

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

Responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay,
2019

Presentado por:

Greka Brigitte Núñez Robles

Para optar el Título de Licenciado en Administración

Abancay, Perú

2022



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

“RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS
FINANCIERAS DE LA CIUDAD DE ABANCAY, 2019”

Presentado por **Greka Brigitte Núñez Robles**, para optar el Título de:
Licenciado en Administración

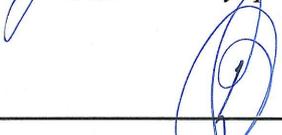
Sustentado y aprobado el 26 de julio del 2022 ante el jurado evaluador:

Presidente:



Dr. Mauro Huayapa Huaynacho

Primer Miembro:



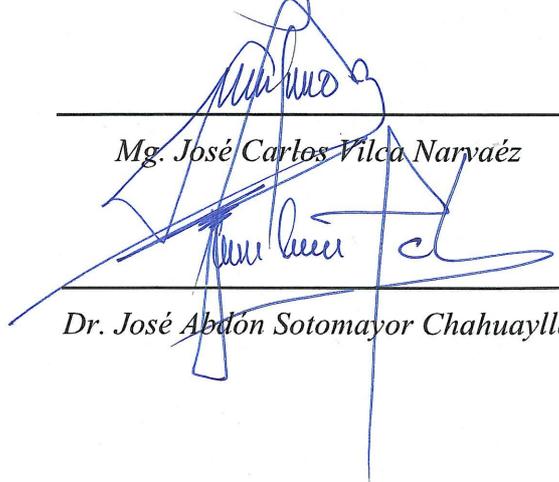
Mg. Máximo Soto Pareja

Segundo Miembro:



Mg. José Carlos Vilca Narvaéz

Asesor:



Dr. José Abdón Sotomayor Chahuaylla

Agradecimiento

A Dios por haberme guiado y acompañado en todo momento, por ser nuestra esperanza y fortaleza en momentos de debilidad y desesperanza, y por brindarme una vida de aprendizaje, experiencia y felicidad.

A mis profesores de Administración por haberme compartido sus conocimientos y ser guía en mi formación profesional; de la misma forma, a mis jurados el Dr. Mauro Huayapa Huaynacho, Mag. Máximo Soto Pareja, Mag. José Carlos Vilca Narváez y a mi asesor Dr. José A. Sotomayor Chahuaylla, por haberme apoyado durante la formulación, elaboración y aprobación de mi trabajo de investigación.



Dedicatoria

A mi segunda madre, mi mamita Maxi, mi angelito protector; a mis padres Livia Robles Márquez y Jesús Núñez Olmedo por la paciencia e insistencia y a mi hermanita Alizon Núñez Robles por ser uno de mis motivos para seguir adelante y ser su ejemplo.



“Responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay,
2019”

Línea de investigación: Gestión Empresarial

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
CAPÍTULO I	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1 Descripción del problema.....	5
1.2 Enunciado del problema.....	7
1.2.1 Problema general.....	7
1.2.2 Problemas Específicos.....	7
1.3 Justificación de la investigación.....	8
CAPÍTULO II	9
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	9
2.1 Objetivos de la investigación	9
2.1.1 Objetivo general	9
2.1.2 Objetivos específicos.....	9
2.2 Operacionalización de las variables	10
2.2.1 Definición de variables.....	10
2.2.1.1 Variables	10
2.2.1.2 Dimensiones e indicadores.....	11
CAPÍTULO III	15
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	15
3.1 Antecedentes	15
3.1.1 Antecedentes internacionales	15
3.1.2 Antecedentes nacionales	17
3.2 Marco teórico	20
3.2.1 Responsabilidad social corporativa (RSC).....	20
3.2.1.1 Definición de la responsabilidad social corporativa.....	20
3.2.1.2 Relación de la responsabilidad social corporativa con la administración	21
3.2.1.3 Teorías administrativas	22
3.2.1.4 Teoría del intercambio social	23
3.2.1.5 Teoría social de Carroll o teoría de la pirámide	23
3.2.1.6 Teoría de los Stakeholders	26
3.2.1.7 Teoría de los recursos humanos	28



3.2.1.8 Modelos teóricos	28
3.2.1.9 Conceptos relacionados con la responsabilidad social empresarial o corporativa	31
3.2.1.10 Administración de los grupos de interés	33
3.2.1.11 Descripción de los grupos de interés	35
3.2.2 El sistema financiero	48
3.2.2.1 El sistema de intermediación financiera.....	49
3.2.2.2 Empresas del sistema financiero	50
3.3 Marco conceptual	52
CAPÍTULO IV	54
METODOLOGÍA	54
4.1 Tipo y nivel de investigación	54
4.1.1 Tipo de investigación	54
4.1.2 Método de investigación	54
4.1.3 Nivel de investigación.....	54
4.2 Diseño de investigación	54
4.3 Población y muestra	55
4.4 Procedimiento	56
4.5 Técnicas e instrumentos	57
4.5.1 Encuesta	57
4.5.2 Cuestionario	57
4.6 Análisis estadísticos	58
CAPÍTULO V.....	60
RESULTADOS Y DISCUSIONES.....	60
5.1 Análisis de resultados.....	60
5.1.1 Análisis de confiabilidad del instrumento	60
5.1.2 Descripción de resultados.....	61
5.1.2.1 Variable: Responsabilidad Social Corporativa.....	61
5.1.2.2 Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas	62
5.1.2.3 Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores.....	64
5.1.2.4 Dimensión 3: Responsabilidad con clientes	65
5.1.2.5 Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores.....	67
5.1.2.6 Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno	68
5.1.2.7 Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad	70
5.1.2.8 Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente.....	71
5.1.2.9 Resultados por el grupo cajas y financieras	73
5.1.2.10 Resultados por el grupo bancos.....	85
5.1.2.11 Resultados por el grupo cooperativas.....	97



5.1.2.12	Resultados comparativos de los grupos.....	109
5.2	Discusión.....	121
CAPÍTULO VI	124
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
6.1	Conclusiones	124
6.2	Recomendaciones.....	127
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	130
ANEXOS	135



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Definición conceptual y operacional de la variable</i>	10
Tabla 2 <i>Dimensiones e Indicadores de la variable de investigación</i>	11
Tabla 3 <i>Grupos de interés</i>	34
Tabla 4 <i>Escala de Likert</i>	58
Tabla 5 <i>Resumen del procesamiento de los casos</i>	60
Tabla 6 <i>Estadísticos de fiabilidad</i>	60
Tabla 7 <i>Variable: Responsabilidad social corporativa</i>	61
Tabla 8 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	63
Tabla 9 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	64
Tabla 10 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	66
Tabla 11 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	67
Tabla 12 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	69
Tabla 13 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con la comunidad</i>	70
Tabla 14 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	72
Tabla 15 <i>Variable: Responsabilidad social corporativa</i>	73
Tabla 16 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	75
Tabla 17 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	76
Tabla 18 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	78
Tabla 19 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	79
Tabla 20 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	81
Tabla 21 <i>Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad</i>	82
Tabla 22 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	84
Tabla 23 <i>Variable: Responsabilidad social corporativa</i>	85
Tabla 24 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	87
Tabla 25 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	88
Tabla 26 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	90
Tabla 27 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	91
Tabla 28 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	93
Tabla 29 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con la comunidad</i>	94
Tabla 30 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	96
Tabla 31 <i>Variable: Responsabilidad social corporativa</i>	97
Tabla 32 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	99



Tabla 33 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	100
Tabla 34 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	102
Tabla 35 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	103
Tabla 36 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	105
Tabla 37 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con la comunidad</i>	106
Tabla 38 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	108
Tabla 39 <i>Variable Responsabilidad social corporativa</i>	110
Tabla 40 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	112
Tabla 41 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	113
Tabla 42 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	115
Tabla 43 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	116
Tabla 44 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	118
Tabla 45 <i>Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad</i>	119
Tabla 46 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	121



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>La pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa</i>	25
Figura 2 <i>Variable: Responsabilidad social corporativa</i>	62
Figura 3 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	63
Figura 4 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	65
Figura 5 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	66
Figura 6 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	68
Figura 7 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	69
Figura 8 <i>Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad</i>	71
Figura 9 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	72
Figura 10 <i>Responsabilidad social corporativa</i>	74
Figura 11 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	76
Figura 12 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	77
Figura 13 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	79
Figura 14 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	80
Figura 15 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	82
Figura 16 <i>Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad</i>	83
Figura 17 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	85
Figura 18 <i>Responsabilidad social corporativa</i>	86
Figura 19 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	88
Figura 20 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	89
Figura 21 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	91
Figura 22 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	92
Figura 23 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	94
Figura 24 <i>Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad</i>	95
Figura 25 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	97
Figura 26 <i>Responsabilidad social corporativa</i>	98
Figura 27 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	100
Figura 28 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	101
Figura 29 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	103
Figura 30 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	104
Figura 31 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	106
Figura 32 <i>Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad</i>	107



Figura 33 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	109
Figura 34 <i>Variable Responsabilidad social corporativa</i>	109
Figura 35 <i>Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas</i>	111
Figura 36 <i>Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores</i>	112
Figura 37 <i>Dimensión 3: Responsabilidad con clientes</i>	114
Figura 38 <i>Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores</i>	115
Figura 39 <i>Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno</i>	117
Figura 40 <i>Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad</i>	118
Figura 41 <i>Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente</i>	120



INTRODUCCIÓN

La empresa es un agente de cambio en la sociedad, el mismo que ha sufrido diversos cambios a causa de los diferentes estudios que se suscitaron en relación de las exigencias de la sociedad. A nivel mundial fueron y son los problemas con efectos ambientales negativos, abusos sobre los derechos humanos y en la sociedad, aspectos relevantes que generaron un aumento de las empresas proclamadas responsables socialmente.

Este tema ha ahondado en el sector empresarial de forma irreversible, donde el mercado financiero ofrece recursos que impulsan el sector privado y la economía del país. (www.esan.edu.pe “La importancia de los mercados financieros para el crecimiento empresarial”). Este hecho otorga como el papel primordial a las empresas financieras dentro de la sociedad y la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la dirección de sus actividades.

Teóricamente la responsabilidad social empresarial o corporativa es el medio por el cual los empresarios se comprometen a participar activamente en el desarrollo sostenible del país y del mundo. En ese entender, se considera a la empresa como ser vivo dentro de la sociedad con el deber de asumir el papel agente de cambio para mejorar el entorno en el que se desenvuelve y así lograr un país próspero, democrático, pacífico y justo. La investigación recopila el aporte de los diferentes autores que abordan el tema de RSC, asimismo, se apoya de la teoría de los Stakeholders; en suma, permiten exponer los avances y logros de las empresas financieras de la ciudad de Abancay.

Asimismo, la investigación tiene como principio inicial responder a la pregunta: ¿Cómo asumen la responsabilidad social corporativa las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?

Ahora bien, se consideró a las empresas financieras para esta investigación como uno de los sectores empresariales con el empuje necesario en el desarrollo económico de otros sectores. En vista del importante papel a nivel local, se incrementó la demanda por los servicios financieros, reflejado en la aparición de diversos establecimientos de empresas financieras que brindan estos servicios.

El estudio se aplicó en 24 empresas financieras de la ciudad de Abancay. Y la recopilación de los datos se efectuó mediante la aplicación de encuestas a los responsables como gerentes y/o administradores de cada empresa financiera, conforme a la variable e indicadores del trabajo de investigación.

La estructura que se facilitó para la investigación, se agrupo en (6) seis capítulos:

En primer capítulo, se presenta el planteamiento del problema de la investigación, se desarrolló el planteamiento y formulación del problema, tanto general como las específicas; asimismo, se adjunta la justificación.

El segundo capítulo se expone los objetivos (general y específicos), donde se desarrolló la operacionalización de la variable de estudio, considerando las dimensiones e indicadores que son aspectos generales y fundamentales para aplicar la investigación.

El tercer capítulo se desarrolla la fundamentación teórica de la investigación, como los antecedentes, el marco teórico y marco conceptual de la investigación.

El cuarto capítulo comprende la metodología de investigación, es decir, el enfoque de investigación, tipo de estudio y diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y métodos de análisis de datos.

El quinto capítulo contiene los resultados de la investigación, interpretación y discusión de los datos obtenidos.

El sexto capítulo se presenta las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación.

RESUMEN

La investigación se desarrolló con la finalidad de describir la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019. Donde la metodología empleada fue de tipo básica, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transeccional. La muestra estuvo constituida por los gerentes y/o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay; que son 24, divididos en tres grupos: cajas y financieras, bancos y cooperativas; el cuestionario siguió el modelo de RSE Perú 2021 el cual desarrolla la relación de la compañía con los 7 stakeholders o grupos de interés. Los resultados indican que existe una fuerte gestión de la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras donde la responsabilidad para con los accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, gobierno, comunidad y medio ambiente se han gestionado adecuadamente. Los gerentes y/o administradores demuestran que sus empresas financieras son eficientes. Asimismo, de los resultados comparativos por dimensiones se presentan dificultades en los gerentes y/o administradores al determinar las responsabilidades por parte de la empresa financiera frente a los grupos de interés o stakeholders: los bancos siendo agencias no tiene manejo ni poder de decisión sobre la responsabilidad con los proveedores, siendo uno de los desempeños menos exitosos. Mientras la responsabilidad para con el gobierno de los tres grupos presentan dificultades que se relacionan con la mala determinación de acciones, falta de canales de comunicación y negociación con entidades del estado en sus comunidades. Por su parte, los gerentes y/o administradores frente a las dimensiones de responsabilidad con los accionistas, colaboradores, clientes, comunidad y medio ambiente demuestran tener claras las actividades para hacer frente a las demandas de estos grupos de interés.

Palabras claves: Desarrollo sostenible, responsabilidad social, grupos de interés o stakeholders, sector financiero.

ABSTRACT

The research was developed with the purpose of describing the Corporate Social Responsibility (CSR) in financial companies in the city of Abancay, 2019. The methodology used was of basic type, quantitative approach, descriptive level and non-experimental design of transectional cut. The sample consisted of managers and/or administrators of financial companies in the city of Abancay, which are 24, divided into three groups: savings and loan companies, banks and cooperatives; the questionnaire followed the CSR Peru 2021 model, which develops the company's relationship with the 7 stakeholders or interest groups. The results indicate that there is strong corporate social responsibility management in financial companies where responsibility towards shareholders, employees, clients, suppliers, government, community and the environment has been adequately managed. Managers and/or administrators demonstrate that their financial companies are efficient. Likewise, from the comparative results by dimensions, there are difficulties in the managers and/or administrators when determining the responsibilities of the financial company towards the interest groups or stakeholders: the banks, being agencies, do not have management or decision-making power over the responsibility towards suppliers, being one of the least successful performances. While the responsibility towards the government of the three groups presents difficulties related to the poor determination of actions, lack of communication channels and negotiation with state entities in their communities. On the other hand, managers and/or administrators in the dimensions of responsibility towards shareholders, employees, customers, community and environment show that they have clear activities to meet the demands of these stakeholders.

Key words: Sustainable development; social responsibility; stakeholders; financial sector.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

La responsabilidad social empresarial o corporativa ha tenido mayor presencia a causa de los problemas globales que enfrenta el mundo como es el deterioro ambiental, la desigualdad de género y la globalización. La visión de crear un impacto global en cuestión de principios y valores compartidos para aportar una faceta humana al mercado global, se dio por medio de la creación del Pacto Mundial, iniciativa que hizo el llamado a la colaboración del sector empresarial con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a fin de promulgar, apoyar y adoptar, de forma voluntaria y dentro de su esfera de influencia, un conjunto de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, medio ambiente, normas laborales y anticorrupción (Naciones Unidas, 2020).

En América Latina y el Caribe, se percibe la desigualdad social como uno de los factores determinantes que impiden el desarrollo de la región, por su parte la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) planteó un modelo de desarrollo centrado en el cierre de brechas estructurales y en la convergencia hacia mayores niveles de productividad, y la sostenibilidad económica y ambiental (CEPAL), 2019).

Problemas como aspectos laborales donde aún prevalece la desigualdad de ingresos e incluso regiones como Perú y Chile donde la minería domina el sector económico y, por tanto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o donde un conflicto social y la necesidad de afrontarlo con la ayuda del sector privado dominan fuertemente. Acotaciones de diversos autores aclaran que condiciones básicas como un marco regulatorio y fiscal óptimo y mercados financieros e instituciones que funcionen, entre otros son efectivos para una práctica efectiva de RSE. Por su parte, Peinado-Vara (2011) describe la evolución progresiva de la RSE como una acción filantrópica tradicional pasando por la ciudadanía corporativa hasta llegar al compromiso responsable como estrategia empresarial.

En el Perú, se realizó una investigación por Seguimiento de Análisis y Evaluación para el Desarrollo (SASE) a 75 empresas donde se pudo obtener esta información: (a) Tenemos un 40% de empresas comprometidas con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como parte de las prácticas gerenciales; sin embargo (b) un 46% señala que el mayor obstáculo es por la falta de visión y/o la falta de indecisión de los directivos; (c) El valor agregado por efectuar la RSC primero mejora la imagen institucional, segundo genera una mayor identificación de los trabajadores (Correa, Flynn, & Amit, 2004).

La Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) en el reporte de sostenibilidad corporativa del año 2019 menciona que el 56% de las empresas de diferentes sectores no se adhieren voluntariamente a prácticas de sostenibilidad corporativa; mientras se encuentra mayores compromisos de las diferentes empresas en relación a promover y asegurar los principios y derechos de los colaboradores, políticas de gestión de las relaciones con los proveedores y lineamientos de gestión con los clientes. Todas estas medidas obligan a las empresas financieras a cumplir con normas internacionales, nacionales y regionales; en tanto, el Perú tiene como guía el Perú 2021.

La ciudad de Abancay cuenta con muchas de estas entidades financieras (bancos, financieras, cooperativas y cajas) que son uno de los sectores que tiene el poder de influir en las diversas fuentes de financiamiento para empresas, asociaciones y personas, por tanto, al no existir ninguna otra investigación sobre este sector en la provincia el mayor problema percibido es el nivel de influencia sobre la región que se podría generar con impactos positivos sobre los problemas sociales, ambientales y económicos, si la gerencia, socios o administradores tuvieran interés integro en la RSC como estrategia.

Muchas empresas no decidieron iniciar en esta iniciativa de la RSC como estrategia de adhesión voluntaria; por el contrario, las normativas de entidades estatales autónomas bajo un plan nacional promueven al sector privado realizar iniciativas responsables, otra de las causas de no implementar es la desconfianza de obtener algún retorno por ser responsables socialmente al punto de creer que es una acción meramente filantrópica. Como consecuencia estas empresas, pierden su reputación, la buena imagen institucional, desmotivación de los empleados sin un compromiso con la empresa y su visión, y con mayor fuerza en estos tiempos la competitividad, siendo la sociedad y su entorno uno de

los fuertes agentes de presión frente a problemas sociales. Finalmente, esta investigación trata de describir la situación general de las entidades financieras comprometidas con la responsabilidad social corporativa en sus diversos niveles encaminada a la participación responsable en la economía provincial.

1.2 Enunciado del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo asumen la responsabilidad social corporativa las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con los accionistas las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?
- ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con los colaboradores las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?
- ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con los clientes las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?
- ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con los proveedores las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?
- ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con el gobierno las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?
- ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con la comunidad las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?
- ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con el medio ambiente las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?

1.3 Justificación de la investigación

El estudio de la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras tiene una justificación teórica, al ser un trabajo de investigación descriptivo permite el incremento del conocimiento donde Behar (2008) señala que es “una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente” (p. 106). En ese entender, el presente estudio recopila teorías y modelos sobre el tema de responsabilidad social corporativa con el fin de dar claridad al tema propuesto.

Asimismo, la justificación práctica es cuando en el desarrollo de la investigación se plantea resolver o proponer estrategias para buscar soluciones al problema de investigación (Behar, 2008, p. 106). Por ello, la presente investigación solo genera información que es de utilidad para los gerentes y/o administradores sobre las practicas responsables del sector en referencia a la variable de estudio, considerando la premisa de la compañía como agente de cambio la empresa financiera responsable social abarca más que el mero cumplimiento normativo.

Igualmente, presenta una justificación social en razón que las empresas financieras se deben a sus clientes y se encuentran bajo el ojo crítico de sus demás actores como los colaboradores, el estado, la sociedad e incluso su acción ambiental.

Además, de una justificación investigativa, el desarrollo del presente trabajo de investigación será la apertura de nuevos cuestionamientos de la realidad, es decir, que los resultados obtenidos de una investigación descriptiva podrán dar pie a posteriores investigaciones con otras variables o de mayor minuciosidad del mismo estudio.

CAPÍTULO II

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1 Objetivos de la investigación

2.1.1 Objetivo general

Describir la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019.

2.1.2 Objetivos específicos

- Conocer la responsabilidad con los accionistas de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019.

- Determinar la responsabilidad con los colaboradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019.

- Conocer la responsabilidad con los clientes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019.

- Determinar la responsabilidad con los proveedores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019.

- Conocer la responsabilidad con el gobierno de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019.

- Determinar la responsabilidad con la comunidad de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019.

- Conocer la responsabilidad con el medio ambiente de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019.

2.2 Operacionalización de las variables

2.2.1 Definición de variables

La presente investigación tiene por propósito describir la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019. En ese sentido, la variable de estudio de la presente investigación es la responsabilidad social corporativa.

2.2.1.1 Variables

Según a lo indicado con anterioridad, la variable de estudio de la presente investigación es la responsabilidad social corporativa. Por tanto, teniendo la investigación un alcance descriptivo, se procederá a describir la responsabilidad social corporativa en las financieras de la ciudad de Abancay.

En ese sentido, la operacionalización de la variable de estudio de la presente investigación se presenta en la tabla 1.

Tabla 1

Definición conceptual y operacional de la variable

Variable	Responsabilidad Social Corporativa
Definición conceptual	La RSE es el conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se reflejan a lo largo de las operaciones empresariales y de los procesos de toma de decisión, el cual es apoyado e incentivado por los altos mandos de la empresa y cuyo propósito es cumplir integralmente con los objetivos de la organización en materia económica, social y ambiental, así como en sus contextos interno y externo. Esta responsabilidad conlleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente, que permita a la empresa ser más competitiva respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad. (Franco, 2006, pp. 12-13)
Definición operacional	Responsabilidad con los accionistas. Responsabilidad con colaboradores. Responsabilidad con clientes. Responsabilidad con proveedores. Responsabilidad con el gobierno. Responsabilidad con la comunidad. Responsabilidad con el medio ambiente.

Nota: Adaptado de los fundamentos teóricos (2006).



2.2.1.2 Dimensiones e indicadores

Las dimensiones e indicadores de la presente investigación se presentan en la tabla 2:

Tabla 2

Dimensiones e Indicadores de la variable de investigación

VARIABLE	DIMENSIONES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES
Responsabilidad social corporativa	Responsabilidad con los accionistas	Los accionistas poseen participaciones en la propiedad de una empresa. Siendo la principal responsabilidad de la empresa que bajo su fin inicial de interés financiero, la empresa es responsable de garantizar el crecimiento y el retorno de la inversión enmarcado en el cuidado, atención y respeto por la creación de valor para con los propietarios (Montañez & Gutiérrez, 2015 y Moreano, 2013).	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación y compromiso con la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. ✓ Incorpora del modelo de Responsabilidad Social Corporativa. ✓ Orientación hacia las buenas prácticas de Gobierno Corporativo. ✓ Evaluación de la gestión bajo el enfoque del Reporte de Sostenibilidad.



	<p>Responsabilidad con colaboradores</p>	<p>Los colaboradores o trabajadores son considerados el primer activo de la empresa. Entonces la responsabilidad con los colaboradores por parte de la empresa abarca el cumplimiento de los derechos humanos y la salud y seguridad como eje clave (Montañez & Gutiérrez, 2015; Moreano, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Balance de vida en la empresa. ✓ Trabajo en equipo. ✓ Capacitación y desarrollo personal. ✓ Cumplimiento de normas laborales. ✓ Desarrollo de iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar toda forma de acoso en la empresa. ✓ Promueve la vinculación de poblaciones diversas. ✓ La negociación colectiva con los representantes de los colaboradores. ✓ Gestión participativa. ✓ Compromiso con la promoción de la equidad de género.
	<p>Responsabilidad con clientes</p>	<p>El cliente es aquel que consume y comprar el bien comercializado por la empresa a fin de satisfacer su calidad de vida y sus necesidades. La empresa tiene entre sus principales responsabilidades a sus clientes es entonces que cuida la salud y seguridad como la ética comercial (Montañez & Gutiérrez, 2015; Moreano, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mecanismos para fortalecer la comunicación con sus clientes. ✓ Marketing responsable. ✓ Sistema de gestión de calidad ISO 9000. ✓ La excelencia de la atención. ✓ Técnicas de ventas éticas y el respeto a la privacidad de los clientes.



