vez presentarme, mi nombre es **Anthony Ricardo Carrasco Fuentes** con **DNI Nro. 46964569**, egresado de la Universidad Privada del Norte, sede Cajamarca, de la Facultad de Negocios. El fin del presente documento es para solicitar autorización (formalidad) por parte de su gerencia para realizar una investigación académica en la empresa que usted dirige para optar mi tesis de grado (Título Profesional - Licenciatura).

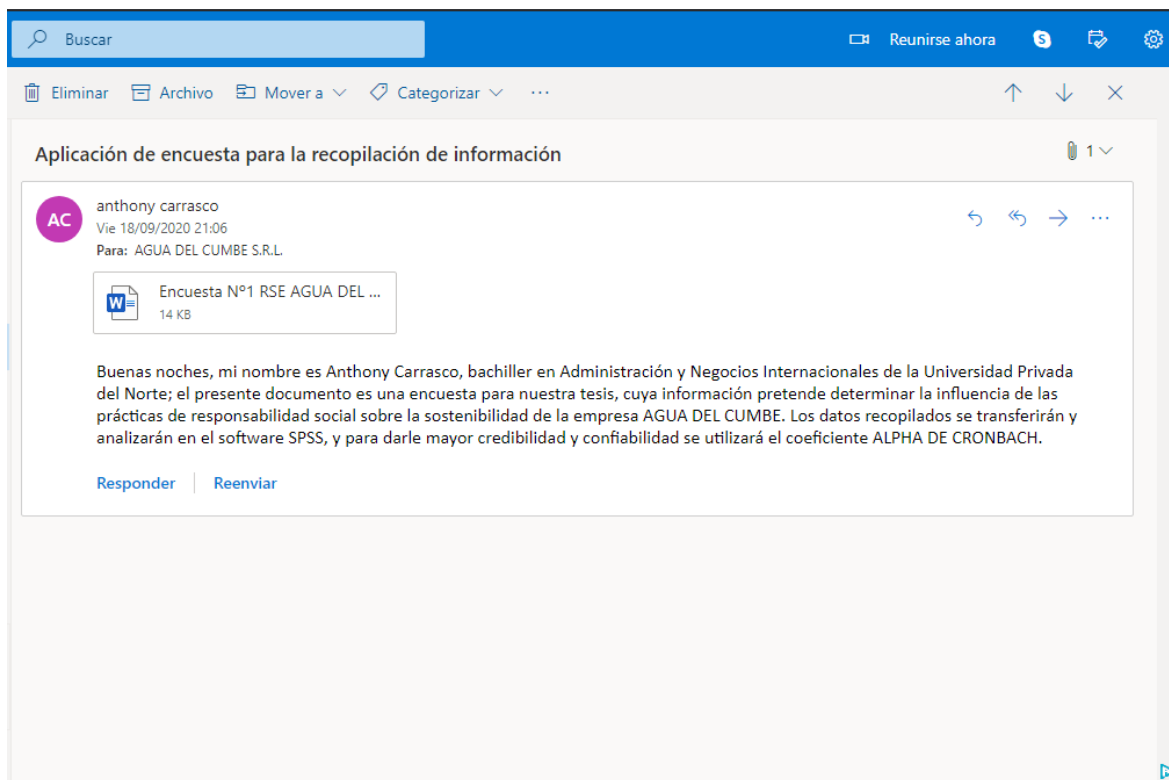
"Solicitando que mi persona pueda ingresar a su empresa y poder recabar datos y además que la empresa pueda facilitarme alguna información necesaria que mi persona necesitará en el transcurso del tiempo mientras concluya mi tesis".

Siendo tiempos de "Pandemia" consideramos y respetamos los protocolos de salud por lo cual podemos adaptarnos a métodos más seguros como el uso de la tecnología para recopilar la información necesaria y no hacer tan frecuente nuestra visita a las instalaciones de su empresa. De antemano hacerle saber que el propósito de la investigación tiene fines académicos y será de gran aporte y beneficio para su empresa. Así finalmente, a continuación, adjunto documento formal de mi casa de estudios (Universidad Privada del Norte) esperando su apoyo al desarrollo profesional. Gracias.

Agradeciendo por su tiempo, me despido cordialmente.

Anthony Ricardo Carrasco Fuentes
Bachiller en Adm. y Negocios Internacionales - UPN.

ANEXO n.º 7. Correo enviado con la encuesta a la empresa Agua del Cumbe S.R.L.



ANEXO n.º 8. Correo de aceptación por parte de la empresa Agua del Cumbe S.R.L.



ANEXO n.º 9. Entrevista y presentación de los investigadores con la Gerencia de la empresa
Agua del Cumbe S.R.L.