	<p>Responsabilidad con proveedores</p>	<p>Los proveedores son aquellos que ofrecen a la empresa materiales, suministros o tecnología para el desarrollo de actividades. La colaboración con los proveedores es importante para ofrecer un producto o servicio, involucra cultivar relaciones estables y duraderas que fomenten el crecimiento conjunto (Montañez & Gutiérrez, 2015; Moreano, 2013).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en proveedores. ✓ Transferencia de recursos intangibles (know how) a sus proveedores. ✓ Criterios rigurosos de selección y evaluación de proveedores. ✓ Apoyo para el desarrollo de sus proveedores.
	<p>Responsabilidad con el gobierno</p>	<p>El gobierno está conformado por reguladores, legisladores, y poderes del estado, tanto como las instituciones nacionales y locales por el cual se rige legalmente una empresa en el desarrollo de sus actividades; sin embargo, la responsabilidad con el gobierno es de confianza y cooperación con las autoridades, labor que involucra el cumplimiento de la normativa y la participación en programas sociales que ayude en los problemas actuales (Montañez & Gutiérrez, 2015; Moreano, 2013).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alianzas interinstitucionales. ✓ Acuerdo de cooperación. ✓ Transferencia de sus recursos intangibles (know how) a instituciones del Estado. ✓ Liderazgo e influencia social ✓ Participación de la empresa en los proyectos sociales gubernamentales.



	<p>Responsabilidad con la comunidad</p>	<p>Por comunidad se entiende a organizaciones y personas que desarrollan la misma actividad o se encuentra cerca de la empresa. Asimismo, se puede incluir a la iglesia, asociaciones vecinales y de otros tipos de entidades con iniciativas públicas o privadas. Estos actores de la comunidad son de interés de la empresa en temas como la salud y seguridad, prevención medioambiental y filantropía donde se toma mayor interés (Moreano, 2013).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diálogo con los stakeholders. ✓ Programas de desarrollo local. ✓ Voluntariado corporativo en beneficio de la comunidad. ✓ La manera como la empresa difunde su Reporte de Sostenibilidad. ✓ Relaciones con organizaciones locales. ✓ Financiamiento de la acción social en la comunidad. ✓ Involucramiento con la acción social.
	<p>Responsabilidad con el medio ambiente</p>	<p>Se plantea el desarrollo de la gestión ambiental por parte de la empresa en su contribución hacia la mejora de la calidad ambiental desde el impacto de su actividad empresarial (Montañez & Gutiérrez, 2015).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adopción del sistema de gestión ambiental ISO 14001. ✓ Ecoeficiencia. ✓ Implementación de la política corporativa de las 3 R's (reducir, reusar y reciclar). ✓ Compromiso con el mejoramiento de la calidad Ambiental. ✓ Educación y concientización Ambiental.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

Para la presente investigación desarrolla la variable responsabilidad social corporativa, se recurrió a la revisión de antecedentes internacionales, nacionales y locales que pudieran dar aportes a la investigación, trabajos expuestos a continuación:

3.1.1 Antecedentes internacionales

- a) Sanchis Palacio, Joan R. y Rodríguez Pérez, Sergio (2018) realizaron el trabajo titulado “Responsabilidad social empresarial en banca. Su aplicación al caso de la banca cooperativa”. Tesis que tiene como objetivo analizar las características de la banca cooperativa como ejemplo en el uso de la responsabilidad social, realizando una comparación con el resto de entidades del sector bancario español y con los diferentes elementos que definen el concepto de Responsabilidad Social Empresarial. El presente proyecto es de análisis cualitativo naturaleza descriptiva, porque busca caracterización la banca en general y la banca cooperativa en particular enfocado en su actividad económica a la responsabilidad social empresarial y como lo ejecutan en sus entidades.

Sanchis & Rodríguez (2018) de la investigación realizada concluye lo siguiente: (a) La banca cooperativa busca la inclusión financiera, es decir, accesibilidad geográfica y social con la comunidad y los socios. Además, son creadas bajo la vocación social en su sector, el bancario; (b) La naturaleza cooperativa implica la gobernanza, relación con los grupos de interés y los principios que inspiraron su constitución, que explican la relación estrecha con la RSE.

- b) Corredor García, Bernardo; Valencia Rico, Héctor F.; Hurtado Cubillos, Leidy J.; Alfonso Quiasua, Ronald E. y Porras Almanza, Jeisson J. (2016) se tituló “El estado de la gestión con enfoque en responsabilidad social

empresarial en los cinco principales bancos en Colombia”. Tesis elaborada con el objetivo de describir el estado de la Gestión con Enfoque en Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dentro de los cinco principales bancos en Colombia. El alcance de la investigación es descriptivo, asimismo el diseño de la investigación es cuantitativo experimental, es decir en la se utilizó la entrevista dirigida y el cuestionario, el mismo tuvo en cuenta los Indicadores Ethos-IARSE, conformado por cuatro dimensiones, segmentados en 47 indicadores específicos.

Las conclusiones a las cuales llegaron Corredor, Valencia, Hurtado, Alfonso & Porras (2016) son (a) el sector bancario de Colombia en referencia a la dimensión visión y estrategia evidencian un 95% de cumplimiento sobre los indicadores Ethos-IARSE, es decir, el sector bancario en Colombia comprende las necesidades de sus clientes, implementa estrategias y objetivos alineados a la RSE con sus diferentes grupos de interés. (b) En la dimensión gobierno corporativo y gestión, el sector bancario de Colombia demuestra un 89% cumplen los indicadores Ethos-IARSE, esto se demuestra en el cumplimiento en temas como la gobernabilidad corporativa, prácticas anticorrupción y sustentabilidad, asimismo el compromiso en el desarrollo de programas de RSE y emisión de reportes financieros. (c) El sector bancario de Colombia demuestra en la dimensión social un fuerte cumplimiento del 84% en relación con el consumidor y el trabajo por el desarrollo profesional, mientras un 81% en referencia a la dimensión ambiental los bancos señalan su permanente preocupación por cumplir con estos indicadores, por medio de reportes de buenas prácticas de los grupos de interés al medioambiente.

- c) Uribe Macías, Mario Enrique (2017) tesis titulada “La responsabilidad social empresarial en las instituciones del sector financiero de Ibagué (Colombia)”. La investigación tuvo por objetivo determinar el enfoque estratégico y las actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que realizan las instituciones financieras que operan en Ibagué, cuya población es la relación que reporta la Superintendencia Financiera de Colombia. Mencionada investigación es de tipo descriptiva y correlacional donde se aplicó encuestas

a los gerentes de las instituciones financieras de la ciudad de Ibagué de quienes se indago acerca del enfoque estratégico de la RSE y de las relaciones con diferentes Stakeholders.

Uribe (2017) en su proyecto concluyó: (a) La población selecciona tiene su casa matriz en otras ciudades, por tanto, el porcentaje con respuestas NS/NR es significativo, puesto que determina el tema de RSE de las instituciones financieras con un regular conocimiento de las estrategias, políticas, acciones y estructura. (b) Las instituciones del sector financiero tienden a cumplir con orden legal. (c) La investigación encuentra que la dimensión estratégica de la RSE no contribuye al proceso de sensibilización ambiental que debe relacionarse con los servicios y/o bienes que las instituciones ofrece a sus clientes. (d) Los atributos de las instituciones financieras de Ibagué tiene ponderaciones positivas; sin embargo, la menor ponderación es el atributo participación de los empleados en los excedentes o beneficios de la empresa en la RSE, es decir, las instituciones financieras no practican el desarrollo de este indicador. (d) En general, las instituciones del sector financiero de Ibagué se comprometen a desarrollar un conjunto de acciones relacionadas con la RSE.

3.1.2 Antecedentes nacionales

- a) Canto, Guerra, Medina & Ríos (2016) realizaron la investigación intitulada “Diagnóstico y Propuestas de Mejora para una Banca Socialmente Responsable en el Perú”; tesis para la obtención del grado de magíster por la Pontificia Universidad Católica del Perú, la cual cuenta con una muestra de 12 de los 17 bancos más importantes del Perú, oficinas en Lima Metropolitana. La naturaleza de la investigación es de diseño no experimental del tipo transeccional descriptivo, que presenta el estado de la RSE en la banca peruana al año 2015.

Las conclusiones que se llegó en la investigación son las siguientes: (a) La herramienta utilizada en la investigación “indicadores de RSE Perú 2021”, reflejo que las estrategias, políticas y procesos de las empresas bancarias se alinean con las necesidades de sus stakeholders. (b) la banca peruana, desde

la perspectiva de la RSE se evidencio un mayor grado de integración con el stakeholders “cliente”, es decir, los procesos, políticas y estrategias se enfocan en el respeto a la privacidad del consumidor, la excelencia de servicio en atención al consumidor y ventas éticas. (c) Los stakeholders “accionistas” y “proveedores” tienen resultados positivos. Sí nos referimos a los accionistas se evidencia la existencia de una relación con la competencia, desarrolla principios éticos y trabaja en un buen gobierno corporativo, por el contrario, con los proveedores se presenta un riguroso y transparente proceso para la evaluación y selección de proveedores. (d) Los stakeholders con menor puntuación son “medio ambiente” y “comunidad”, los resultados obtenidos demuestran que la banca peruana no gestiona adecuadamente el impacto con el medio ambiente, asimismo, no existe una buena relación o comunicación con las organizaciones comunitarias donde opera este sector. (e) Según la investigación, desde la perspectiva de RSE, el “gobierno” es uno de los grupos de interés en donde repercute la máxima prioridad, siendo este grupo el decisor de la continuidad o la paralización de operaciones de los bancos.

- b) Elaborado por Lizarzaburu, Edmundo y Jesús del Brio (2016), artículo titulado “Responsabilidad social corporativa y reputación corporativa en el sector financiero de países en desarrollo”. El artículo realizado por estos personajes propone un modelo teórico que relaciona la responsabilidad social corporativa y reputación corporativa. Este trabajo de investigación sigue un recorrido diferente comparándola con cualquier otra investigación. La metodología usada en esta investigación es el estudio de caso, donde los bancos seleccionados son cuatro: el Banco de Crédito del Perú (BCP), el Banco Continental (BBVA), Scotiabank Perú e Interbank.

Finalmente, la investigación tiene por resultados: (a) primero, la investigación confirma que la reputación corporativa podría influenciar sobre la confianza de los inversionistas, y que esta última podría estar influenciada por la responsabilidad social corporativa. (b) El sector financiero peruano desde inicios del 2000 ha empezado a incluir un plan estratégico abordando la RSC, iniciativa duplicándose hacia otras empresas

bancarias que obtienen resultados positivos. (c) Toda empresa bancaria peruana logra mejorar su reputación debido a su responsabilidad social, que de la mano permite fortalecer el valor de la empresa, de tal manera que en el neto el beneficio económico que representa la RSC ha superado los costos de ejecutar dichos planes. Asimismo, del análisis de cada uno de los casos se realizó tres relaciones (RSC y confianza del inversionista, RSC y reputación corporativa, y reputación corporativa y confianza del inversionista) (Lizarzaburu & del Brio, 2016).

- c) “Responsabilidad social empresarial en el sector financiero en el Perú”. Presentada por Aponte Farías, Carlos, Ávila Huamán, Claudia; Azcoytia González, Ana y Rodríguez Estrada, Paola (2018) la investigación tiene por objetivo principal identificar las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector financiero peruano, durante el 2018. La metodología aplicada en la presente investigación tiene un enfoque cualitativo, haciendo el uso de entrevistas para recoger información; incluso se considera el empleo del estudio de casos múltiples. Asimismo, al ser un estudio de naturaleza descriptiva, su propósito es caracterizar las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial.

Los resultados obtenidos se resumen en las siguientes conclusiones: (a) Las buenas prácticas de RSE desarrolladas por las instituciones financieras abarcan programas enfocados en mujeres en situación de vulnerabilidad, mejorar las habilidades de comprensión lectora en la población infantil y en educación como el eje central mediante becas universitarias para jóvenes talentosos. (b) Los bancos muestran interés en saber sobre la participación de los stakeholders, sin embargo, no se evidencia como los bancos incorporan opiniones de los stakeholders en sus estrategias de RSE. (c) Los bancos señalan que la RSE tiene una gran influencia sobre la reputación corporativa o la imagen pública, considerándose un efecto menor sobre los resultados u operaciones del negocio. Mientras que tanto, el directorio como la alta gerencia de los bancos tienen interés en las prácticas de RSE, pero la forma de involucrarse varía de un banco a otro. (d) La responsabilidad social empresarial es asociada con el medioambiente, efectuándose alianzas con

entes externos realizándose programas o actividades de este tipo, desarrolladas en un entorno cercano, ya sea el de la oficina central o el de sus agencias, con el objetivo de generar valor compartido con las comunidades del entorno. (e) Los bancos consideran gestión de recursos humanos y prácticas de RSE como dos áreas separadas. Finalmente, los bancos no generan indicadores de RSE, que midan el efecto directo de las prácticas de RSE sobre el rendimiento financiero; a pesar que se mida la rentabilidad general.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

3.2.1.1 Definición de la responsabilidad social corporativa

La concepción de la responsabilidad social corporativa o empresarial ha evolucionado según las tendencias empresariales, sociales y ambientales, entre ellas se seleccionó las siguientes:

Definición de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la Unión Europea en su publicación del Libro Verde la define como “la integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Velázquez & Echaniz, 2011)

Mientras el WBCSD (World Business Council on Sustainable Development o Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible), define a la Responsabilidad Social Corporativa como el “compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida” (Balaguer, Fernández, & Muñoz, 2007, pág. 41)

Por su parte, Muñoz (2007, citado por Velázquez & Echaniz, 2011) señala:

La gestión óptima de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas como nuevo modelo de gestión y filosofía empresarial supone,

además del cumplimiento estricto de las obligaciones morales, éticas y legales vigentes, la integración voluntaria en el gobierno, estrategia y administración de las mismas de determinadas políticas sociales, laborales, económicas, de garantía de los derechos humanos, medioambientales y de igualdad y respeto de la mujer que surgen de la relación transparente con los diferentes stakeholders o grupos de interés, es decir, de las relaciones que posee la propia empresa con su capital humano, proveedores, consumidores y clientes, competencia, accionistas, entorno medioambiental, administración pública y la sociedad, en general. (p. 143)

Considerando todas las anteriores definiciones sobre responsabilidad social corporativa:

Según Davis (1973, citado por Quiroga, 2011) asume que la responsabilidad social comienza donde la ley termina. Es decir, la compañía no está siendo socialmente responsable si se conforma simplemente con los requerimientos mínimos de la ley, porque esto es lo que haría cualquier buen ciudadano.

3.2.1.2 Relación de la responsabilidad social corporativa con la administración

A los inicios de la administración y antes de la concepción del término RSC toda decisión dentro de la corporación era referente a una dimensión económica para satisfacer a los accionistas, el fin único de la organización era responder a los dueños con inversiones redituables. Próximamente en los años 1885 y 1940 el movimiento clásico-administrativo proporcionó una base racional y científica en la administración de las organizaciones. Todos con énfasis en la productividad laboral y sus incentivos eran principalmente económicos (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018).

Posteriormente, las evidencias en la sociedad como el deterioro ambiental, el aumento de la pobreza y de la inequidad en el ámbito mundial fueron periodos donde escritores como Davis (1960) expuso ideas como “las decisiones y acciones de los hombres de negocios deben de ser razonadas,

más allá de los intereses directamente económicos o técnicos de la firma” (p. 70, citado por Quiroga, 2011).

Actualmente, la administración tiende a reunir otras dimensiones; basándose en el aporte de John Elkington con su modelo conocido como la triple cuenta de resultados o en inglés “The tripple bottom line”, donde presenta tres dimensiones de la RSC la económica, social y medioambiental (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018). Mientras, Ramírez (2006, citado por Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018) define:

La dimensión económica se caracteriza por obtener resultados financieros a corto plazo y con poco riesgo en beneficio de los accionistas; la dimensión social se preocupa por generar empleos de condiciones aceptables para los empleados e inclusión en la toma de decisiones; y por último, la dimensión medioambiental abarca el control de los efectos ambientales ocasionados por la actividad económica, el ahorro de recursos y la minimización de residuos. (p. 31)

3.2.1.3 Teorías administrativas

Según Mathieu (2016, citado por Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018), “las teorías describen cómo creemos que funcionan las cosas” (p. 32). Con ese breve entendimiento, se entiende que “las teorías administrativas pretenden establecer la base de las prácticas organizacionales, es decir, qué deben hacer las corporaciones para prosperar y trascender en el mundo de los negocios” (p. 32).

La evolución de las teorías administrativas fue aportes de diversos autores que buscan ofrecer un método para que la organización aproveche los recursos en la producción de bienes y servicios, asimismo, prescripciones eficientes y eficaces relacionadas al marco político dentro del cual se opera (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018).

3.2.1.4 Teoría del intercambio social

La teoría del intercambio social une diversas disciplinas; antropología, sociología, economía, entre otras. Por su amplia capacidad de aplicación los autores Rojas-Vargas & Madero-Gómez (2018) consideran apropiado mencionar esta teoría como aporte teórico a la RSC, donde “este intercambio social implica una serie de interacciones que generan obligaciones entre los participantes. Los objetos del intercambio pueden ser bienes materiales, existen también elementos inmateriales [aprobación y prestigio], ya que una empresa obtiene un reconocimiento y distintivo al realizar acciones positivas” (p. 33).

Por su parte, Cook (1977, citado por Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018) establece que una relación de intercambio entre dos actores consiste en transacciones voluntarias que implican la transferencia de recursos para beneficio mutuo; el término actores aplica a individuos, corporaciones u organizaciones y el término recurso se refiere a cualquier actividad, servicio o mercancía. En este caso, la organización proporciona recursos a los diversos actores esperando que a su vez ellos le otorguen algo a cambio; en este contexto, las organizaciones son responsables ante las acciones que generan y desean regresar algo a la comunidad en la que se desarrollan y de la cual obtienen todos sus beneficios. (p. 32)

Considerando la teoría del intercambio social y la importancia de la RSC: Primero, toma al conjunto de actores tanto internos como externos forman parte de la organización, identificar quienes son estos actores interesados en el intercambio es fundamental (Hill & Jones, 1992, citados por Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018). Segundo, las compañías devuelven a las comunidades una parte de lo que ganaron; como forma de contribuir a su desarrollo (Chiavenato, 2002, citado por Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018).

3.2.1.5 Teoría social de Carroll o teoría de la pirámide

Carroll (1983, citado por Mozas & Puentes, 2010) concretó el concepto de la RSC, señalando que:



La RSE implica la realización de un negocio de manera que sea económicamente rentable, respetuoso de la ley, ético y socialmente solidario. Por tanto, ser socialmente responsable, significa que la rentabilidad y la obediencia a la ley son ante todo las condiciones para debatir la ética de la empresa y el grado en el que se apoya a la sociedad, con las contribuciones de dinero, tiempo y talento. (p. 80)

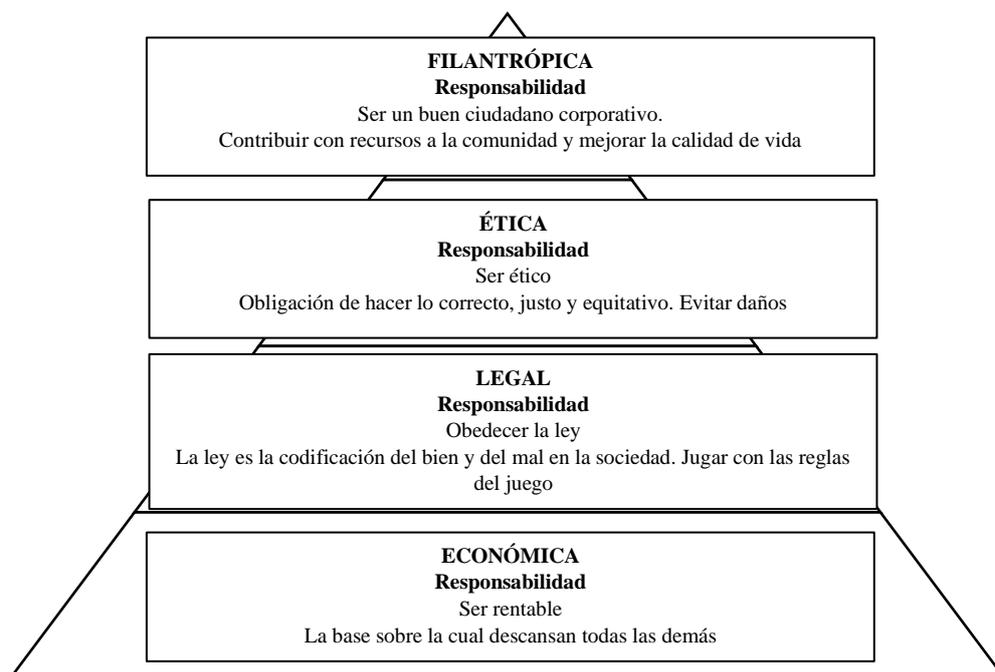
Dicho de otra manera, Carroll (1991) menciona que:

Para que la Responsabilidad Social Corporativa sea aceptada por una persona con conciencia, esta debe de estar enmarcada de tal manera que alcance a abarcar todas las responsabilidades de la empresa. Es decir, las cuatro clases de responsabilidad social deben de estar incluidas en la Responsabilidad Social Corporativa: económico, legal, ético y filantrópico. Además, estas cuatro categorías o componentes de la Responsabilidad Social Corporativa, deben representarse como una pirámide. Podemos asegurar, que todas estas categorías de responsabilidades han existido siempre en algún grado, pero sólo en años recientes, las funciones éticas y filantrópicas han tenido un lugar significativo. (Quiroga, 2011, p.24)

Carroll (1991, citado por Canessa & García, 2005) desarrollo la teoría de la pirámide (Figura 1) donde plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, observado como una pirámide. Para aclarar el autor indica que estos cuatro componentes deben ser cubiertos no de forma secuencial, sino de forma integral. Por lo mismo Carroll (1991, citado por Mozas & Puentes, 2010) indica que “La responsabilidad social de la empresa implica el deber de obtener un beneficio, obedecer la ley, ser ético y ser un buen ciudadano” (p. 81).

Figura 1

La pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa



Nota: Adaptado de “La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas” (p. 81), por Carroll (1991, citado por Mozas & Puentes, 2010), REVESCO, 103.

El primer elemento se domina responsabilidades económicas, representada en el gráfico como la base de la pirámide, se encarga de la producción de bienes y servicios, el cual, cubre las necesidades del cliente por el cual la compañía percibe una ganancia (Canessa & García, 2005).

Segundo elemento es la responsabilidad legal, involucra el cumplimiento estricto de las leyes y normativas dispuestas por el estado donde se efectúa sus actividades la empresa (Canessa & García, 2005).

Tercero es el elemento de responsabilidades éticas, entendido por la empresa en actuar de forma justa y razonable, considerando su relación con otros grupos evitar daño o minimizar la consecuencia de sus actividades. Asimismo, considerar aquellas actividades y prácticas que se espera cumpla la empresa, sin comprometer los intereses propios no siendo estos estipulados en la ley (Canessa & García, 2005).



Cuarto elemento se denomina responsabilidades filantrópicas, corresponde al cumplimiento de “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” (Canessa & García, 2005, pp. 14-15).

Por su parte, como diferenciamos el tercer y cuarto elemento. Se entiende por ético cuando “la empresa quiere cumplir con las normas éticas de la sociedad” (Canessa & García, 2005, pp. 14-15) y es filantrópico porque “representan más bien una actividad voluntaria de parte de las empresas” (Canessa & García, 2005, pp. 14-15).

3.2.1.6 Teoría de los Stakeholders

Freeman, autor de la teoría de los stakeholders lo define como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o puede ser afectado por el logro de los objetivos organizacionales” (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018, p.33).

Los “Stakeholder es una persona o grupo de personas, presentes y futuras, que tiene un interés en la empresa o que se ven o pueden verse afectados por las operaciones que ésta realiza” (Moreano, 2013, p. 488). Por su parte, Freeman (1984, citado por Montañez & Gutiérrez, 2015) menciona que los participantes son cualquier grupo o individuo que tiene influencia o es afectado por la actividad o los objetivos de la empresa, los mismos que pueden tener un sinnúmero de clasificaciones y formas que, además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa. Asimismo, según Rojas-Vargas & Madero-Gómez (2018) un aporte adicional del precursor de esta teoría, es conformada por seis grupos de interés; empleados, gerentes, accionistas, proveedores, clientes y la comunidad local, los mismos que cuentan con tres atributos clave: urgencia, legitimidad y poder.

Por su parte, Bajo, González & Fernández (2013) concuerdan que la dirección estratégica de la empresa no solo debiera atender a la consecución de los objetivos de los accionistas y dueños, sino de un más amplio abanico de interesados: trabajadores, clientes, sociedad en su conjunto, proveedores, etc. Resultando beneficioso para la supervivencia de la empresa a largo plazo, muy a pesar que, el objetivo de la gestión y la razón profunda de ser de la empresa es la maximización a largo plazo del bienestar de todos los stakeholders, logrando cumplir con la condición de permitir la consecución de un resultado económico-financiero capaz de llenar suficientemente las expectativas de los accionistas.

Según Montañez & Gutiérrez (2015) determina la existencia de siete grupos de interés para la empresa: (a) la Responsabilidades para con los propietarios y accionistas, (b) Responsabilidades para con los trabajadores, (c) las responsabilidades para con los clientes, (d) las responsabilidades para con los proveedores, (e) las responsabilidades para con la comunidad, (f) las responsabilidades para con el gobierno y (g) las responsabilidades para con el medio ambiente.

Por su parte, “la administración no puede cumplir con las peticiones de todos los actores; sin embargo, intentará poner sobre la mesa las diferentes peticiones para que sean tomadas en cuenta buscando lograr la convergencia de todas ellas en sus acciones” (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018, p 33). Así pues:

Es acertado pensar que la estrategia que utiliza una organización para tratar con cada stakeholder depende de la importancia del mismo para la organización en relación con otros stakeholders. Sin embargo, debe hacer lo posible por mediar la importancia de unos sobre otros cuidando el bienestar general y las relaciones entre todos. (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018, p. 33)

3.2.1.7 Teoría de los recursos humanos

El desarrollo histórico de la administración sufre cambios frente a los abusos y demandas contra la empresa por sus trabajadores. Estudiosos como Frederick Taylor presentan puntos a favor de la clase obrera por medio de mayores beneficios, teniendo solo una consideración la remunerativa. Mientras, Henry Fayol con su teoría clásica se postulan 11 principios para la administración que favorecen al bienestar de las personas, tales como la remuneración justa, comunicación entre los niveles organizacionales y la importancia de la equidad (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018).

Asimismo, se considera la teoría de las relaciones humanas como una integración a los vacíos en las teorías administrativas. Destacando a pensadores humanistas como Elton Mayo, quien denominó las relaciones humanas y resalta su preocupación por el factor humano (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018). “Mayo buscaba que las relaciones humanas fueran psicológica y económicamente viables, para satisfacer simultáneamente las necesidades del individuo y de la sociedad al tiempo en que se satisfacen las necesidades del desempeño económico” (Sarachek, 1968; citado por Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018, p. 34).

Además, trabajos como de McGregor que buscó introducir la psicología en la administración, quien consideró el aporte de Abraham Maslow, para introducir en la administración una nueva apreciación del ser humano en el trabajo industrial para poner énfasis en el potencial humano, destacando su desarrollo humano como finalidad primordial y elevando el papel de las personas en la sociedad industrial. Con el principal objetivo de vincular los objetivos organizacionales con los individuales (Rojas-Vargas & Madero-Gómez, 2018).

3.2.1.8 Modelos teóricos

3.2.1.8.1 Modelo de RSE Perú 2021

La institución Perú 2021 tiene como misión:



Contribuir con el desarrollo de un proceso dinámico a nivel nacional para el logro de una visión compartida de largo plazo para el Perú; donde la empresa se convierta en un motor de desarrollo e incorpore la responsabilidad social como una herramienta de su gestión, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida y competitividad de su entorno. (Canessa & García, 2005, p. 88)

El Modelo de RSE Perú 2021 se desarrolló a fin de identificar los principales stakeholders o grupos de interés o individuos para la firma, asimismo, señalar las acciones que pueden efectuarse para cada uno de estos y los beneficios que generen las mismas. Este modelo tiene por objetivo el brindar herramientas a la empresa en la comprensión e implementación de la RSE (Canessa & García, 2005).

Según Canessa & García (2005) el modelo identifica 7 actores definidos de la siguiente manera: Primero, los accionistas/inversionistas son “personas que han realizado un aporte de capital monetario o no monetario a una empresa para su funcionamiento” (Canessa & García, 2005, p. 41). En segundo, los colaboradores y sus familias “son todas las personas naturales que realizan una labor de cualquier clase en pos del beneficio de la empresa y del suyo propio” (Canessa & García, 2005, p. 43). Tercero, los clientes/consumidores “es la persona u organización que adquiere (compra o alquila) un producto o servicio a cambio de una cantidad determinada de dinero” (Canessa & García, 2005, p. 47). Cuarto, los proveedores “es una entidad de negocios que suministra a la empresa bienes y/o servicios necesarios para, y utilizarlos en, la producción de los bienes y/o servicios de la compañía” (Canessa & García, 2005, p. 49). Quinto, el gobierno “es el conjunto de instituciones que representan al Estado de un país (...) incluye el poder ejecutivo, el poder legislativo, el poder judicial, los

ministerios, gobiernos regionales, municipalidades, entre otros” (Canessa & García, 2005, p. 50). Sexto, la comunidad “es un grupo o conjunto de personas (o agentes) que comparten elementos en común (...). La empresa determina su pertenencia a una comunidad por su ubicación geográfica y el impacto que causa a la misma” (Canessa & García, 2005, p. 51). Y por último, el medio ambiente “es el entorno en el cual una organización opera, incluidos el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos y sus interrelaciones” (Canessa & García, 2005, p. 53).

3.2.1.8.2 Modelo ETHOS

Inicialmente desarrollado por el Instituto Ethos del Brasil, se entiende como:

Los Indicadores Ethos de RSE, son una herramienta de aprendizaje y evaluación de la gestión de las empresas que se refieren a la incorporación de prácticas de responsabilidad social, al planeamiento estratégico, al monitoreo y desempeño general corporativo. Son un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de uso esencialmente interno a la empresa. El sistema de los Indicadores Ethos permite que las organizaciones acompañen, en forma voluntaria, la gestión de responsabilidad social de sus proveedores y clientes, con acceso a esas informaciones, siempre y cuando obtengan autorización para ello. Por su lado, los proveedores y clientes, al llenar el cuestionario de los Indicadores Ethos, pueden autorizar, por el mismo sistema, que las empresas tengan acceso a sus datos de registro, respuestas a los Indicadores Ethos e Informe de Diagnóstico. (Rodríguez, 2014, p. 424)

Asimismo, Rodríguez (2014) señala que los instrumentos ETHOS se encuentra organizado en 07 temas mencionados a continuación: (a) Valores, transparencia y gobierno corporativo. (b) Público interno. (c) Medioambiente. (d) Proveedores. (e) Consumidores y clientes. (f) Comunidad. (g) Gobierno y sociedad. Los cuales se podrán indicar las prioridades, metas e iniciativas conjuntas, facilita las evaluaciones periódicas y promueve la evolución contante de la compañía hacia un fin común.

3.2.1.9 Conceptos relacionados con la responsabilidad social empresarial o corporativa

3.2.1.9.1 Desarrollo sostenible

La definición planteada por la Comisión Brundtland/ONU “es el desarrollo que permite satisfacer las necesidades de la generación de hoy sin perjudicar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer las suyas” (Canessa & García, 2005, p. 16).

El concepto de desarrollo sostenible involucra las siguientes tres dimensiones:

Primero, la dimensión económica “se centra en mantener el proceso de desarrollo económico por vías óptimas hacia la maximización del bienestar humano, teniendo en cuenta las restricciones impuestas por la disponibilidad del capital natural” (Priego, 2003 citado por Díaz & Escárcega, 2009, p. 109).

Segundo, la dimensión social “consiste en reconocer el derecho a un acceso equitativo a los bienes comunes, al conjunto de relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad y que tienen como base la

religión, la ética y la propia cultura” (Díaz & Escárcega, 2009, p. 109).

Tercero, la dimensión ambiental “depende de la capacidad que tengan los actores institucionales y los agentes económicos para conocer y manejar, según una perspectiva de largo plazo, su stock de recursos naturales renovables y su medio ambiente” (Sepúlveda, et al., 1998 citado por Díaz & Escárcega, 2009, p. 109).

3.2.1.9.2 Inversión socialmente responsable (ISR)

Siglas en inglés Socially Responsible Investment (SRI) explicado por De Paola de Gathmann (2014):

El concepto del SRI es utilizado cada vez más por los inversionistas, principalmente los institucionales y sectores financieros, que no sólo están en busca de los mejores rendimientos para sus capitales, sino que se inclinan hacia las compañías que muestran un desempeño socioambiental sólido y ético; de esta manera el sector está, no solamente promoviendo el desempeño sustentable y las prácticas de sostenibilidad en las empresas receptoras de capital de inversión, sino además están ejerciendo su propia RSE, al hacer inversiones “responsables”. (p. 345)

Se considera iniciativas de inversión socialmente responsable en el ámbito económico, además de análisis financiero al cual están sujetas las empresas para formar parte de un fondo de inversión, se valora la calidad de gobierno corporativo como indicador de la buena gestión de la firma. En el área social, suele distinguirse entre las prácticas sociales internas (relación con trabajadores y proveedores) y externas (relaciones con la comunidad). Por su parte, el área ambiental se premian las iniciativas innovadoras

con dirección a lograr reducir al mínimo posible el impacto de la actividad de la compañía en medio natural (Balaguer, Fernández, & Muñoz, 2007).

3.2.1.9.3 Gobierno corporativo

El gobierno corporativo, según Rodríguez (2014) es:

Conjunto de principios y normas que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa, como son los tres poderes dentro de una sociedad: los accionistas, directorio y alta administración. Un buen Gobierno Corporativo provee los incentivos para proteger los intereses de la compañía y de los accionistas, monitorizar la creación de valor y uso eficiente de los recursos brindando transparencia de información. (p. 425)

Autores como Canessa & García (2005) consideran al gobierno corporativo como el sistema que provee de una estructura que permitirá a la firma determinar objetivos, los medios necesarios para alcanzarlos y la forma de conseguir un seguimiento del desempeño.

3.2.1.10 Administración de los grupos de interés

Perdiguero y García (2005, citado por Montañez & Gutiérrez, 2015) indica lo siguiente respecto a la administración de los grupos de interés donde “los grupos se relacionan con las empresas a través de las responsabilidades; en las relaciones con los trabajadores, en la calidad y utilidad social del producto, en la creación y mantenimiento de empleos y en la actitud responsable” (p. 35).

Según la teoría de los grupos de interés o stakeholders menciona que las empresas deben identificar a estos grupos, basados mediante un proceso de diálogo, y tener una respuesta mediante la aplicación de las mejores

políticas y prácticas para responder las exigencias de estos grupos (Montañez & Gutiérrez, 2015). Para González (2001, citado por Montañez & Gutiérrez, 2015) “piensa que se deben clasificar los grupos para entender las relaciones que pueda haber entre ellos” (p. 36) mencionando dos formas para hacerlo: (a) Se clasifican en primarios y secundarios. Los primarios incluyen a los propietarios, clientes, empleados y proveedores, los secundarios integran a todos los otros grupos interesados, como los medios masivos de comunicación, competidores, gobierno, el público y la sociedad. (b) Otra clasificación que es muy utilizada se limita exclusivamente al ámbito de actuación de los grupos, los cuales se diferencian entre internos y externos, es decir, entre aquellos que están dentro o fuera de la organización (Montañez & Gutiérrez, 2015).

Montañez & Gutiérrez (2015) propone y define estos grupos de interés, siguiendo las definiciones dadas con anterioridad:

Tabla 3

Grupos de interés

GRUPOS DE INTERÉS INTERNOS	
Accionistas/Propietarios	Poseen participaciones en la propiedad de la empresa.
Empleados	Realizan su trabajo dentro de la entidad, con contrato laboral o profesional y reciben una retribución dineraria o en especie.
GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS	
Clientes	Consumidores o usuarios de productos y servicios.
Proveedores	Aportan trabajos, productos y servicios sin pertenecer a la empresa, en ocasiones de manera exclusiva.
Medio ambiente	Entorno físico natural que incluye el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna, los recursos no renovables, así como el patrimonio cultural y artístico.
Gobierno	Poderes públicos en los niveles federal, estatal y municipal.
Comunidad, sociedad y público en general	Entidades de iniciativa pública o privada del entorno local de la empresa como: Asociaciones, Fundaciones, que no tienen relación directa pero que pueden influir.

Nota: Tomado de Montañez & Gutiérrez, *La responsabilidad social empresarial desde el enfoque de los grupos de interés*, 2015, p. 36.



3.2.1.11 Descripción de los grupos de interés

Autores como González (2001) y Debeljuh (2009) “identificaron los intereses, obligaciones y responsabilidades de gestión para cada uno de los grupos de interés” (Montañez & Gutiérrez, 2015, p. 37); el mismo que se detallan en los siguientes párrafos.

3.2.1.11.1 Responsabilidad para con los accionistas

Los accionistas en definición sencilla “son las que han realizado un aporte de capital monetario o no monetario a una empresa para su funcionamiento” (Canessa & García, 2005, p. 41). Es por ello, que el capital aportado debe ser utilizado de manera efectiva para producir mayores beneficios que se resume como la responsabilidad de la empresa.

En suma, las acciones que la empresa pueda tomar traerían diversos beneficios como el desarrollo de un plan de comunicación integral que refuerce la imagen y mejore las relaciones de la empresa con los stakeholders, genera información para la toma de decisiones, convierte a la empresa en un agente de cambio al aplicar la RSE y mejora el desempeño financiero y comercial (Canessa & García, 2005). Según el Modelo Perú 2021, las acciones consideradas clave en la responsabilidad con los accionistas son:

- a) Identificar y comprometer al más alto nivel de la empresa para que apuesten por una gestión con RSE. “Se debe sensibilizar a la alta dirección para que la misma sea quien lidere el cambio dentro de la organización. El liderazgo es la clave para que la implementación de la RSE sea integral dentro de la empresa” (Canessa & García, 2005, p. 42).
- b) Incorporar la RSE en el modelo de gestión de la empresa. “Esto implica que se incluya en la visión, misión, políticas,

prácticas y en la toma de decisiones en todos los niveles de la empresa la ética empresarial” (Canessa & García, 2005, p. 42).

- c) Adoptar mejores prácticas de buen Gobierno Corporativo. “sistema por el cual las empresas son dirigidas y controladas (...), provee una estructura a través de la cual se establecen los objetivos de la empresa, los medios para alcanzarlos y la forma de hacer un seguimiento a su desempeño” (Canessa & García, 2005, p. 42).
- d) Evaluar la gestión bajo el enfoque de la “Triple línea de resultados” o el Reporte de Sostenibilidad. Implica medir y reportar el desempeño económico, social y medio ambiental. Este medio se convierte en una vía de comunicación entre la empresa y sus grupos de interés (Canessa & García, 2005).

3.2.1.11.2 Responsabilidad para con los trabajadores/colaboradores

La primera premisa de la RSE es un trato equitativo y respetuoso al principal activo de la empresa. Se enumeran lineamientos básicos a seguir como es el respeto a los derechos constitucionales, la gestión responsable de los recursos humanos (sueldos e incentivos justos, desarrollar programas de capacitación, mantener la seguridad e higiene, lo que garantiza el desarrollo en la vida laboral y familiar. Además, de mantener un clima laboral grato y positivo). Responsabilidades que la empresa esta exigida a cumplir y exige a sus sigan las instrucciones de los directivos, hablen favorablemente de la empresa y sean responsables en las comunidades en las cuales operan (Montañez & Gutiérrez, 2015).



Según Canessa & García (2005) los beneficios de aplicar la RSE son para reducir el costo operativo, ausentismo, baja rotación de personal, reducir el stress y motivar al personal, mejorar la eficacia y el rendimiento, generar identificación con la compañía e integración del personal y; desarrolla a las personas en el ámbito profesional y personal.

Por ello se ejecutan las siguientes actividades:

- a) Balance de vida en la empresa “es la integración armoniosa y holística del trabajo y el no-trabajo, para que las personas puedan lograr su potencial a través de los entornos en que ellos viven” (Canessa & García, 2005, p. 44).
- b) Trabajo en equipo “Se refiere a la labor colectiva sincronizada y sobretodo efectiva de un grupo de personas en una empresa” (Canessa & García, 2005, p. 44).
- c) Capacitación y desarrollo profesional “es la adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo. Consiste en una actividad planeada y basada en las necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos del colaborador” (Canessa & García, 2005, pp. 44-45).
- d) Cumplimiento de normas laborales: Ser respetuosos de la ley que protege los derechos del trabajador, la abolición del trabajo forzado u obligatorio, eliminación del trabajo infantil y la discriminación con respecto al empleo o la ocupación (Moreano, 2013).
- e) Desarrollo de iniciativas por parte de la empresa para prevenir, denunciar y sancionar toda forma de acoso. Acoso moral “es la exposición de los colaboradores y trabajadoras a situaciones humillantes y apremiantes,

repetitivas y prolongadas, durante la jornada de trabajo y en el ejercicio de sus funciones. Las más comunes se dan en las relaciones jerárquicas autoritarias y asimétricas, en las que predominan conductas negativas, relaciones deshumanas y no éticas de larga duración, de uno o más jefes, respecto a uno o más subordinados, desestabilizando la relación de la víctima con su ambiente laboral y la organización, forzándola a desistir del empleo”. Fuente: www.asedimoral.org citado por (Sara de Talavera, s/f, pág. 44).

- f) Promover la vinculación de poblaciones diversas. La empresa se compromete a cumplir con la legislación vigente que prohíbe la discriminación étnica o racial y cualquier forma de intolerancia en el mundo laboral e introduce en su cultura una postura contraria a todo tipo de prejuicio respecto a los grupos de interés (Sara de Talavera, s/f).
- g) Negociación colectiva. Cumple dos funciones la primera, determinar las remuneraciones y las condiciones de trabajo de los colaboradores de quienes se apertura la negociación; mientras que la otra función recae en la negociación de partes para determinar las normas que regirán la relación laboral (Canessa & García, 2005).
- h) Promoción de la gestión participativa. Se pone a disposición informaciones sobre la empresa y capacita a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas. Los empleados tienen acceso a información con la única finalidad de ser partícipes en las decisiones estratégicas, la gestión de riesgos y oportunidades, además estos guardan comunicación con los miembros de gobierno corporativo (Sara de Talavera, s/f).

- i) Compromiso con la promoción de equidad de género. En efecto la empresa asume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de las personas que garanticen oportunidades iguales para hombres y mujeres en los procesos de promoción, admisión y movilidad interna. Esto es posible con acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de hombres y mujeres que trabajan en la firma (Sara de Talavera, s/f).

3.2.1.11.3 Responsabilidad para con los clientes

La responsabilidad para con los clientes se manifiesta mediante calidad de sus productos, es decir, contribuir al bienestar de las personas por medio de los productos o servicios que constituyen su actividad específica; comprometiendo a la empresa con la responsabilidad ética (Montañez & Gutiérrez, 2015). En esa línea Moreano (2013), señala que la responsabilidad de la empresa es hacerse cargo “Tanto salud y seguridad como la ética comercial son las áreas de responsabilidad esenciales a tener en cuenta para con este stakeholder” (p. 490).

Según Canessa & García (2005) los beneficios obtenidos generan lealtad, mejora la imagen institucional, satisfacción en los clientes, entre otros. Y las actividades que se desarrollan en este grupo son:

- a) Fortalecer la comunicación con los clientes. Es esencial entender que la comunicación como una herramienta para resolver algunos problemas, se habla de fortalecer los puentes o medios de comunicación (Rincón, 2014). En ese entender:

La empresa deberá desarrollar unidades de atención al cliente, conocer los niveles de satisfacción de los productos o servicios que brinda, informar al consumidor de las especificaciones del producto de manera clara y transparente, promover el consumo responsable, investigar e innovar permanentemente en productos que beneficien la salud y reduzcan los posibles daños al medio ambiente. Las comunicaciones y campañas de mercadeo deberán estar enmarcadas en los principios y valores éticos de la organización, en los derechos humanos y en las normativas legales que atienden este aspecto. (Pimentel, 2014, pp. 228-229)

- b) Marketing responsable. Engloba las “actividades empresariales que definen las relaciones de la compañía con sus consumidores” (Canessa & García, 2005, p. 47).
- c) Adopción del sistema de gestión de calidad ISO 9000. “Es un término que se utiliza para referirse a una serie de normas internacionales establecidas para sistemas de calidad (...) consta de requisitos y directrices que permiten establecer y mantener un sistema de calidad en la compañía” (Canessa & García, 2005, pp. 47-48).
- d) Promover la excelencia de atención. La empresa lo puede generar mediante prácticas de buen servicio a los clientes, estas acciones suman de manera significativa ganancias para la compañía. Se pone atención en los empleados que deben estar motivados y comprometidos, puesto que son la diferencia para generar en el cliente una experiencia positiva (Sosa, 2014).

La empresa facilita al cliente “fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus

requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados” (Sara de Talavera, s/f, p. 61).

- e) Promoción de técnicas de ventas éticas y el respeto a la privacidad de los clientes. El autor Schwalb M. (2011) “comprende el respeto de la intimidad y de los espacios privados que pertenecen al consumidor y a su familia y que se deben reflejar en la existencia de políticas que lo protejan en este sentido” (p. 100). Se podría resumir en “actividades de marketing no se entrometan en la vida privada del consumidor sin su autorización, que no invadan sus espacios íntimos, (...) el rechazo de las técnicas de venta intrusivas [o] invasiva y a presión que violan los espacios privados del consumidor” (Schwalb M., 2011, p. 101). Asimismo, se presentan limitaciones de la información confidencial que se obtiene del consumidor.

3.2.1.11.4 Responsabilidad para con los proveedores

Primero se debe entender que la “empresa es un cliente del proveedor, y en este sentido, se habla de una necesidad mutua, pues los proveedores y la empresa pueden mejorar o caer los dos juntos” (Montañez & Gutiérrez, 2015, p. 38). Y asumir que el proveedor exige se mantenga “una relación de confianza y beneficio mutuo basada en la libre competencia, la transparencia y justicia en la elección, así como el cumplimiento de los contratos establecidos” (Moreano, 2013, p. 494).

- a) Promover las prácticas de RSC. La empresa incentiva a los proveedores aplicar las prácticas de RSC mediante la adopción de criterios de selección, donde se plantean

exigencias que el proveedor debe cumplir (Canessa & García, 2005). Estos beneficios se reducen a “mejor calidad para la empresa, menor riesgo y generación de valor agregado para la cadena de producción del producto y /o servicio” (Canessa & García, 2005, p. 49).

- b) Transferir sus recursos intangibles (know how). Considerado como una estrategia donde la “empresa traspasa sus recursos intangibles (los conocimientos y experiencias de los empleados, el know-how de la empresa, etc.) a sus proveedores para generar un aporte de valor diferencial a la empresa frente a sus competidores” (Canessa & García, 2005, p. 49).
- c) Aplicación de criterios de selección y evaluación es fundamental para la empresa “tener muy claro qué criterios de evaluación permitirán realizarla eficientemente” (Canessa & García, 2005, p. 49) del proveedor con el cual se trabajará. Al tratarse de un servicio el proveedor manifiesta la calidad de su trabajo por medio del “profesionalismo (...) y de su personal de contacto, en su fiabilidad, su reactividad, su accesibilidad, su comprensión, su capacidad de comunicación, su credibilidad, la seguridad que brinda al cliente y la tangibilidad de los servicios ofrecidos” (Schwalb M., 2011, p. 98).
- d) Apoyo para el desarrollo de proveedores. La firma contribuye en la mejoría del estándar gerencial de los proveedores, ofreciendo a su “disposición informaciones y al promover actividades conjuntas de entrenamiento” (Sara de Talavera, s/f, p. 57). Además, “mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de

negociación que contemplan su crecimiento futuro” (Sara de Talavera, s/f, p. 57).

3.2.1.11.5 Responsabilidad para con el gobierno

Frente a la RSC un gobierno realiza cuatro funciones para “activar, orquestar y modular las actividades empresariales” (Gutiérrez & Gonzáles, 2011, p. 135), es decir, medios como “la regulación y el fomento son los instrumentos usados por las autoridades para incentivar el cumplimiento legal y fiscal mediante sanciones, multas y asistencia técnica” (Montañez & Gutiérrez, 2015, p. 39)

Toda iniciativa gubernamental busca “sensibilizar a los actores públicos y privados hacia la RSE, desarrollar competencias para integrarla a las empresas y crear un contexto para su desarrollo. Políticas públicas efectivas (...) consiguen promover, articular iniciativas, asegurar la transparencia y apoyar y desarrollar la RSE” (Gutiérrez & Gonzáles, 2011, p. 135).

Considerando la relación de la empresa con el gobierno puede ver dos escenarios. Primero, considerar al gobierno y la legislación como obstáculos de la firma, ante los que hay que adoptar una estrategia; o como segundo lugar considerarlos como un grupo de interés que debe gestionarse para evitar conflictos y sanciones. Sin embargo, es fundamental que la relación gobierno y sector privado se base en confianza y trabajo coordinado a fin de aumentar el éxito gran escala y eficiencia para el desarrollo de programas en la solución de problemas sociales (Montañez & Gutiérrez, 2015; Gutiérrez & Gonzáles, 2011).

- a) Alianzas interinstitucionales. “Es una relación formal entre diversas instituciones (empresa, organizaciones de la sociedad civil y/o gobierno) formada con el objetivo de generar sinergias ya que de alguna u otra manera las instituciones son complementarias” (Canessa & García, 2005, p. 50).
- b) Acuerdos de cooperación. “Es el trabajo en conjunto realizado entre diversas instituciones (empresa, organizaciones de la sociedad civil y/o gobierno) con el objetivo de alcanzar un mismo fin” (Canessa & García, 2005, p. 50).
- c) Transferencia de recursos intangibles (know how) el fin de la empresa es ofrecer su colaboración por medio de recursos intangibles (el know-how de la empresa, los conocimientos y experiencias de los empleados, etc.) a las instituciones públicas con las que se relaciona el objetivo es aportar con un valor diferencial frente a sus competidores (Canessa & García, 2005).
- d) Acciones de liderazgo e influencia social. “Participa en comisiones y grupos de trabajo, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socio ambiental” (Sara de Talavera, s/f, p. 75).
- e) Participación en proyectos sociales gubernamentales. “Contribuye ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente a programas y proyectos del poder público, en respuesta a solicitudes de las autoridades” (Sara de Talavera, s/f, p. 76).

3.2.1.11.6 Responsabilidad para con la comunidad

Según Pimentel (2014) “la empresa defina su área de actuación; es decir, conociendo sus intereses sociales y sus fortalezas, la empresa debe establecer en qué tema, y dónde quiere incidir y acompañar a la comunidad de acuerdo a sus necesidades y características” (p. 229). Las acciones podrán ser filantrópicas o tomarán un sentido de transformación y desarrollo. Se entiende que “la organización asume un sentido filantrópico, su ejecución será netamente administrativa y de corto plazo. Si decide involucrarse en un proceso de transformación y desarrollo, cuyas consideraciones son de mediano y largo plazo” (Pimentel, 2014, p. 229). Las acciones que podrían suscitarse son: destinan recursos a fines del desarrollo educativo, cultural y deportivo, por otro lado, apoyo económico mediante donaciones o en especie a instituciones en caso de desastre; asimismo, ofrecer trabajo en la comunidad e incluso la colaboración con otras organizaciones para contribuir en la solución un tema de interés público (Montañez & Gutiérrez, 2015).

- a) Apertura al diálogo implica conocer “expectativas de cada uno de sus grupos de interés. [y] Se debe generar un plan de acción integral sobre la base de las mismas y los objetivos de la organización” (Canessa & García, 2005, p. 52).
- b) Programas de desarrollo local (económicos y sociales). La empresa a fin de mejorar las relaciones con la comunidad puede desarrollar programas con impacto económico (cadenas productivas locales, plan de micro crédito, etc.) y social (mejorará la educación, salud, etc.) para beneficio de las personas (Canessa & García, 2005).

- c) Voluntariado corporativo se entiende al “conjunto de actividades promovidas y facilitadas por la empresa con el fin de crear y sostener (...) un canal de participación de los empleados para que, en calidad de voluntarios, brinden su tiempo, capacidades y talentos” (Canessa & García, 2005, p. 52), a organizaciones o grupos que guardan relación con la firma.
- d) Reporte de sostenibilidad o balance social se conoce como “una memoria que la empresa pública periódicamente dando cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a todos los grupos interesados (...). Es también un instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social empresarial” (Canessa & García, 2005, pp. 52-53).
- e) Relaciones con organizaciones locales. “Participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados” (Sara de Talavera, s/f, p. 67).
- f) Financiamiento de la acción social. “Fondos definidos en un presupuesto anual, administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme a criterios preestablecidos [que cuente] con público, metas y estrategias definidos” (Sara de Talavera, s/f, p. 68)
- g) Involucración con la acción social implica hacer “donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios” (Sara de Talavera, s/f, p. 69).

3.2.1.11.7 Responsabilidad para con el medio ambiente

Cualquier problema medio ambiental que el ejercicio de una actividad económica realiza, la compañía debe hacerse cargo, se sugiere disponer a la mano la información del impacto directo o indirecto que facilite considerar aplicar programas o políticas respecto a reducción del uso de agua y energía, que incluya la prevención de la contaminación, como son las emisiones al agua o al aire, el ruido y el vertido de aguas residuales. Adicionalmente toda adquisición y adopción de tecnologías y métodos para la disminución de dicho impacto (Montañez & Gutiérrez, 2015).

- a) Sistema de gestión de ambiente ISO 14001. El “ISO 14000 se centra en la organización proveyendo un conjunto de estándares basados en procedimiento y unas pautas desde las que una empresa puede construir y mantener un sistema de gestión ambiental” (Canessa & García, 2005, p. 54).
- b) Ecoeficiencia para Stephan Schmidheiny (1992) lo define “como un proceso continuo de maximizar la productividad de los recursos, particularmente energía y agua, minimizando desechos y emisiones y generando valor para la empresa, sus clientes, sus accionistas y demás partea interesadas. Es producir más con menos” (Caldera, 2014, p. 355).
- c) Implementar política corporativa de 3R´s. Se describe como reducir, re usar y reciclar. Primero, reducir implica la reducción de la cantidad de residuos sólidos que se generan. Segundo, re usar implica volver a utilizar productos como bolsas, cajas, entre otros. Finalmente, reciclar ahorra el uso de materia prima, reduce la

acumulación de desechos y los costos de eliminación de los mismos (Canessa & García, 2005).

- d) Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental. “La gestión medioambiental hace referencia a las actuaciones de una empresa que contribuyen a mejorar la calidad ambiental al reducir el impacto de la actividad empresarial sobre el medio ambiente” (Montañez & Gutiérrez, 2015, p. 39). Muchas medidas se basan en “cumplir rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desarrolla programas internos de mejora ambiental” (Sara de Talavera, s/f, p. 46).

- e) Promueve la educación y concientización ambiental. Con el objetivo de contribuir a la concienciación de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental, la empresa además de campañas internas, desarrolla campañas dirigidas a familiares de empleados, consumidores, proveedores, clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa (Sara de Talavera, s/f).

3.2.2 El sistema financiero

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS) define:

El sistema financiero es el conjunto de organizaciones públicas y privadas por medio de las cuales se captan, administran y regulan los recursos financieros que se negocian entre los diversos agentes económicos del país. (SBS, 2009, p. 11)

Asimismo, los agentes que componen el sistema financiero, son: (a) Intermediarios financieros: Bancos, Financieras, Cajas Municipales, Cajas Rurales, entidades de desarrollo de la micro y pequeña empresa. (b) Las empresas: Micro, pequeñas,

medianas o grandes que tienen o necesitan recursos. (c) Las personas naturales y familias que desean ahorrar o quieren dinero prestado para cubrir una necesidad específica. (d) El Gobierno cumpliendo las funciones de ofertante y demandante, el cual se encarga de la regulación (Del Castillo Z., 2019).

Dichos agentes negocian productos financieros (activos y pasivos) en los mercados financieros. Por lo que los mercados financieros deben su existencia a los agentes superavitarios (agentes cuyo ingreso es mayor a su gasto) y los agentes deficitarios (agentes cuyo gasto es mayor a su ingreso y que necesitan financiar su gasto). En este sentido, la intermediación financiera, consiste en canalizar los fondos de los agentes superavitarios (oferta), hacia los agentes deficitarios (demanda), a través de las empresas del sistema financiero, las cuales cumplen el rol de intermediarios entre ambos tipos de agentes. Sin embargo, es necesario mencionar que en el proceso de intermediación financiera, las empresas del sector financiero deben enfrentar los problemas de selección adversa y riesgo moral, lo que impacta directamente en sus tasas de interés (King y Levine, 1993; citado por Del Castillo Z., 2019).

Por último, Del Castillo (2019) menciona dos tipos de intermediación financiera: (a) directa: se da cuando un agente superavitario asume en forma directa el riesgo que implica otorgar los recursos al agente deficitario e (b) indirecta: realizada a través de las instituciones financieras, las que captan recursos de los agentes superavitarios y los canalizan hacia los agentes deficitarios. El riesgo directo, es asumido por las instituciones financieras, hasta cierto monto relacionado a su capital, asumiendo los ahorristas un riesgo indirecto.

Por otra parte, el Fondo Monetario Internacional señala que “Un sistema financiero sano estimula la acumulación de riqueza por parte de las personas, las empresas y los gobiernos, requisito básico para que una sociedad se desarrolle y crezca; y afronte los acontecimientos adversos” (SBS, 2009, p. 11).

3.2.2.1 El sistema de intermediación financiera

Para Ambrosini & López (2011):

La intermediación financiera consiste en mecanismos que permiten transferir los recursos excedentarios (ahorros) a los deficitarios (inversiones). Asimismo, se explicaron algunas diferencias entre la intermediación indirecta y la directa. La primera se estudia principalmente como mercado de valores y la segunda como sistema financiero. (p.33)

Mientras Tong (2007) define el sistema de intermediación financiera son aquellas empresas que tienen como principales actividades el captar depósitos y otorgar préstamos, como podrían ser los bancos y las cajas municipales. Asimismo, se agrupó a mencionadas empresas en tres grupos, tales son: El primer grupo se denomina microfinanzas; agrupa: (a) Caja rural de ahorro y crédito; (b) Cajas municipales de ahorro y crédito (CMAC); (c) Caja municipal de crédito popular; (d) EDPYMES. En segundo grupo se denomina sector no bancari, conformado por: (a) Empresas financieras; (b) Empresas de arrendamiento financiero; (c) Empresas de factoring; (d) Cooperativas de ahorro y crédito; (e) Almacenes generales de depósitos (almaceneras). Mientras que el sector bancario, tercer grupo, está conformado por: los bancos.

El sistema de intermediación financiera se encuentra regulada por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), organismo encargado de la regulación y supervisión de los Sistemas Financiero, de Seguros y del Sistema Privado de Pensiones, así como de prevenir y detectar el lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Tiene como objetivo primordial el preservar los intereses de los depositantes, de los asegurados y de los afiliados al SPP (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2022).

3.2.2.2 Empresas del sistema financiero

Según Ambrosini & López (2011) define a las empresas del sistema financiero como:

- a) Empresa bancaria: es aquella cuyo negocio principal consiste en recibir dinero del público en depósito o bajo cualquier otra modalidad

contractual, y en utilizar ese dinero, su propio capital y el que obtenga de otras fuentes de financiación en conceder créditos en las diversas modalidades o aplicarlos a operaciones sujetas a riesgos de mercado.

- b) Empresa financiera: es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en facilitar las colocaciones de primeras emisiones de valores, operar con valores mobiliarios y brindar asesoría de carácter financiero.
- c) Caja Rural de Ahorro y Crédito: es aquella que capta recursos del público, y cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a la mediana, pequeña y microempresa del ámbito rural.
- d) Caja Municipal de Ahorro y Crédito: es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y micro empresas.
- e) Caja Municipal de Crédito Popular: es aquella especializada en otorgar crédito pignoraticio al público en general, encontrándose también facultada para efectuar operaciones activas y pasivas con los respectivos concejos provinciales y distritales y con las empresas municipales dependientes de los primeros, así como para brindar servicios bancarios a dichos concejos y empresas.
- f) Empresa de desarrollo de la pequeña y microempresa (EDPYME): es aquella cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferentemente a los empresarios de la pequeña y microempresa.
- g) Cooperativas de Ahorro y Crédito: pueden captar recursos del público, entendiéndose por tal a las personas ajenas a sus accionistas, solo si adoptan la forma de sociedades cooperativas con acciones. No se rigen por la Ley General de Cooperativas, sino por la Ley General 26702 y

la Ley General de Sociedades. Están bajo la supervisión de la SBS.
(Ambrosini & López, 2011, pp. 38-39)

3.3 Marco conceptual

a) Responsabilidad social corporativa

La responsabilidad social empresarial se encuentra vinculada a la forma en que las empresas se relacionan con su entorno, tanto interno como externo. De este modo, las empresas no solo satisfacen el interés de sus titulares (accionistas), sino también el de un conjunto de interesados en el quehacer empresarial (stakeholders), tales como consumidores, proveedores, empleados, inversionistas, la comunidad en la que se insertan, etc. (Belaunde, Parodi & Muñoz, 2001, p.7)

b) Responsabilidad con los accionistas

Los accionistas poseen participaciones en la propiedad de una empresa. Siendo la principal responsabilidad de la empresa que, bajo su fin inicial de interés financiero, la empresa es responsable de garantizar el crecimiento y el retorno de la inversión enmarcado en el cuidado, atención y respeto por la creación de valor para con los propietarios (Montañez & Gutiérrez, 2015 y Moreano, 2013).

c) Responsabilidad con colaboradores

Los colaboradores o trabajadores son considerados el primer activo de la empresa. Entonces la responsabilidad con los colaboradores por parte de la empresa abarca el cumplimiento de los derechos humanos y la salud y seguridad como eje clave (Montañez & Gutiérrez, 2015; Moreano, 2013).

d) Responsabilidad con clientes

El cliente es aquel que consume y comprar el bien comercializado por la empresa a fin de satisfacer su calidad de vida y sus necesidades. La empresa tiene entre sus principales responsabilidades a sus clientes es entonces que cuida la salud y seguridad como la ética comercial (Montañez & Gutiérrez, 2015; Moreano, 2013).

e) Responsabilidad con proveedores

Los proveedores son aquellos que ofrecen a la empresa materiales, suministros o tecnología para el desarrollo de actividades. La colaboración con los proveedores es importante para ofrecer un producto o servicio, involucra cultivar relaciones estables y duraderas que fomente el crecimiento conjunto (Montañez & Gutiérrez, 2015; Moreano, 2013).

f) Responsabilidad con el gobierno

El gobierno está conformado por reguladores, legisladores, y poderes del estado, tanto como las instituciones nacionales y locales por el cual se rige legalmente una empresa en el desarrollo de sus actividades. Sin embargo, la responsabilidad con el gobierno es de confianza y cooperación con las autoridades, labor que involucra el cumplimiento de la normativa y la participación en programas sociales que ayude en los problemas actuales (Montañez & Gutiérrez, 2015; Moreano, 2013).

g) Responsabilidad con la comunidad

Por comunidad se entiende a organizaciones y personas que desarrollan la misma actividad o se encuentra cerca de la empresa. Asimismo, se puede incluir a la iglesia, asociaciones vecinales y de otros tipos de entidades con iniciativas públicas o privadas. Estos actores de la comunidad son de interés de la empresa en temas como la salud y seguridad, prevención medioambiental y filantropía donde se toma mayor interés (Moreano, 2013).

h) Responsabilidad con el medio ambiente

Se plantea el desarrollo de la gestión ambiental por parte de la empresa en su contribución hacia la mejora de la calidad ambiental desde el impacto de su actividad empresarial (Montañez & Gutiérrez, 2015).

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Tipo y nivel de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

La investigación fue de tipo básica.

La investigación básica tiene otros nombres como la investigación teórica, pura, dogmática y fundamental. Se “caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él; la “finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico” (Behar, 2008, p. 19).

4.1.2 Método de investigación

La investigación busca medir la *Responsabilidad Social Corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay* bajo el método de investigación deductivo.

El método deductivo construye las conclusiones generales para obtener explicaciones particulares; se inicia con el análisis de los teoremas, postulados, principios, leyes, etc., con aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Bernal, 2010)

4.1.3 Nivel de investigación

La investigación es de nivel descriptiva, según Batthyány & Cabrera (2011) “buscan caracterizar y especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Registran, miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes de los fenómenos a investigar” (p. 33).

4.2 Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, del tipo transaccional o transversal.

El diseño no experimental se trata de observar “los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo” (Behar, 2008, p. 19).

Por su parte, los diseños de investigación transeccional o transversal, quiere decir, un estudio “que se concentran en las características que asume un fenómeno o situación determinados en un momento particular” (Sautu, Bonoilo, Dalle & Rodolfo, 2005, p. 39).

4.3 Población y muestra

Según Lerma (2009) denomina a la población como “el conjunto de todos los elementos de la misma especie que presentan una característica determinada o que corresponden a una misma definición y a cuyos elementos se le estudiarán sus características y relaciones” (p.72).

Al ser una investigación de nivel descriptiva se procuró tener la mayor representación de las empresas financieras, seleccionándose a las 24 empresas financieras registradas y en operación durante el periodo 2019, bajo la información brindada por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) anexo en el Anexo 4, del cual se determinó agruparlo en tres grupos: las cajas y financieras, los bancos y las cooperativas de la ciudad de Abancay, departamento de Apurímac.

Se selecciona a las empresas financieras como objeto de estudio, considerando la importancia de estos en el entorno actual de toda sociedad, es decir, los servicios financieros que estos imparten son un instrumento que podría mitigar la lucha contra la pobreza, puesto que facilita el acceso de los hogares pobres a servicios financieros formales puede contribuir a mejorar sus condiciones de vida y promover el desarrollo económico.

Según lo mencionado anteriormente, la población en estudio es finita y tiene características comunes. Ramírez (1999) menciona que una población finita cuenta con elementos que en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total. Al mismo tiempo, Hernández citado por Castro (2003) muestra que “si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra” (p. 69).



En definitiva, considerando la definición anterior la muestra es censal aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra (Ramírez, 1999). Es decir, la totalidad de mi población es la muestra.

Por otra parte, la aplicación del instrumento (cuestionario) en el presente trabajo se aplicó a los gerentes y/o administradores encargados de la administración de las empresas financieras.

Se consideró relevante seleccionar a los gerentes y/o administradores en la aplicación del instrumento por ser las capacidades y competencias de este cargo el responsable del éxito o fracaso de una firma en el direccionamiento de la consecución de los objetivos; en este caso el gerente y/o administrador busca integrar las diversas áreas de fin de integrar las prácticas de responsabilidad social corporativa en la organización.

4.4 Procedimiento

En la presente investigación se siguió el siguiente proceso de análisis de datos:

Primero, habiéndose solicitado la relación de empresas financieras de la ciudad de Abancay a la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), se procedió con la aplicación de los cuestionarios en las empresas financieras a sus gerentes o administradores con la finalidad de describir la responsabilidad social corporativa en sus entidades.

Segundo, tras la aplicación del instrumento se siguió con la tabulación de los resultados en una hoja de cálculo Microsoft Excel que nos sirvió de instrumento para analizar en la herramienta Statistical Package For The Social Sciences (SPSS).

Tercero, haciendo el uso de la herramienta SPSS se realizó un análisis univariado de los datos, obteniendo tablas estadísticas con distribuciones de frecuencia, media de tendencia central y las medidas de variabilidad.

Cuarto, para la interpretación de los datos se decidió hacer una agrupación por estratos de la población elegida dividida en tres grupos (cajas y financieras, bancos y cooperativas), con la finalidad de realizar una descripción comparativa de los grupos

mencionados anteriormente, seguido de la descripción de la responsabilidad social corporativa por estas empresas financieras.

Finalmente, se concluyó con la redacción de las conclusiones y recomendaciones obtenidas por la investigación realizada.

4.5 Técnicas e instrumentos

4.5.1 Encuesta

Según Bernal (2010), la investigación descriptiva es uno de los tipos o procedimientos más utilizados en la actividad investigativa, que consiste en reseñar “las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio. (...) La realización de este tipo de investigación se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental” (p. 122).

Entonces se puede decir que la “encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas” (Bernal, 2010, p. 194).

Por ello, se utilizó esta técnica para la recolección de datos de la presente investigación de “Responsabilidad social corporativa de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019”.

4.5.2 Cuestionario

Para Bernal (2010), “La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas” (p. 194)

El instrumento (cuestionario) que se utilizó en la recolección de la información del presente trabajo titulado “Responsabilidad social corporativa de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019”, el cual estuvo constituida por 39 ítems de 5 categorías de respuesta.

Tabla 4*Escala de Likert*

Escala del instrumento para recolección de datos				
Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
1	2	3	4	5

El trabajo de investigación toma en consideración la teoría de los stakeholders así como los indicadores PERÚ 2021, como instrumento para describir la Responsabilidad social corporativa de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019. Es decir, “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (Bernal, 2010, p. 250).

El instrumento está compuesto por 7 dimensiones con un total de 39 preguntas aplicados a los gerentes o administradores de las empresas financieras. Asimismo, para la elaboración del cuestionario se tomó en cuenta la teoría de los stakeholders propuesto por FREEMAN y el modelo a la RSE de PERU 2021 propuesto por el instituto Perú 2021.

Entonces, la encuesta fue aplicada en los gerentes o administradores de las empresas financieras, el criterio usado en la aplicación del instrumento en esta población tiene un claro interés en describir la RSC desde la perspectiva de cada institución, considerando las acciones aplicadas alrededor de los indicadores propuestos. Sé considero como conocimiento previo que todas las empresas financieras son obligadas legalmente y presionadas socialmente a ser parte del cambio en la manera de hacer empresa, considerando aspectos económicos, sociales y ambientales. En tal sentido, quien efectúa y determina la gestión de la RSC son los gerentes y/o administradores en toda la empresa.

4.6 Análisis estadísticos

La presente investigación aplicó la estadística descriptiva para el análisis de datos; es decir, implica calcular una serie de medidas de estadística descriptiva (así llamadas porque describen las características generales de un conjunto o distribución de puntajes).



Estas cifras permiten al investigador obtener una primera impresión exacta del aspecto que presentan los datos (Salkind, 1999).



CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1 Análisis de resultados

5.1.1 Análisis de confiabilidad del instrumento

Para medir la fiabilidad del instrumento (entendida como la consistencia interna) se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach.

El Alfa de Cronbach consiste en la correlación de interelementos promedio y asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. Los valores de este coeficiente oscilan entre 0 y 1, considerando como criterio general un coeficiente aceptable cuando su valor es igual o superior a 0.70.

Tabla 5

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Validos	24	100,0
	Excluidos	0	0,0
	Total	24	100,0

Nota: SPSS 23.

Tabla 6

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Número de elementos
0.889	39

Nota: SPSS 23.

El coeficiente Alfa Cronbach obtenido, para la prueba de confiabilidad del instrumento, resultó igual a 0.889 (con 39 elementos). Este coeficiente señala que el instrumento es sumamente confiable, puesto que alcanzó un valor superior al 0.7.

5.1.2 Descripción de resultados

5.1.2.1 Variable: Responsabilidad Social Corporativa

En general, la valoración de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es positiva respecto a la responsabilidad social corporativa que practican sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 58.3% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad social corporativa por parte de sus instituciones es muy buena. Mientras que el 41.7% señala que la gestión de la responsabilidad social corporativa es buena.

Tabla 7

Variable: Responsabilidad social corporativa

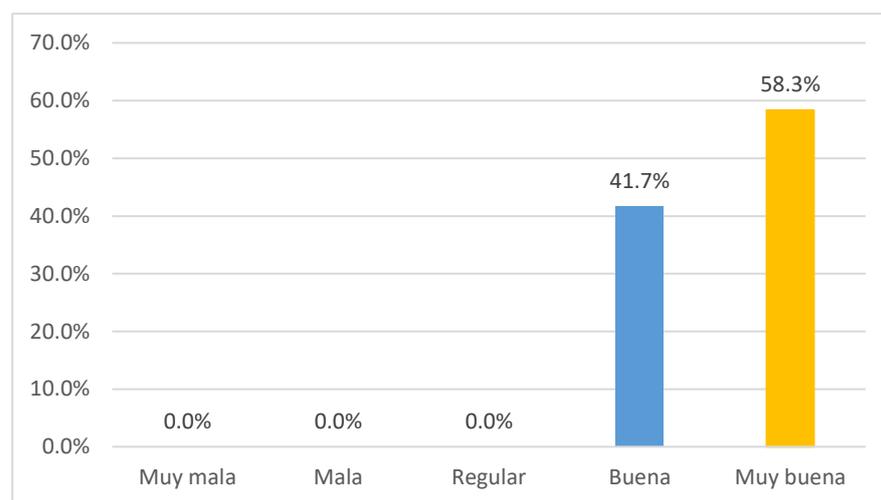
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	10	41.7%	41.7%
Muy buena	14	58.3%	100.0%
Total	24	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay consideran que el desempeño de las entidades que dirigen, respecto a las prácticas de responsabilidad social corporativa, es muy destacable. Lo anterior, según señalan los gerentes o administradores, se sustenta en la muy buena gestión de las dimensiones: responsabilidad con colaboradores, y la responsabilidad con clientes. Asimismo, los entrevistados señalan que la gestión de las dimensiones responsabilidad con los accionistas, responsabilidad con los proveedores, responsabilidad con el gobierno, responsabilidad con la comunidad y la responsabilidad con el medio ambiente es buena.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 2

Variable: Responsabilidad social corporativa



5.1.2.2 Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con los accionistas en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 54.2% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es buena. Mientras, el 45.8% señalan que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es muy buena.



Tabla 8

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

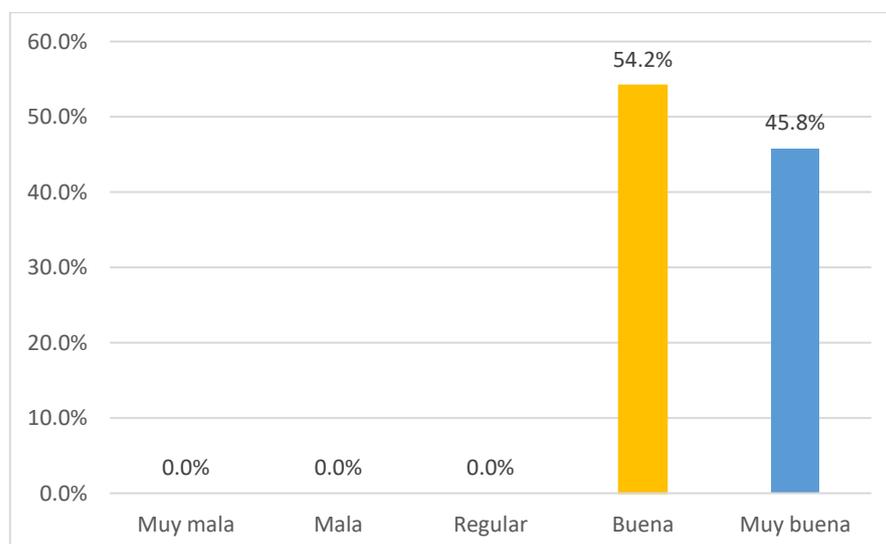
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	13	54.2%	54.2%
Muy buena	11	45.8%	100.0%
Total	24	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con los accionistas. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de identificación y compromiso con la gestión de la RSC; incorporación del modelo de la RSC; incorporación hacia buenas prácticas de Gobierno Corporativo; y evaluación de la gestión bajo el enfoque de reporte de sostenibilidad.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con los accionistas por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 3

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas



5.1.2.3 Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con colaboradores en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 70.8% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con colaboradores es muy buena. Mientras, el 29.2% señalan que la gestión de la responsabilidad con colaboradores es buena.

Tabla 9

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

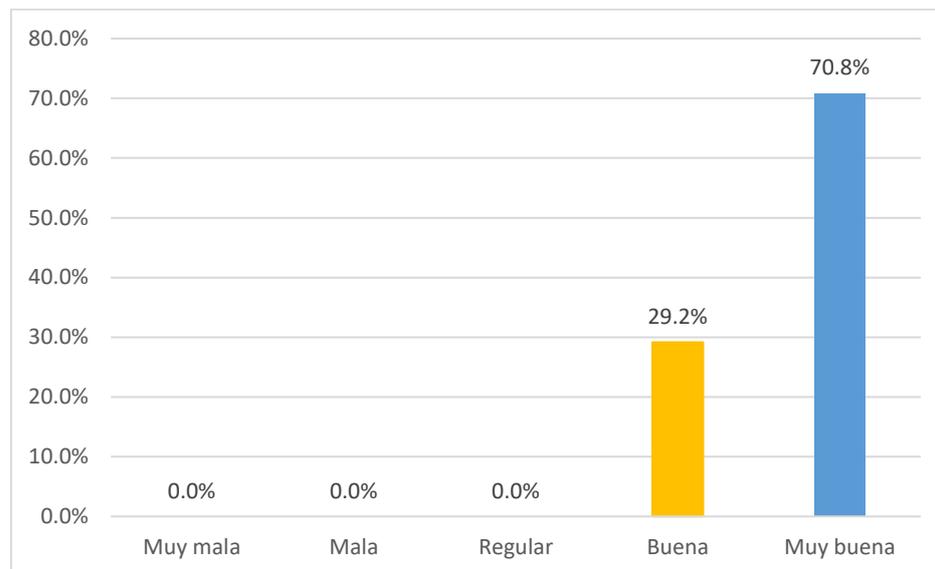
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	7	29.2%	29.2%
Muy buena	17	70.8%	100.0%
Total	24	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con colaboradores. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de promoción del equilibrio entre la vida y el trabajo; promoción del trabajo en equipo; implementación de programas de capacitación y desarrollo personal; cumplimiento de normas laborales; desarrollo de iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar el acoso; promoción de la vinculación de poblaciones diversas; negociación colectiva; gestión participativa; y compromiso con la promoción de la equidad de género.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con colaboradores por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 4

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores



5.1.2.4 Dimensión 3: Responsabilidad con clientes

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con clientes en sus instituciones.

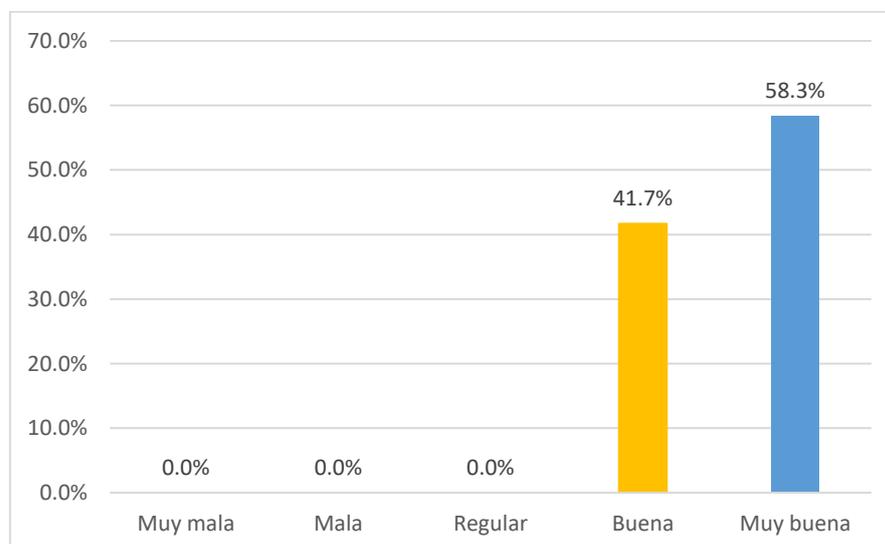
Los resultados obtenidos muestran que el 58.3% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con clientes es muy buena. Mientras, el 41.7% señalan que la gestión de la responsabilidad con clientes es buena.

Tabla 10*Dimensión 3: Responsabilidad con clientes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	10	41.7%	41.7%
Muy buena	14	58.3%	100.0%
Total	24	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con clientes. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de comunicación con los clientes; uso del marketing responsable; adopción del sistema de gestión de calidad ISO 9000; promueve la excelencia de la atención; y promoción de técnicas de ventas éticas y respeto a la privacidad del consumidor.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con clientes por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 5*Dimensión 3: Responsabilidad con clientes*

5.1.2.5 Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con proveedores en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 54.2% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con proveedores es buena. Por su parte, el 29.2% considera buena su gestión. Mientras, el 8.3% señalan que la gestión de la responsabilidad con proveedores es mala y muy mala.

Tabla 11

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	2	8.3%	8.3%
Mala	2	8.3%	16.7%
Regular	0	0.0%	16.7%
Buena	13	54.2%	70.8%
Muy buena	7	29.2%	100.0%
Total	24	100.0%	

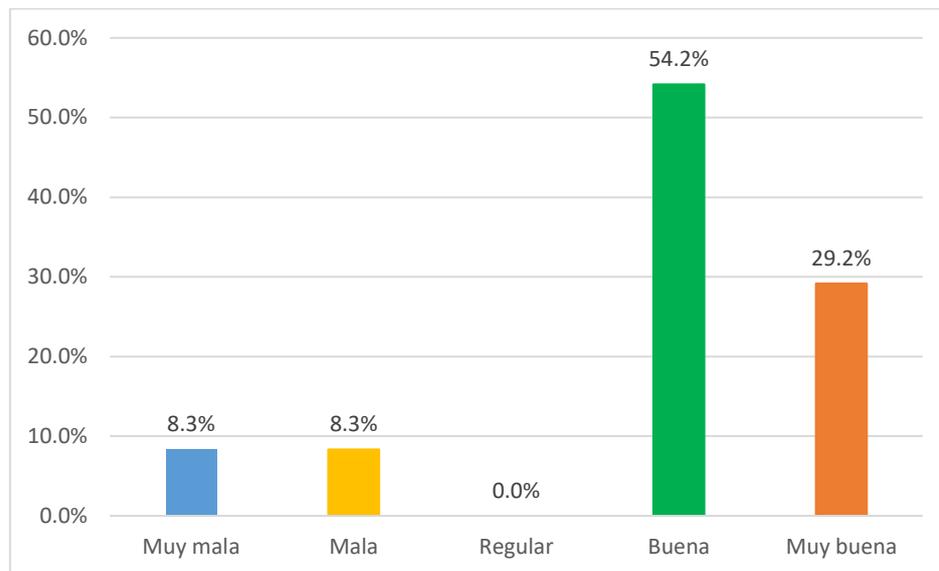
En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con proveedores. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de RSC en proveedores, transferencia de recursos intangibles (know how), aplicación de criterios de selección y evaluación de proveedores; y apoyo al desarrollo de proveedores.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con proveedores por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es buena.



Figura 6

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores



5.1.2.6 Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el gobierno en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 37.5% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es buena. Por su parte, el 33.3% confirma ser regular su gestión y el 20.8% es muy buena su gestión. Mientras, el 8.3% señalan que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es mala.



Tabla 12

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

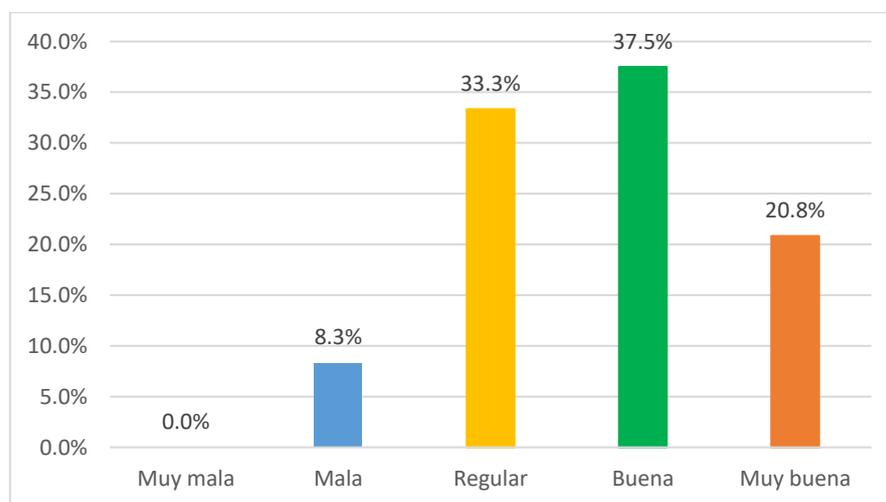
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	2	8.3%	8.3%
Regular	8	33.3%	41.7%
Buena	9	37.5%	79.2%
Muy buena	5	20.8%	100.0%
Total	24	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más tercera parte de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un regular desempeño en la dimensión responsabilidad con el gobierno. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en la realización de alianzas interinstitucionales, realización de acuerdos de cooperación, transferencia de recursos intangibles (know how), acciones de liderazgo e influencia social, y participación en proyectos sociales gubernamentales.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con el gobierno por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 7

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno



5.1.2.7 Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con la comunidad en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 54.2% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es buena. Por su parte, el 41.7% consideran ser muy buena su gestión. Mientras, el 4.2% señalan que la gestión de la responsabilidad con la comunidad es regular.

Tabla 13

Dimensión 5: Responsabilidad con la comunidad

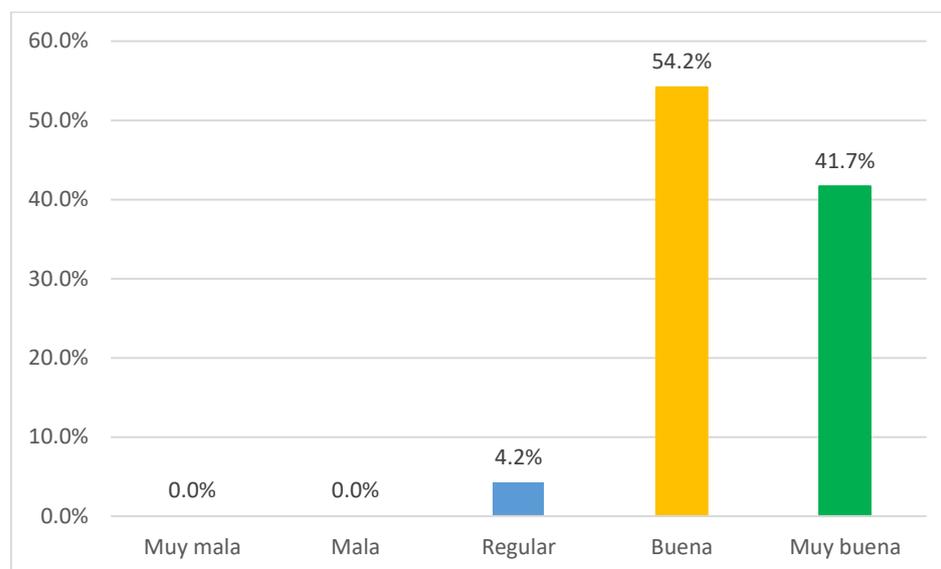
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	1	4.2%	4.2%
Buena	13	54.2%	58.3%
Muy buena	10	41.7%	100.0%
Total	24	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con la comunidad. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas del diálogo con los stakeholders, participación en programas de desarrollo local, desarrollo del voluntariado corporativo, difusión del reporte de sostenibilidad, relación con organizaciones locales, financiamiento de la acción social y el involucramiento con la acción social.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con la comunidad por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 8

Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad



5.1.2.8 Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el medio ambiente en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 54.2% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es buena. Por su parte, el 41.7% consideran muy buena su gestión. Mientras, el 4.2% señalan que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es mala.

Tabla 14

Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente

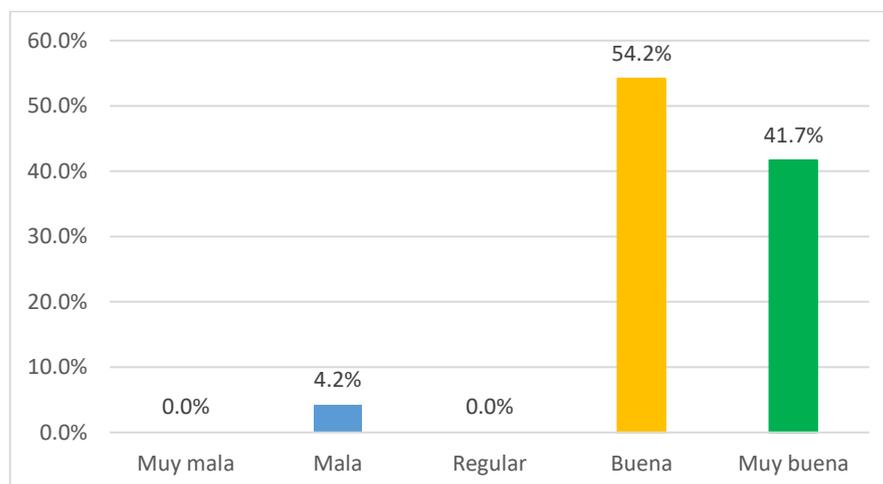
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	1	4.2%	4.2%
Regular	0	0.0%	4.2%
Buena	13	54.2%	58.3%
Muy buena	10	41.7%	100.0%
Total	24	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con el medio ambiente. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en la buena adopción del sistema de gestión ambiental ISO 14000, compromiso con la ecoeficiencia, implementación de políticas de las 3 R's (Reducir, reusar y reciclar), compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental, y promoción de la educación y concientización ambiental.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 9

Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente



5.1.2.9 Resultados por el grupo cajas y financieras

5.1.2.9.1 Variable Responsabilidad social corporativa

En general, la valoración de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es positiva respecto a la responsabilidad social corporativa que practican sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad social corporativa por parte de sus instituciones es muy buena. Mientras que el 40.0% señala que la gestión de la responsabilidad social corporativa es buena.

Tabla 15

Variable: Responsabilidad social corporativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	4	40.0%	40.0%
Muy buena	6	60.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

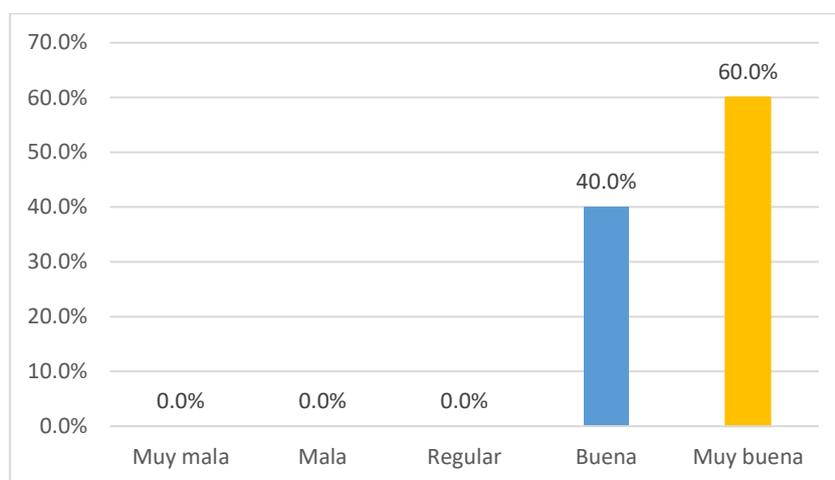
En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay consideran que el desempeño de las entidades que dirigen, respecto a las prácticas de responsabilidad social corporativa, es muy destacable. Lo anterior, según señalan los gerentes o administradores, se sustenta en la muy buena gestión de las dimensiones: responsabilidad con colaboradores, y la responsabilidad con clientes. Asimismo, los entrevistados señalan que la gestión de las dimensiones responsabilidad con los accionistas, responsabilidad con los proveedores,

responsabilidad con el gobierno, responsabilidad con la comunidad y la responsabilidad con el medio ambiente es buena.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 10

Responsabilidad social corporativa



5.1.2.9.2 Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es muy favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con los accionistas en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es muy buena. Mientras, el 40.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es buena.



Tabla 16*Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas*

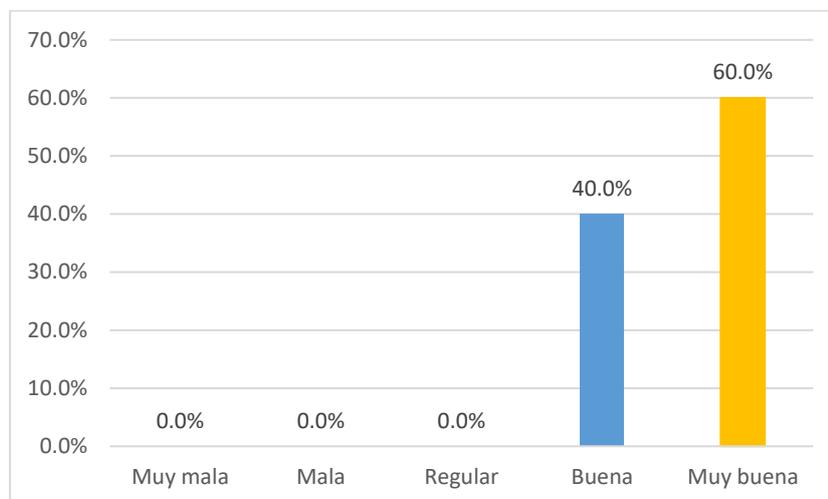
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	4	40.0%	40.0%
Muy buena	6	60.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con los accionistas. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de identificación y compromiso con la gestión de la RSC; incorporación de del modelo de la RSC; incorporación hacia buenas prácticas de Gobierno Corporativo; y evaluación de la gestión bajo el enfoque de reporte de sostenibilidad.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con los accionistas por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 11

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas



5.1.2.9.3 Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con colaboradores en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con colaboradores es buena y muy buena.

Tabla 17

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	5	50.0%	50.0%
Muy buena	5	50.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de

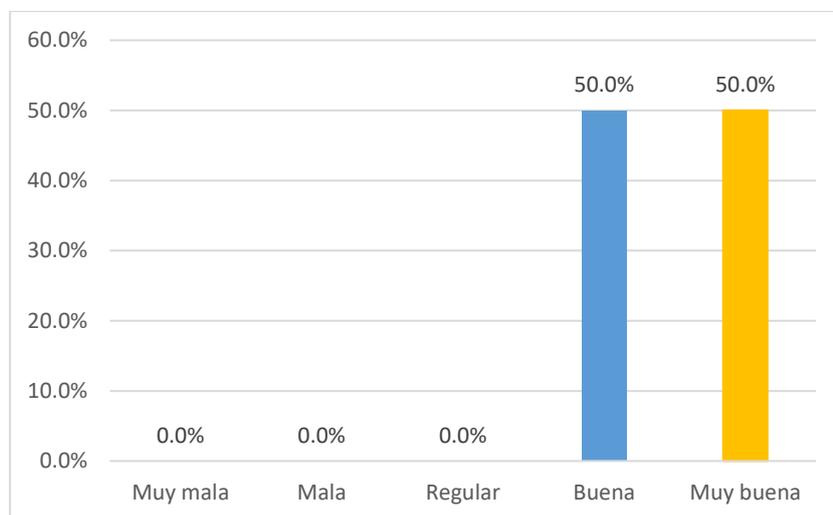


Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con colaboradores. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de promoción del equilibrio entre la vida y el trabajo, promoción del trabajo en equipo, implementación de programas de capacitación y desarrollo personal, cumplimiento de normas laborales, desarrollo de iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar el acoso, promoción de la vinculación de poblaciones diversas, negociación colectiva, gestión participativa, y compromiso con la promoción de la equidad de género.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con colaboradores por parte de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es buena y muy buena.

Figura 12

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores



5.1.2.9.4 Dimensión 3: Responsabilidad con clientes

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con clientes en sus instituciones.



Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con clientes es buena y muy buena.

Tabla 18

Dimensión 3: Responsabilidad con clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	5	50.0%	50.0%
Muy buena	5	50.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

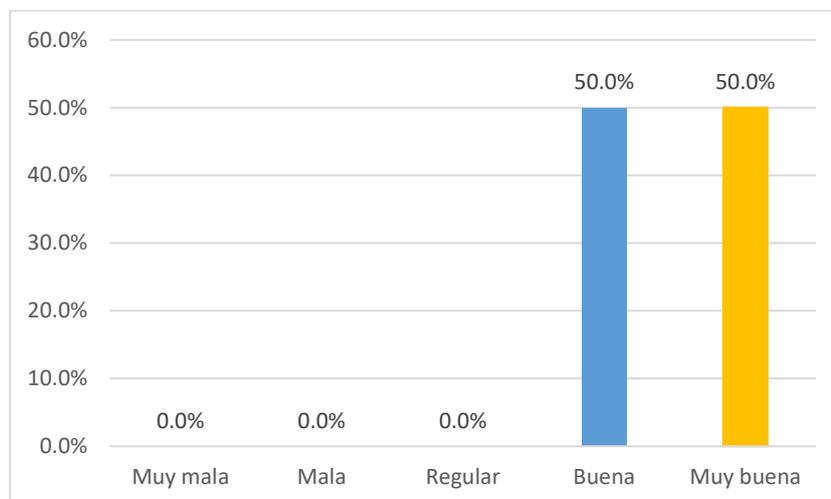
En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con clientes. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de comunicación con los clientes, uso del marketing responsable, adopción del sistema de gestión de calidad ISO 9000; promueve la excelencia de la atención; y promoción de técnicas de ventas éticas y respeto a la privacidad del consumidor.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con clientes por parte de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es buena y muy buena.



Figura 13

Dimensión 3: Responsabilidad con clientes



5.1.2.9.5 Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con proveedores en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con proveedores es buena. Mientras, el 40.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con proveedores es muy buena.

Tabla 19

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	6	60.0%	60.0%
Muy buena	4	40.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

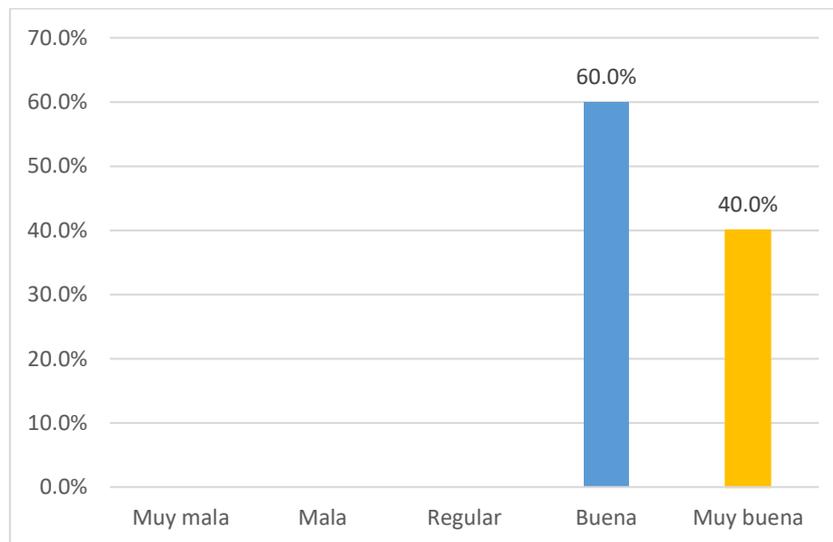


En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con proveedores. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de RSC en proveedores, transferencia de recursos intangibles (know how), aplicación de criterios de selección y evaluación de proveedores y apoyo al desarrollo de proveedores.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con proveedores por parte de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 14

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores



5.1.2.9.6 Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el gobierno en sus instituciones.



Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es buena. Por su parte, el 20.0% confirma ser muy buena su gestión. Mientras, el 10.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es mala y regular.

Tabla 20

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	1	10.0%	10.0%
Regular	1	10.0%	20.0%
Buena	6	60.0%	80.0%
Muy buena	2	20.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

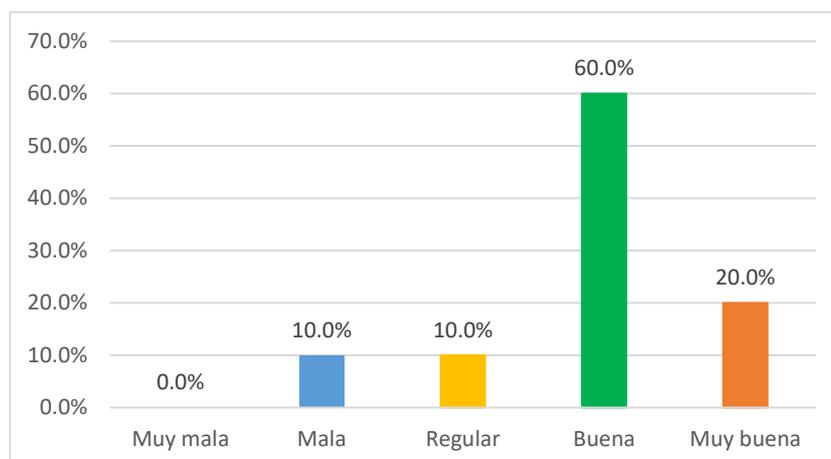
En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con el gobierno. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en la realización de alianzas interinstitucionales, realización de acuerdos de cooperación, transferencia de recursos intangibles (know how), acciones de liderazgo e influencia social y participación en proyectos sociales gubernamentales.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con el gobierno por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es buena.



Figura 15

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno



5.1.2.9.7 Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con la comunidad en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 70.0% de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con la comunidad es buena. Por su parte, el 20.0% consideran ser muy buena su gestión. Mientras, el 10.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con la comunidad es regular.

Tabla 21

Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	1	10.0%	10.0%
Buena	7	70.0%	80.0%
Muy buena	2	20.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

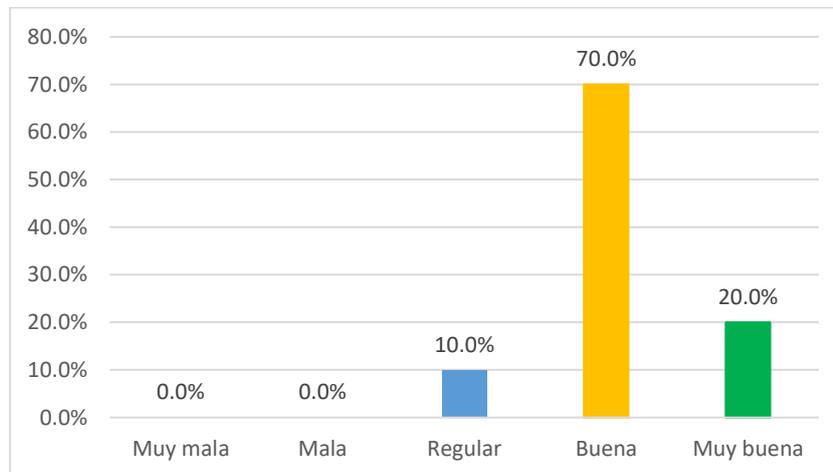


En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con la comunidad. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas del diálogo con los stakeholders, participación en programas de desarrollo local, desarrollo del voluntariado corporativo, difusión del reporte de sostenibilidad, relación con organizaciones locales, financiamiento de la acción social y el involucramiento con la acción social.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con la comunidad por parte de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 16

Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad



5.1.2.9.8 Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el medio ambiente en sus instituciones.



Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es buena. Mientras, el 40.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es muy buena.

Tabla 22

Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente

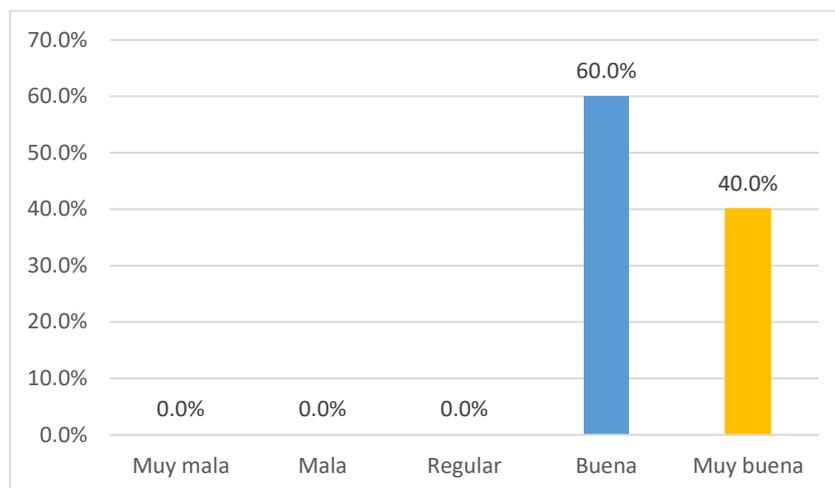
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	6	60.0%	60.0%
Muy buena	4	40.0%	100.0%
Total	10		

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cajas y financieras de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con el medio ambiente. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en la buena adopción del sistema de gestión ambiental ISO 14000, compromiso con la ecoeficiencia, implementación de políticas de las 3 R's (Reducir, reusar y reciclar), compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental y promoción de la educación, y concientización ambiental.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 17

Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente



5.1.2.10 Resultados por el grupo bancos

5.1.2.10.1 Variable Responsabilidad Social Corporativa

En general, la valoración de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay es positiva respecto a la responsabilidad social corporativa que practican sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad social corporativa por parte de sus instituciones es buena y muy buena.

Tabla 23

Variable: Responsabilidad social corporativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	2	50.0%	50.0%
Muy buena	2	50.0%	100.0%
Total	4	100.0%	

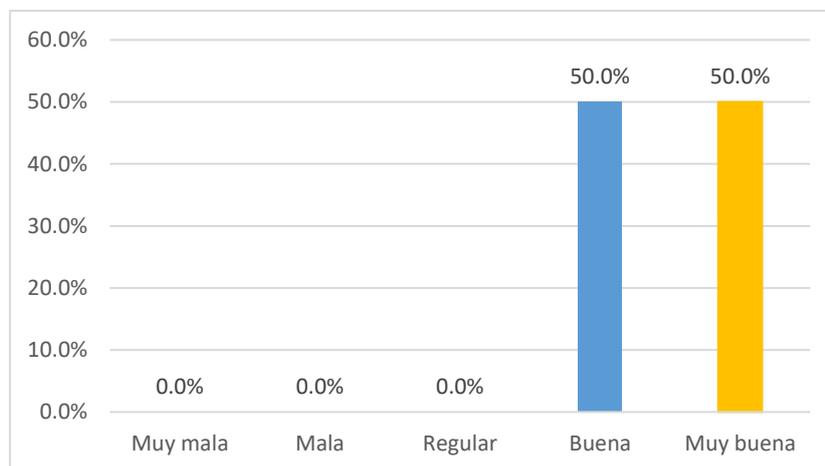


En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay consideran que el desempeño de las entidades que dirigen, respecto a las prácticas de responsabilidad social corporativa, es muy destacable. Lo anterior, según señalan los gerentes o administradores, se sustenta en la muy buena gestión de las dimensiones: responsabilidad con colaboradores, y la responsabilidad con clientes. Asimismo, los entrevistados señalan que la gestión de las dimensiones responsabilidad con los accionistas, responsabilidad con los proveedores, responsabilidad con el gobierno, responsabilidad con la comunidad y la responsabilidad con el medio ambiente es buena.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 18

Responsabilidad social corporativa



5.1.2.10.2 Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con los accionistas en sus instituciones.



Los resultados obtenidos muestran que el 75.0% de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es buena. Mientras, el 25.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es muy buena.

Tabla 24

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

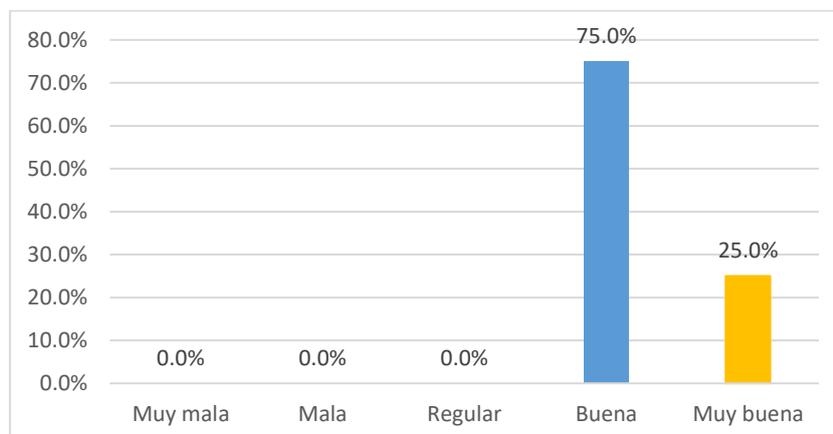
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	3	75.0%	75.0%
Muy buena	1	25.0%	100.0%
Total	4	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con los accionistas. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de identificación y compromiso con la gestión de la RSC, incorporación del modelo de la RSC, incorporación hacia buenas prácticas de gobierno corporativo y evaluación de la gestión bajo el enfoque de reporte de sostenibilidad.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con los accionistas por parte de los bancos de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 19

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas



5.1.2.10.3 Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con colaboradores en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 100.0% de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con colaboradores es muy buena.

Tabla 25

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	0	0.0%	0.0%
Muy buena	4	100.0%	100.0%
Total	4	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la

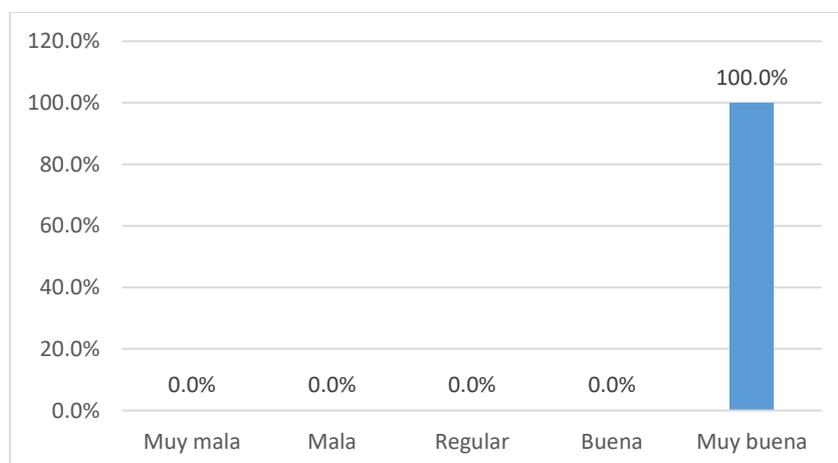


dimensión responsabilidad con colaboradores. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de promoción del equilibrio entre la vida y el trabajo, promoción del trabajo en equipo, implementación de programas de capacitación y desarrollo personal, cumplimiento de normas laborales, desarrollo de iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar el acoso, promoción de la vinculación de poblaciones diversas, negociación colectiva, gestión participativa y compromiso con la promoción de la equidad de género.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con colaboradores por parte de los bancos de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 20

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores



5.1.2.10.4 Dimensión 3: Responsabilidad con clientes

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con clientes en sus instituciones.



Los resultados obtenidos muestran que el 100.0% de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con clientes es muy buena.

Tabla 26

Dimensión 3: Responsabilidad con clientes

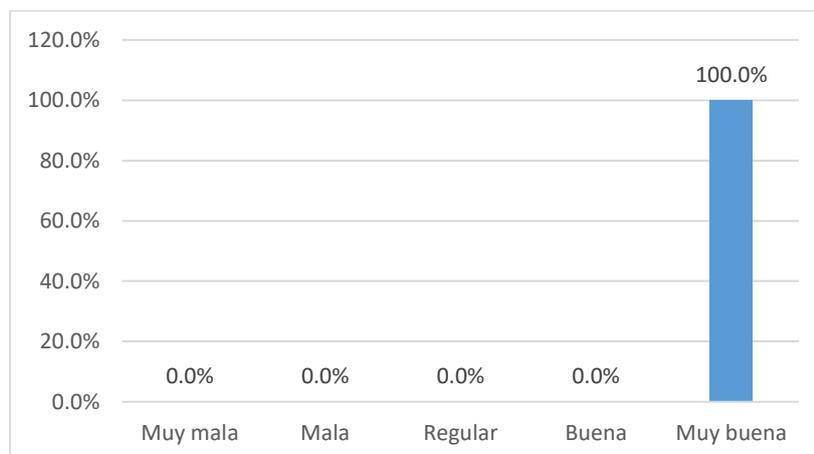
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	0	0.0%	0.0%
Muy buena	4	100.0%	100.0%
Total	4	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con clientes. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de comunicación con los clientes, uso del marketing responsable, adopción del sistema de gestión de calidad ISO 9000, promueve la excelencia de la atención, y promoción de técnicas de ventas éticas y respeto a la privacidad del consumidor.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con clientes por parte de los bancos de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 21

Dimensión 3: Responsabilidad con clientes



5.1.2.10.5 Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay es desfavorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con proveedores en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con proveedores es muy mala. Mientras, el 25.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con proveedores es buena y muy buena.

Tabla 27

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	2	50.0%	50.0%
Mala	0	0.0%	50.0%
Regular	0	0.0%	50.0%
Buena	1	25.0%	75.0%
Muy buena	1	25.0%	100.0%
Total	4	100.0%	

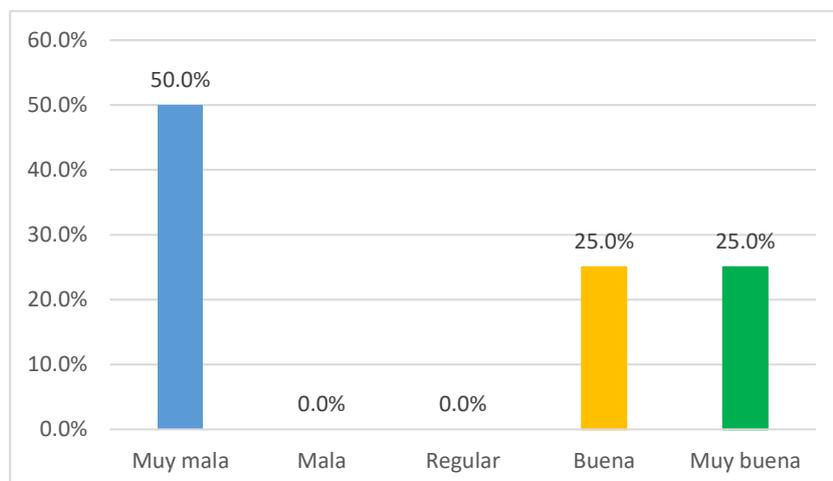


En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un mal desempeño en la dimensión responsabilidad con proveedores. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en muy malas prácticas de RSC en proveedores, transferencia de recursos intangibles (know how), aplicación de criterios de selección y evaluación de proveedores, y apoyo al desarrollo de proveedores.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con proveedores por parte de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es muy mala.

Figura 22

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores



5.1.2.10.6 Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay es regular y favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el gobierno en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay



considera que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es regular y muy buena.

Tabla 28

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

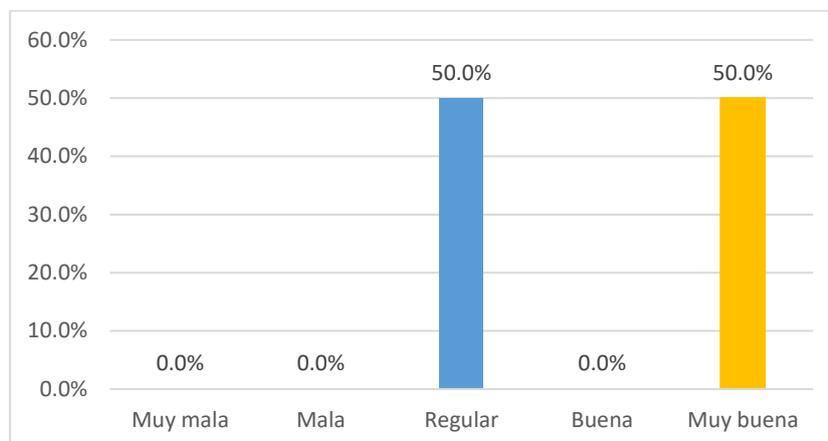
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	2	50.0%	50.0%
Buena	0	0.0%	50.0%
Muy buena	2	50.0%	100.0%
Total	4	100.0%	

En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran buen desempeño en la dimensión responsabilidad con el gobierno. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en la realización de alianzas interinstitucionales, realización de acuerdos de cooperación, transferencia de recursos intangibles (know how), acciones de liderazgo e influencia social y participación en proyectos sociales gubernamentales.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con el gobierno por parte de los bancos de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 23

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno



5.1.2.10.7 Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con la comunidad en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con la comunidad es buena y muy buena.

Tabla 29

Dimensión 5: Responsabilidad con la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	2	50.0%	50.0%
Muy buena	2	50.0%	100.0%
Total	4	100.0%	

En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la

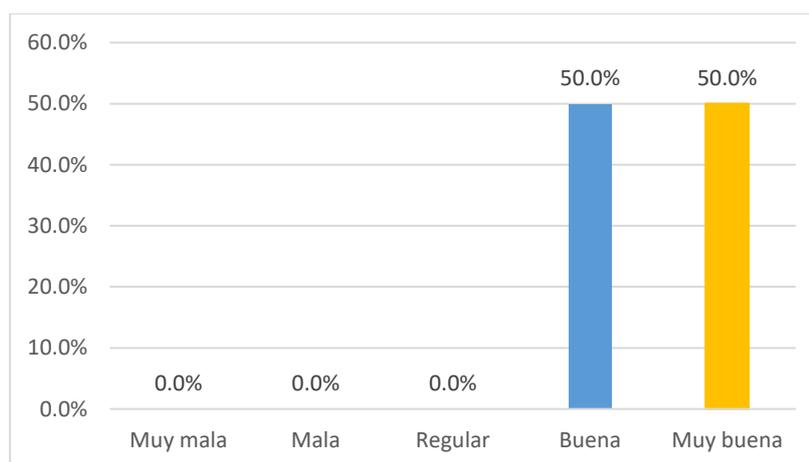


dimensión responsabilidad con la comunidad. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas del diálogo con los stakeholders, participación en programas de desarrollo local, desarrollo del voluntariado corporativo, difusión del reporte de sostenibilidad, relación con organizaciones locales, financiamiento de la acción social y el involucramiento con la acción social.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con la comunidad por parte de los bancos de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 24

Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad



5.1.2.10.8 Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el medio ambiente en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es buena y muy buena.



Tabla 30*Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente*

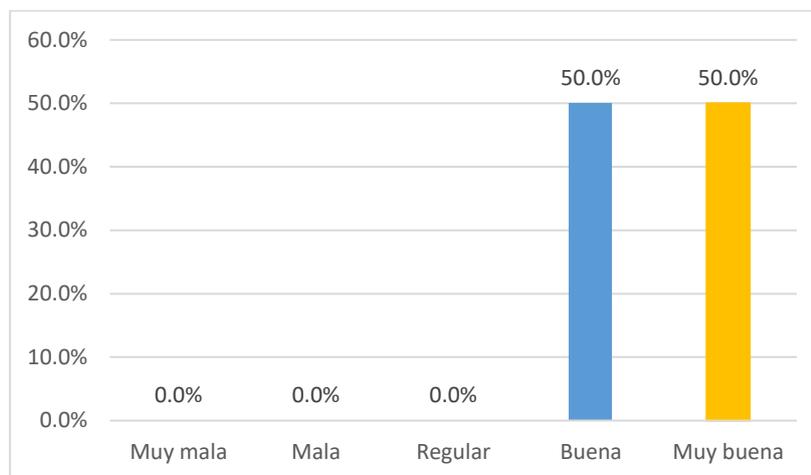
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	2	50.0%	50.0%
Muy buena	2	50.0%	100.0%
Total	4		

En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de los bancos de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con el medio ambiente. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en la buena adopción del sistema de gestión ambiental ISO 14000, compromiso con la ecoeficiencia, implementación de políticas de las 3 R's (Reducir, reusar y reciclar), compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental, y promoción de la educación y concientización ambiental.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente por parte de los bancos de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 25

Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente



5.1.2.11 Resultados por el grupo cooperativas

5.1.2.11.1 Variable Responsabilidad Social Corporativa

En general, la valoración de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay es positiva respecto a la responsabilidad social corporativa que practican sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad social corporativa por parte de sus instituciones es muy buena. Mientras, que el 40.0% señala que la gestión de la responsabilidad social corporativa es buena.

Tabla 31

Variable: Responsabilidad social corporativa

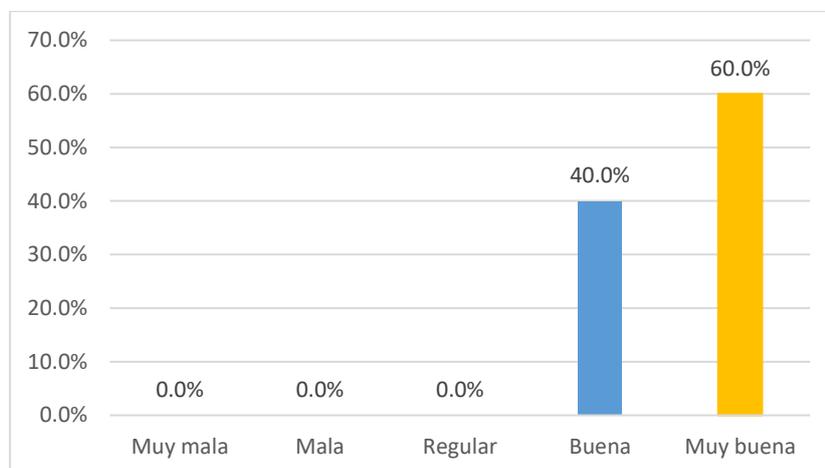
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	4	40.0%	40.0%
Muy buena	6	60.0%	100.0%
Total	10	100.0%	



En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay consideran que el desempeño de las entidades que dirigen, respecto a las prácticas de responsabilidad social corporativa, es muy destacable. Lo anterior, según señalan los gerentes o administradores, se sustenta en la muy buena gestión de las dimensiones: responsabilidad con colaboradores, y la responsabilidad con clientes. Asimismo, los entrevistados señalan que la gestión de las dimensiones responsabilidad con los accionistas, responsabilidad con los proveedores, responsabilidad con el gobierno, responsabilidad con la comunidad y la responsabilidad con el medio ambiente es buena. Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad social corporativa en las cooperativas de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 26

Responsabilidad social corporativa



5.1.2.11.2 Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con los accionistas en sus instituciones.



Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es buena. Mientras, el 40.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es muy buena.

Tabla 32

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

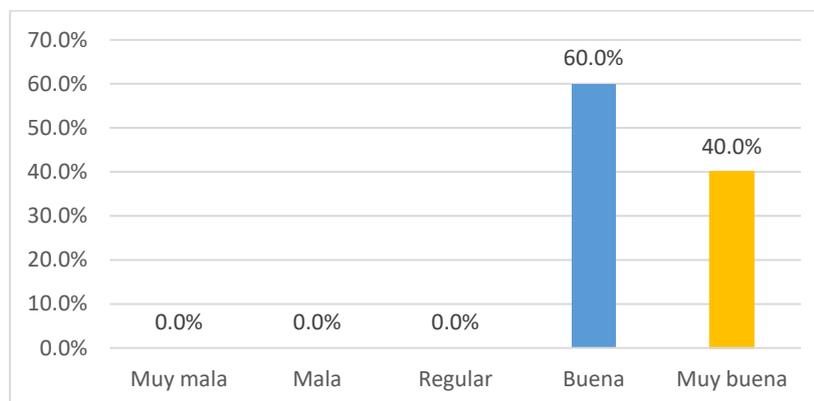
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	6	60.0%	60.0%
Muy buena	4	40.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con los accionistas. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de identificación y compromiso con la gestión de la RSC, incorporación del modelo de la RSC, incorporación hacia buenas prácticas de gobierno corporativo y evaluación de la gestión bajo el enfoque de reporte de sostenibilidad.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con los accionistas por parte de las cooperativas de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 27

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas



5.1.2.11.3 Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con colaboradores en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 80.0% de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con colaboradores es muy buena. Mientras, el 20.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con colaboradores es buena.

Tabla 33

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	2	20.0%	20.0%
Muy buena	8	80.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay

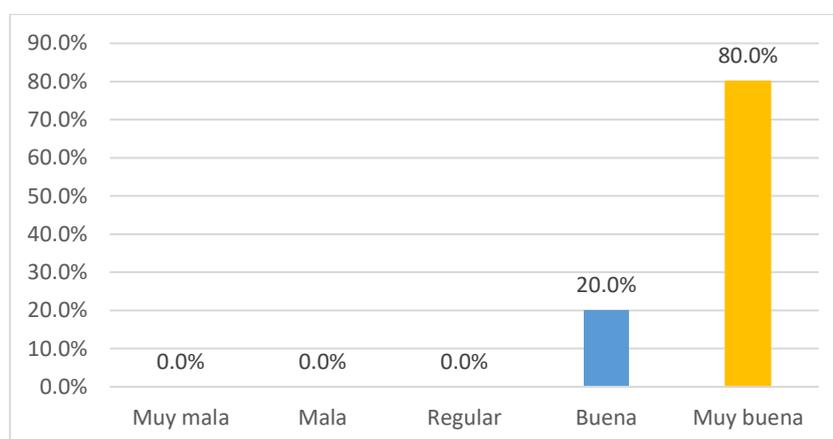


consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con colaboradores. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de promoción del equilibrio entre la vida y el trabajo, promoción del trabajo en equipo, implementación de programas de capacitación y desarrollo personal, cumplimiento de normas laborales, desarrollo de iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar el acoso, promoción de la vinculación de poblaciones diversas, negociación colectiva, gestión participativa y compromiso con la promoción de la equidad de género.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con colaboradores por parte de las cooperativas de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 28

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores



5.1.2.11.4 Dimensión 3: Responsabilidad con clientes

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con clientes en sus instituciones.



Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con clientes es buena y muy buena.

Tabla 34

Dimensión 3: Responsabilidad con clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	5	50.0%	50.0%
Muy buena	5	50.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

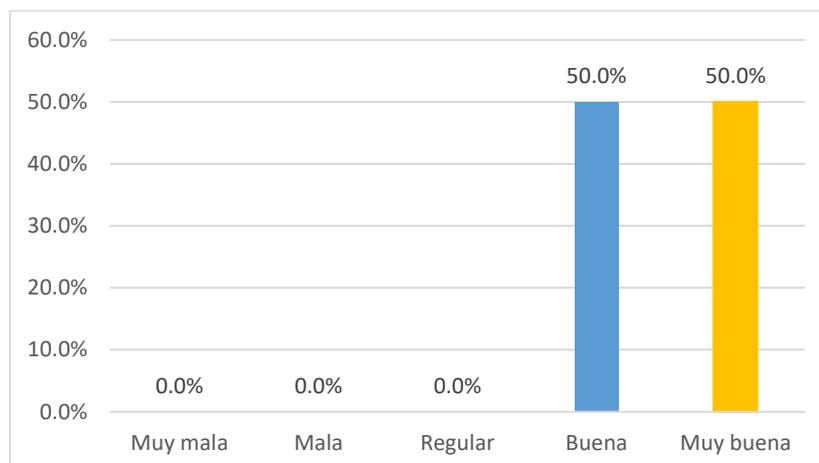
En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con clientes. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de comunicación con los clientes, uso del marketing responsable, adopción del sistema de gestión de calidad ISO 9000, promueve la excelencia de la atención, y promoción de técnicas de ventas éticas y respeto a la privacidad del consumidor.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con clientes por parte de las cooperativas de la ciudad de Abancay es muy buena.



Figura 29

Dimensión 3: Responsabilidad con clientes



5.1.2.11.5 Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con proveedores en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con proveedores es buena. Mientras, el 20.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con proveedores es mala y muy buena.

Tabla 35

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	2	20.0%	20.0%
Regular	0	0.0%	20.0%
Buena	6	60.0%	80.0%
Muy buena	2	20.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

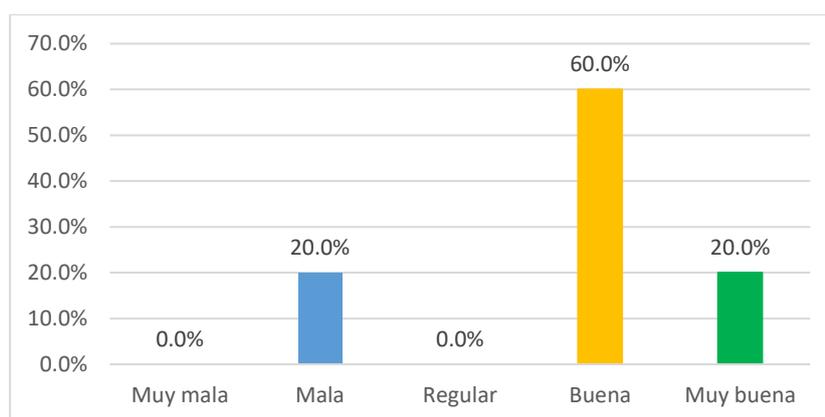


En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con proveedores. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas de RSC en proveedores, transferencia de recursos intangibles (know how), aplicación de criterios de selección y evaluación de proveedores y apoyo al desarrollo de proveedores.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con proveedores por parte de las cooperativas de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 30

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores



5.1.2.11.6 Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay es regular la gestión de la dimensión responsabilidad con el gobierno en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es regular. Por su parte, el 30.0% confirma ser buena su gestión.



Mientras, el 10.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es mala y muy buena.

Tabla 36

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

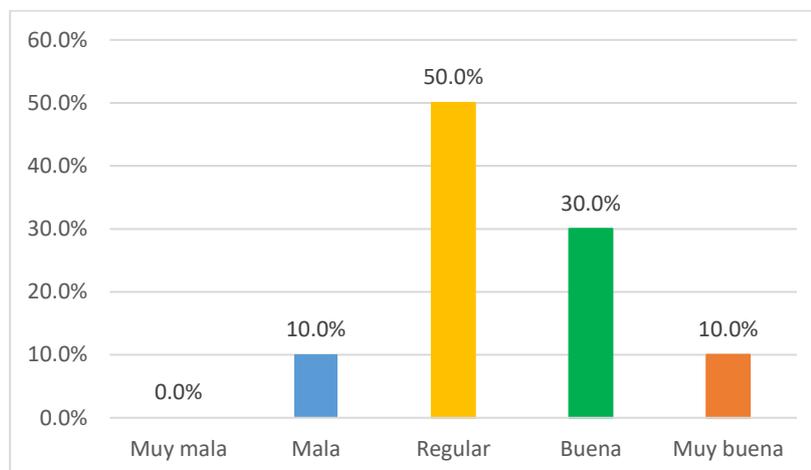
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	1	10.0%	10.0%
Regular	5	50.0%	60.0%
Buena	3	30.0%	90.0%
Muy buena	1	10.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un regular desempeño en la dimensión responsabilidad con el gobierno. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en la realización de alianzas interinstitucionales, realización de acuerdos de cooperación, transferencia de recursos intangibles (know how), acciones de liderazgo e influencia social y participación en proyectos sociales gubernamentales.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con el gobierno por parte de las cooperativas de la ciudad de Abancay es regular.

Figura 31

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno



5.1.2.11.7 Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con la comunidad en sus instituciones.

Los resultados obtenidos muestran que el 60.0% de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con la comunidad es muy buena. Mientras, el 40.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con la comunidad es buena.

Tabla 37

Dimensión 5: Responsabilidad con la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	0	0.0%	0.0%
Regular	0	0.0%	0.0%
Buena	4	40.0%	40.0%
Muy buena	6	60.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

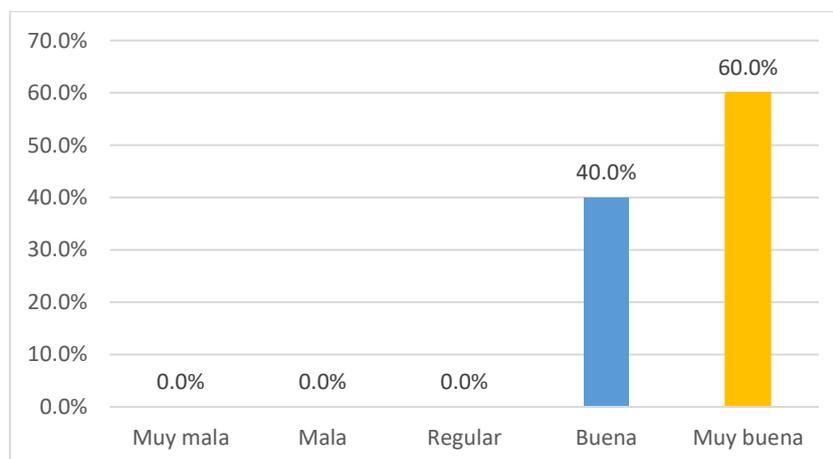


En ese sentido, se advierte que más de la mitad de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con la comunidad. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en buenas prácticas del diálogo con los stakeholders, participación en programas de desarrollo local, desarrollo del voluntariado corporativo, difusión del reporte de sostenibilidad, relación con organizaciones locales, financiamiento de la acción social y el involucramiento con la acción social.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con la comunidad por parte de las cooperativas de la ciudad de Abancay es muy buena.

Figura 32

Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad



5.1.2.11.8 Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el medio ambiente en sus instituciones.



Los resultados obtenidos muestran que el 50.0% de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es buena. Por su parte, el 40.0% consideran muy buena su gestión. Mientras, el 10.0% señalan que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es mala.

Tabla 38

Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente

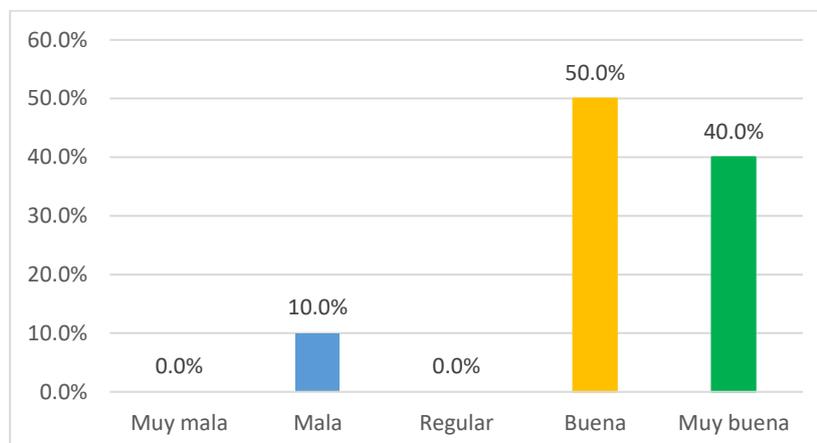
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy mala	0	0.0%	0.0%
Mala	1	10.0%	10.0%
Regular	0	0.0%	10.0%
Buena	5	50.0%	60.0%
Muy buena	4	40.0%	100.0%
Total	10	100.0%	

En ese sentido, se advierte que la mitad de los gerentes o administradores de las cooperativas de la ciudad de Abancay consideran que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con el medio ambiente. Lo anterior, según precisan los gerentes o administradores, se apoya en la buena adopción del sistema de gestión ambiental ISO 14000, compromiso con la ecoeficiencia, implementación de políticas de las 3 R's (Reducir, reusar y reciclar), compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental, y promoción de la educación y concientización ambiental.

Los datos presentados evidencian que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente por parte de las cooperativas de la ciudad de Abancay es buena.

Figura 33

Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente



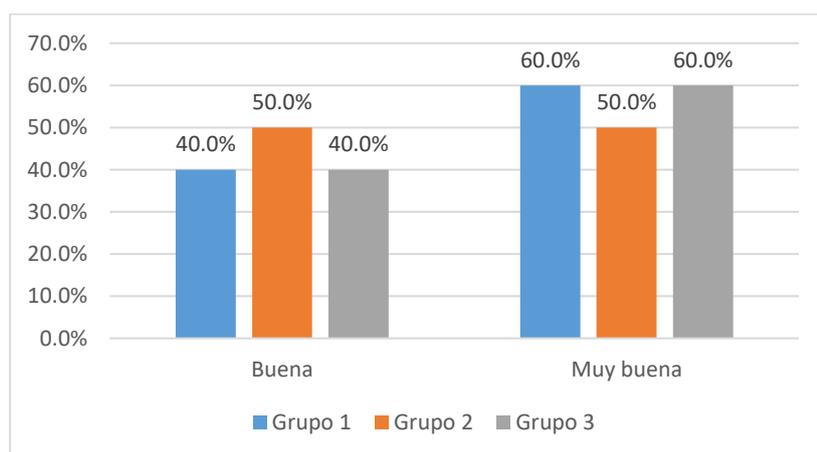
5.1.2.12 Resultados comparativos de los grupos

5.1.2.12.1 Variable: Responsabilidad social corporativa

En general, la valoración de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es positiva respecto a la responsabilidad social corporativa que practican sus instituciones.

Figura 34

Variable Responsabilidad social corporativa



Los resultados obtenidos muestran la manera como las empresas financieras de la ciudad de Abancay aplican la responsabilidad social corporativa es muy buena.



En promedio, el 56.7% de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay considera que la gestión de la responsabilidad social corporativa por parte de sus instituciones es muy buena.

Respecto al desempeño de las cajas y financieras, el 60.0% de los gerentes o administradores, considera que la gestión de la responsabilidad social corporativa por parte de sus instituciones es muy buena. Mientras que el 40.0% señala que es buena.

Por su parte, en lo que respecta al desempeño de los bancos, el 50.0% de los gerentes o administradores, considera que la gestión de la responsabilidad social corporativa por parte de sus instituciones es buena. Mientras que el 50.0% señala que es muy buena.

Asimismo, en referencia a las cooperativas el 60.0% de los gerentes o administradores, considera que la gestión de la responsabilidad social corporativa por parte de sus instituciones es muy buena. Mientras que el 40.0% señala que es buena.

Tabla 39

Variable Responsabilidad social corporativa

	Grupo 1 (%)	Grupo 2 (%)	Grupo 3 (%)	Promedio (%)
Muy mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Regular	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Buena	40.0%	50.0%	40.0%	43.3%
Muy buena	60.0%	50.0%	60.0%	56.7%

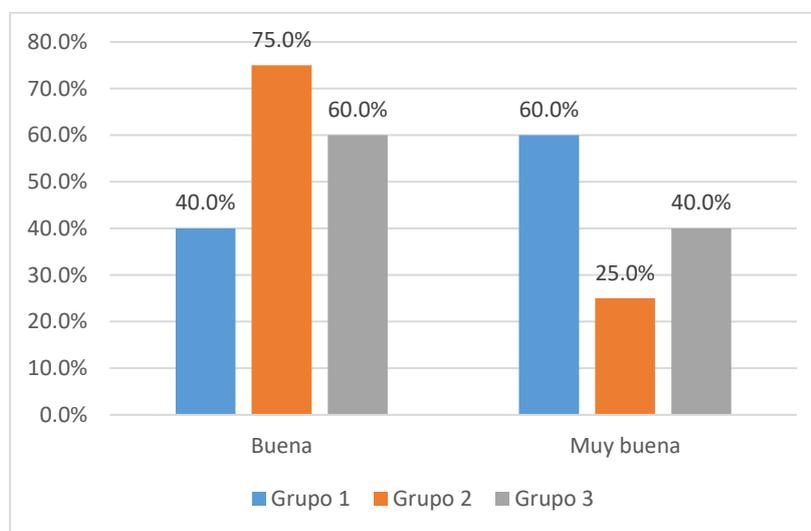
5.1.2.12.2 Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con los accionistas en sus instituciones.



Figura 35

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas



En promedio, el 58.3% de gerentes o administradores de las empresas financieras entrevistados considera que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con los accionistas es buena.

Respecto al desempeño de las cajas y financieras, el 60.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es muy buena. Mientras que el 40.0% considera que buena.

Por otra parte, en lo que respecta al desempeño de los bancos, el 75.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es buena. Mientras que el 25.0% señala que es muy buena.

Asimismo, en referencia al desempeño de las cooperativas, el 60.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con los accionistas es buena. Mientras que el 40.0% señala que es muy buena.



Tabla 40

Dimensión 1: Responsabilidad con los accionistas

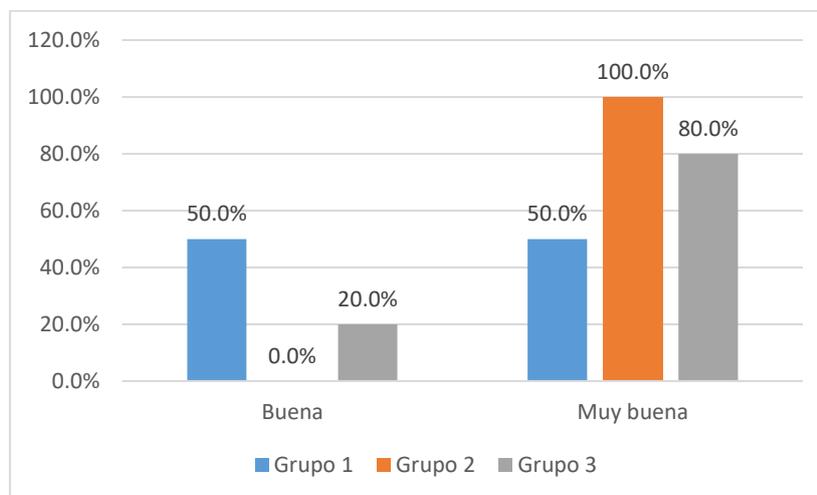
	Grupo 1 (%)	Grupo 2 (%)	Grupo 3 (%)	Promedio (%)
Muy mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Regular	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Buena	40.0%	75.0%	60.0%	58.3%
Muy buena	60.0%	25.0%	40.0%	41.7%

5.1.2.12.3 Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con colaboradores en sus instituciones.

Figura 36

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores



En promedio, el 76.7% de gerentes o administradores de las empresas financieras entrevistados considera que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con colaboradores es muy buena.

Respecto al desempeño de las cajas y financieras, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la



gestión de la responsabilidad con colaboradores es muy buena. Mientras que el 50.0% considera que buena.

Por otra parte, en lo que respecta al desempeño de los bancos, el 100.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con colaboradores es muy buena.

Asimismo, en referencia al desempeño de las cooperativas, el 80.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con colaboradores es muy buena. Mientras que el 20.0% señala que es buena.

Tabla 41

Dimensión 2: Responsabilidad con colaboradores

Respuesta	Grupo 1 (%)	Grupo 2 (%)	Grupo 3 (%)	Promedio (%)
Muy mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Regular	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Buena	50.0%	0.0%	20.0%	23.3%
Muy buena	50.0%	100.0%	80.0%	76.7%

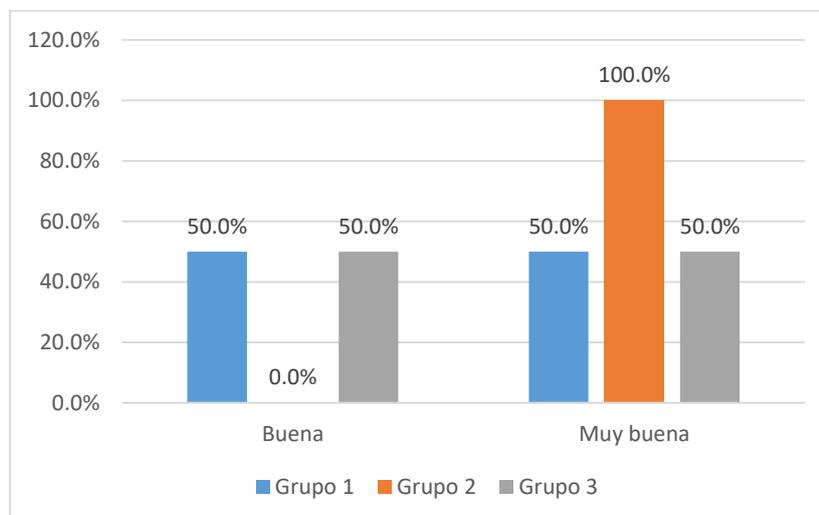
5.1.2.12.4 Dimensión 3: Responsabilidad con clientes.

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con clientes en sus instituciones.



Figura 37

Dimensión 3: Responsabilidad con clientes



En promedio, el 66.7% de gerentes o administradores de las empresas financieras entrevistados considera que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con clientes es muy buena.

Respecto al desempeño de las cajas y financieras, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con clientes es muy buena. Mientras que el 50.0% considera que buena.

Por otra parte, en lo que respecta al desempeño de los bancos, el 100.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con clientes es muy buena.

Asimismo, en referencia al desempeño de las cooperativas, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con clientes es muy buena. Mientras que el 50.0% señala que es buena.



Tabla 42

Dimensión 3: Responsabilidad con clientes

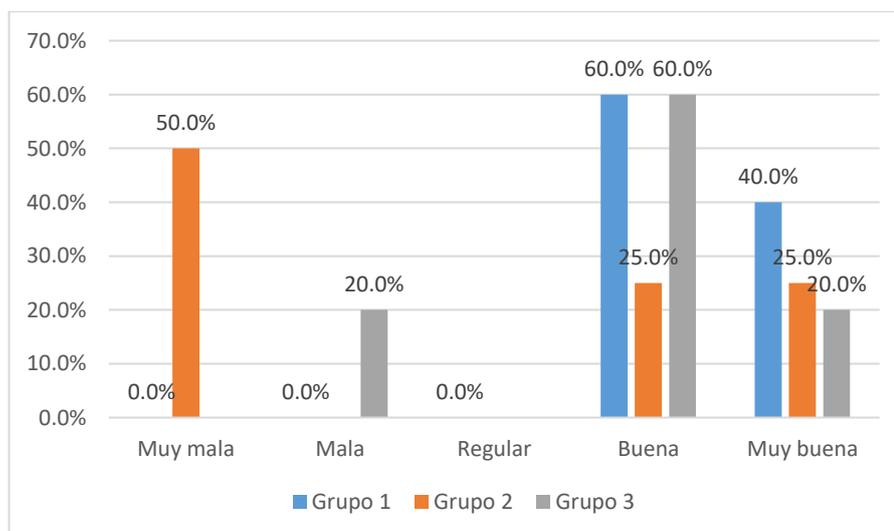
Respuesta	Grupo 1 (%)	Grupo 2 (%)	Grupo 3 (%)	Promedio (%)
Muy mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Regular	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Buena	50.0%	0.0%	50.0%	33.3%
Muy buena	50.0%	100.0%	50.0%	66.7%

5.1.2.12.5 Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con proveedores en sus instituciones.

Figura 38

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores



En promedio, el 48.3% de gerentes o administradores de las empresas financieras entrevistados considera que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con proveedores es buena.

Respecto al desempeño de las cajas y financieras, el 60.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la



gestión de la responsabilidad con proveedores es buena. Mientras que el 40.0% considera que es muy buena.

Por otra parte, en lo que respecta al desempeño de los bancos, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con proveedores es muy mala. Mientras que el 25.0% señala que es buena y muy buena.

Asimismo, en referencia al desempeño de las cooperativas, el 60.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con proveedores es buena. Mientras que el 20.0% señala que es mala y muy buena.

Tabla 43

Dimensión 4: Responsabilidad con proveedores

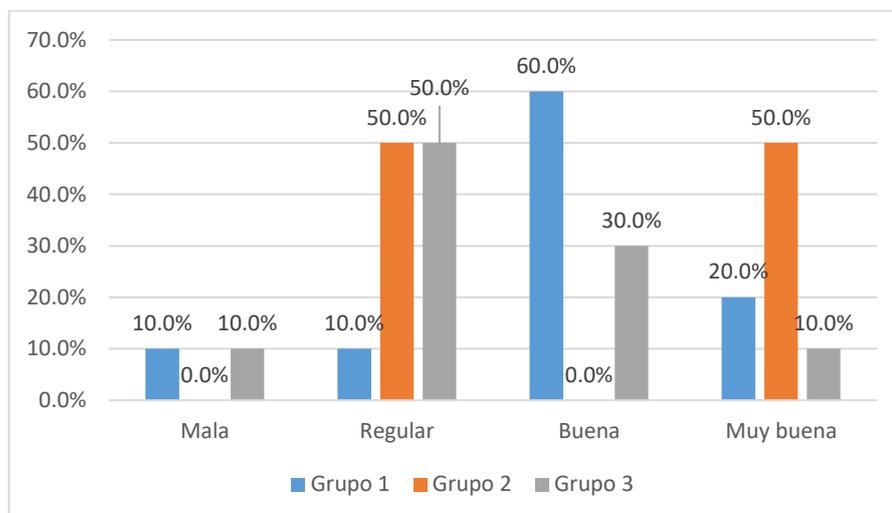
	Grupo 1 (%)	Grupo 2 (%)	Grupo 3 (%)	Promedio (%)
Muy mala	0.0%	50.0%	0.0%	16.7%
Mala	0.0%	0.0%	20.0%	6.7%
Regular	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Buena	60.0%	25.0%	60.0%	48.3%
Muy buena	40.0%	25.0%	20.0%	28.3%

5.1.2.12.6 Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el gobierno en sus instituciones.

Figura 39

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno



En promedio, el 36.7% de gerentes o administradores de las empresas financieras entrevistados considera que sus entidades logran un regular desempeño en la dimensión responsabilidad con el gobierno.

Respecto al desempeño de las cajas y financieras, el 60.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es buena. Por su parte, el 20.0% señala una muy buena gestión. Mientras que el 10.0% considera que es mala y regular.

Por otra parte, en lo que respecta al desempeño de los bancos, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es muy buena. Mientras que el 50.0% señala que es regular.

Asimismo, en referencia al desempeño de las cooperativas, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con el gobierno es regular. Por su parte, el 30.0% señala una buena gestión. Mientras que el 10.0% señala que es mala y muy buena.



Tabla 44

Dimensión 5: Responsabilidad con el gobierno

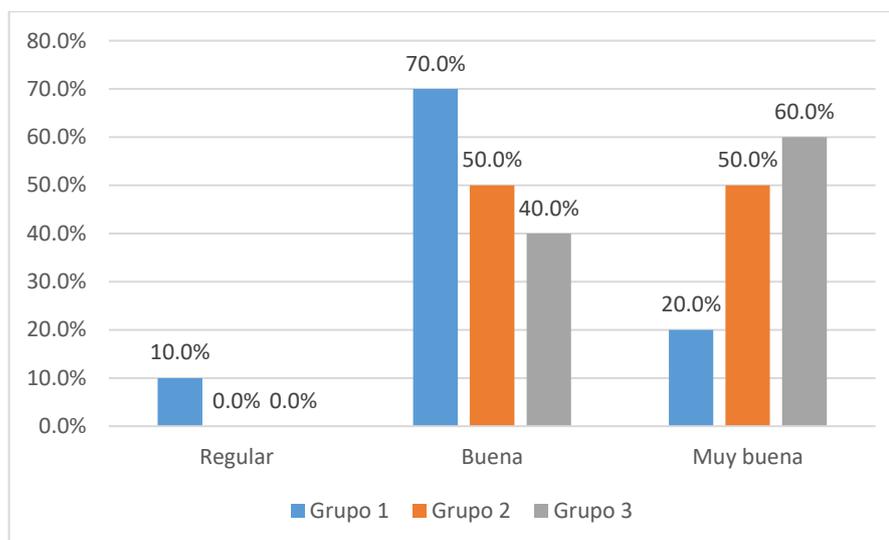
	Grupo 1 (%)	Grupo 2 (%)	Grupo 3 (%)	Promedio (%)
Muy mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Mala	10.0%	0.0%	10.0%	6.7%
Regular	10.0%	50.0%	50.0%	36.7%
Buena	60.0%	0.0%	30.0%	30.0%
Muy buena	20.0%	50.0%	10.0%	26.7%

5.1.2.12.7 Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con la comunidad en sus instituciones.

Figura 40

Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad



En promedio, el 53.3% de gerentes o administradores de las empresas financieras entrevistados considera que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con la comunidad es buena.

Respecto al desempeño de las cajas y financieras, el 70.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la



gestión de la responsabilidad con la comunidad es buena. Por su parte, el 20.0% señala que es muy buena su gestión. Mientras que el 10.0% considera que es regular.

Por otra parte, en lo que respecta al desempeño de los bancos, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con la comunidad es muy buena. Mientras que el 50.0% señala que es buena.

Asimismo, en referencia al desempeño de las cooperativas, el 60.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con la comunidad es muy buena. Mientras que el 40.0% señala que es buena.

Tabla 45

Dimensión 6: Responsabilidad con la comunidad

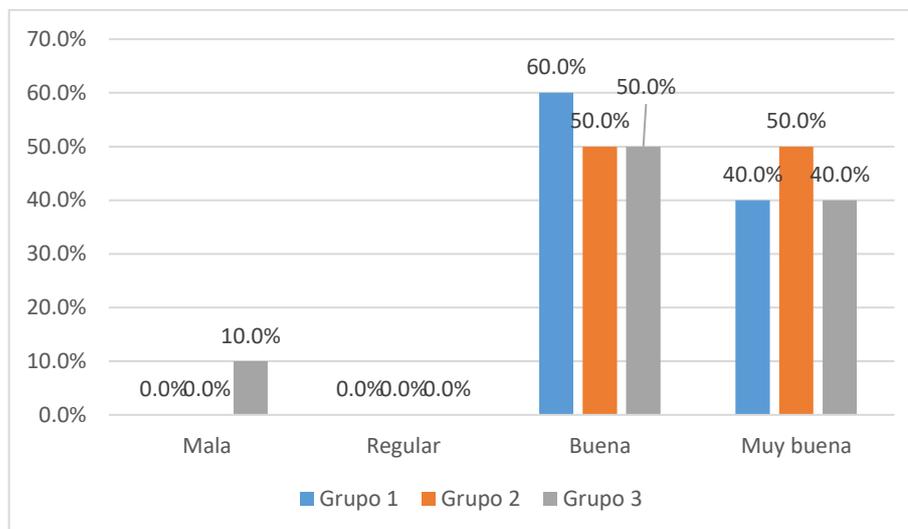
	Grupo 1 (%)	Grupo 2 (%)	Grupo 3 (%)	Promedio (%)
Muy mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Regular	10.0%	0.0%	0.0%	3.3%
Buena	70.0%	50.0%	40.0%	53.3%
Muy buena	20.0%	50.0%	60.0%	43.3%

5.1.2.12.8 Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente

Por lo general, la percepción de los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay es favorable respecto a la gestión de la dimensión responsabilidad con el medio ambiente en sus instituciones.

Figura 41

Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente



En promedio, el 53.3% de gerentes o administradores de las empresas financieras entrevistados considera que sus entidades logran un buen desempeño en la dimensión responsabilidad con el medio ambiente es buena.

Respecto al desempeño de las cajas y financieras, el 60.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es buena. Mientras que el 40.0% considera que es muy buena.

Por otra parte, en lo que respecta al desempeño de los bancos, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es muy buena y buena.

Asimismo, en referencia al desempeño de las cooperativas, el 50.0% de los gerentes o administradores entrevistados, considera que la gestión de la responsabilidad con el medio ambiente es buena. Por su parte, el 40.0% señala que es muy buena u gestión. Mientras que el 10.0% señala que es mala.



Tabla 46*Dimensión 7: Responsabilidad con el medio ambiente*

	Grupo 1 (%)	Grupo 2 (%)	Grupo 3 (%)	Promedio (%)
Muy mala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Mala	0.0%	0.0%	10.0%	3.3%
Regular	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Buena	60.0%	50.0%	50.0%	53.3%
Muy buena	40.0%	50.0%	40.0%	43.3%

5.2 Discusión

Los resultados de la investigación “Responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019”. La evidencia encontrada, indican que más del cincuenta por ciento (58.3%) de las empresas financieras aplican la RSC. Resultados que son corroborados por el estudio realizado según Sanchis & Rodríguez (2018) quienes resaltan al sector bancario como uno de los sectores con mayor empeño y ejemplo en la aplicación de la RSE, siendo un aspecto que beneficiaran la contribución sostenible del territorio y mejor consolidación del posicionamiento en el mercado.

Los resultados de la presente investigación son consistentes y guarda relación con la literatura especializada sobre el tema en cuestión. Ratificando el aporte de Rojas-Vargas & Madero-Gómez (2018) las teorías y conceptos incluidos en el trabajo de investigación forman las bases de las prácticas organizacionales, se debe recalcar la importancia en la preocupante atención en aspectos social, ambiental y la comunidad. Primero, tenemos la evidencia de la teoría del intercambio social donde se plantea la relación entre la comunidad y la organización, siendo necesario que la firma busque generara relaciones a largo plazo y beneficios. Segundo, la teoría de los stakeholders concreta de manera clara las dimensiones dentro de la RSC, las cuales deben ser administradas según las necesidades cada uno de los grupos de interés: la comunidad y el medio ambiente, los empleados (aspecto social), los clientes (producto) y los accionistas (económica). Finalmente, se presentó la teoría de las relaciones humanas como uno de los aportes fundamentales en la atención al desarrollo personal y profesional de los trabajadores en la empresa, así como otros aspectos del trabajador que exigen respeto y dignidad, con poder de decisión y participación dentro de la firma.

Por otra parte, se debe resaltar los resultados expuestos de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, referente a las dimensiones se percibe que la responsabilidad para con los colaboradores y clientes se ubican entre las mejores desempeños realizados por las empresas financieras, sin embargo, esta situación no ocurre con las dimensiones de responsabilidad con los accionistas, los proveedores, el gobierno, la comunidad, la sociedad y el medio ambiente, donde las actividades que comprenden cada una de estas según la apreciación de los gerentes o administradores son aquellas que en menor involucramiento se encuentran desarrolladas.

Asimismo, la Responsabilidad Social Corporativa aplicado en el sector financiero presenta estos hallazgos en anteriores investigaciones:

El trabajo desarrollado por Uribe (2017) describe lo hallazgos respecto a las instituciones financieras la cuales se comprometen con la RSE por medio de acciones, políticas, estrategias y estructura. Asimismo, concluye que toda institución cumple con los requerimientos de orden legal más por el contrario se evidencia que el diseño estratégico de la RSE, no contribuye al desarrollo de proceso de sensibilización ambiental que debe realizarse con los productos y/o servicios que ofrece las empresas a sus clientes.

Por su parte, Canto, Guerra, Medina & Ríos (2016) aplicaron el modelo RSE 2021 como base que mide las necesidades de los stakeholders, donde los clientes son el centro de atención de la empresa. Tras la investigación desarrollada por estos autores se descubre prácticas de RSE en función de alguna acción social o de mejora de reputación, sin embargo, no son plenamente vinculadas a sus stakeholders.

Según Lizarzaburu & del Brio (2016) determinan que las empresas bancarias peruanas han mejorado su reputación debido a sus acciones en responsabilidad social. Esta mejora de reputación ha estado correlacionada con un fortalecimiento del valor de la empresa.

En la investigación desarrollada por Aponte et al. (2018), se identificó (08) buenas prácticas de RSE en el sector financiero peruano que se han identificado, estas son: (a) conocimiento de los stakeholders, (b) priorización de programas o proyectos de RSE relacionados con el medio ambiente y la comunidad, (c) integración de la RSE con la estrategia empresarial, (d) involucramiento de la alta gerencia, (e) asignación de



presupuesto a las actividades de RSE, (f) establecimiento de alianzas con instituciones, (g) homologación con proveedores, y (h) establecimiento de indicadores para medir el impacto. Asimismo, se reconoce que para los bancos las prácticas de RSE tienen un efecto positivo sobre la percepción que los clientes y el mercado, en general, tiene de la institución; sin embargo, desconocen si existe un efecto directo sobre la rentabilidad, ya que esto no se mide.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

La presente investigación tuvo por objetivo describir la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay.

Para lograr tal propósito fue necesario realizar la correspondiente revisión de antecedentes, teorías y metodologías referente a la Responsabilidad Social Corporativa. Además, fue preciso recolectar información empírica de campo mediante la aplicación de encuestas a los gerentes o administradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay.

En ese sentido, tomando en cuenta lo señalado en el párrafo anterior, la presente investigación llegó a las siguientes conclusiones:

Primero: Se describe que en promedio el 58.2% que se representa por 14 administradores o gerentes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay demuestran un nivel muy alto de compromiso con las actividades de la RSC. Considerando estos resultados, las empresas financieras en su gran mayoría demuestran ser partícipes de la gestión de RSC enfocados en atender los intereses de sus stakeholders.

Segundo: Se conoció que el 54.2% que representa 13 administradores o gerentes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay demuestran un nivel bueno en la gestión de actividades que comprometen las acciones tomadas sobre la responsabilidad social con los accionistas. Por lo tanto, la gestión hacia los accionistas es la primera pieza fundamental para un trato más responsable con este grupo. Se determinó una mayor atención a los aspectos tales como: apoyo en buenas prácticas de identificación y compromiso con la gestión de la RSC, incorporación del modelo de la RSC, incorporación hacia buenas

prácticas de gobierno corporativo y evaluación de la gestión bajo el enfoque de reporte de sostenibilidad.

Tercero: Se describió que el 70.8% que representa 17 administradores o gerentes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay demuestran un nivel muy bueno en la gestión de actividades que comprometen las acciones tomadas sobre la responsabilidad con los colaboradores. Por lo tanto, la gestión hacia los colaboradores es de importancia en los negocios para un desempeño eficiente hacia los clientes, la empresa financiera se hace responsable de acciones como: buenas prácticas de promoción del equilibrio entre la vida y el trabajo; promoción del trabajo en equipo; implementación de programas de capacitación y desarrollo personal; cumplimiento de normas laborales; desarrollo de iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar el acoso; promoción de la vinculación de poblaciones diversas; negociación colectiva; gestión participativa; y compromiso con la promoción de la equidad de género.

Cuarto: Se identificó que el 58.3% que representa 14 administradores o gerentes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay evidencian un nivel muy bueno en la gestión de actividades que comprometen las acciones tomadas sobre la responsabilidad con clientes. Por ello, la gestión hacía los clientes es relevante manifestándose mediante la calidad de los productos y/o servicios ofrecidos; la empresa financiera se hace responsable de acciones como: fortalecer las buenas prácticas de comunicación con los clientes, uso del marketing responsable, adopción del sistema de gestión de calidad ISO 9000, promueve la excelencia de la atención y promoción de técnicas de ventas éticas y respeto a la privacidad del consumidor.

Quinto: Se describió que el 54.2% que representa 13 administradores o gerentes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay manifiestan un nivel bueno en la gestión de actividades que comprometen las acciones tomadas sobre la responsabilidad con los proveedores. Por ello, la gestión hacía los proveedores es una relación de confianza y beneficio mutuo basado en la libre competencia, la transparencia y justicia en la elección, así como el

cumplimiento de los contratos establecidos. La empresa financiera se hace responsable de acciones como: apoya en buenas prácticas de RSC en proveedores, la transferencia de recursos intangibles (know how), aplicación de criterios de selección y evaluación de proveedores y apoyo al desarrollo de proveedores.

Sexto: Se conoció que el 37.5% que representa 9 administradores o gerentes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay demuestran un nivel bueno en la gestión de actividades que comprometen las acciones tomadas sobre la responsabilidad con el gobierno. Por ello, la gestión sobre la RSC de la dimensión gobierno está ligado a la confianza y cooperación con las autoridades, por medio del cumplimiento de las leyes y la participación en programas sociales que mitiguen los problemas actuales. La empresa financiera se hace responsable de acciones como: la firma de alianzas interinstitucionales, realización de acuerdos de cooperación, transferencia de recursos intangibles (know how), acciones de liderazgo e influencia social y participación en proyectos sociales gubernamentales.

Séptimo: Se describió que el 54.2% que representa 13 administradores o gerentes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay evidencian un nivel bueno en la gestión de actividades que comprometen las acciones tomadas sobre la responsabilidad con la comunidad. Por lo tanto, la gestión hacia la comunidad involucra una evaluación de la empresa donde se defina la incidencia en las cuales se decida intervenir, en muchos casos son temas como salud y seguridad, prevención ambiental entre otros. Los aspectos considerados en la evaluación de esta dimensión son: se apoya en buenas prácticas del diálogo con los stakeholders, participación en programas de desarrollo local, desarrollo del voluntariado corporativo, difusión del reporte de sostenibilidad, relación con organizaciones locales, financiamiento de la acción social y el involucramiento con la acción social.

Octavo: Se conoció que el 54.2% que representa 13 administradores o gerentes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay manifiestan un nivel bueno en la gestión de actividades que comprometen las acciones tomadas sobre la

responsabilidad con medio ambiente. Por ello, la gestión ambiental por parte de la empresa se desarrolla basándose en la repercusión negativa de la actividad económica. La empresa financiera se hace responsable de acciones como: la buena adopción del sistema de gestión ambiental ISO 14000, compromiso con la ecoeficiencia, implementación de políticas de las 3 R's (Reducir, reusar y reciclar), compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental, y promoción de la educación y concientización ambiental.

6.2 Recomendaciones

Conforme a los resultados obtenidos y la recopilación expuesta como apoyo al proyecto de investigación, se presenta las siguientes recomendaciones:

Primero: Considerando la situación favorable respecto a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, los gerentes y/o administradores deben considerar a los diferentes stakeholders como los aliados estratégicos frente a la aplicación de las estrategias adecuadas para la atención de cada grupo en beneficio de la RSC.

Segundo: En la responsabilidad para con los accionistas, de las 24 solo 11 empresas financieras aún no aplican actividades que impulsen la RSC en sus instituciones, es fundamental impulsar la gestión de la RSC en las empresas financieras de esta cantidad minoritaria a fin de que los gerentes y/o administradores desarrollen estrategias que incluyan la integración de este grupo en beneficio de sus entidades y, demás grupos de interés.

Tercero: En función a la dimensión responsabilidad para los colaboradores/trabajadores en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, esta dimensión engloba las estrategias y acciones que las empresas financieras aplican para retener el talento humano en sus instituciones; en ese entender, los gerentes y/o administradores comprenden que este sector económico desarrolla habilidades y capacidades en el personal para ser un aliado interno de la institución. Se sugiere replicar estas acciones en el resto de empresas financieras de la ciudad de Abancay, como una alternativa de mejores oportunidades laborales para los ciudadanos.

Cuatro: Asimismo, en cuanto a la dimensión responsabilidad con los clientes en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, las 10 empresas financieras restantes deberán promover acciones a fin de fortalecer la comunicación, gestión de la calidad, promoción de buenas prácticas y excelencia de atención a los clientes. Considerando la importancia de este grupo, siendo el cliente la clave de toda empresa y son fuente valiosa de ingresos e información que permite que la compañía pueda mejorar y crecer.

Quinto: En función a la dimensión responsabilidad con los proveedores en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, de las 24 empresa financieras 4 de ellas han presentado resultados negativos, muchas de las firmas son regidas y administradas por la sede central, situación que determina en muchas las estrategias y actividades que aplica; sin embrago, determinar el aliado estratégico para la firma es de prioridad y se logra con una clara estrategia de selección y es responsabilidad de los administradores y/o gerentes proponer elegir al aliado estratégico en sus agencias.

Sexto: En cuanto a la dimensión responsabilidad para con el gobierno de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, se determinó que 10 de 24 empresas financieras no tienen claro que acciones tomar referente al stakeholders (gobierno), es decir, los medios de negociación (comunicación); cooperación entre las instituciones y firmas son mínimas, donde los trabajos sociales son desarrollados con menor frecuencia. En ese entender, se sugiere dar apertura a iniciativas de negociación con este grupo, tanto como alianzas estratégicas – acuerdos institucionales con fines sociales que permitan el acercamiento de las empresas privadas a las instituciones gubernamentales.

Séptimo: Asimismo, la dimensión responsabilidad para con la comunidad en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, se valida que las empresas financieras promuevan las buenas prácticas del diálogo con los stakeholders, promoción de programas de desarrollo local, promover el voluntariado corporativo, difusión del reporte de sostenibilidad, desarrollar relaciones con

organizaciones locales, ser parte del financiamiento de la acción social. Acciones que promueven la mejora de la imagen corporativa, el desarrollo de relaciones sostenibles y motiva a la sociedad.

Octavo: En cuanto a la dimensión responsabilidad para con el medio ambiente en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, se acepta que las empresas financieras adoptan un sistema de gestión ambiental, se comprometen con la ecoeficiencia, integración de políticas de reducir, reusar y reciclar. Promueve la calidad ambiental, la educación y concientización ambiental, estrategias con fines de mejorar el ambiente laboral, las instalaciones y mejorar la imagen de la empresa.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ambrosini, D., & López, R. (2011). *El sistema financiero*. Lima: Universidad de Piura.
- Aponte, C. A., Ávila, C. B., Azcoytia, A. C., & Rodríguez, P. L. (2018). *Responsabilidad social empresarial en el sector financiero en el Perú*. Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Asociación de Bancos del Perú. (2016). Responsabilidad social y valor de la empresa en el sector bancario peruano. (6), 206.
- Bajo, A., González, M., & Fernández, J. (2013). Responsabilidad social y empresa sostenible. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 223-243. doi:<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.14>
- Balaguer, M. R., Fernández, M. Á., & Muñoz, M. J. (2007). *La responsabilidad social de la empresa: Relaciones entre la performance social, financiera y bursátil*. Valencia: Generalitat.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2018). *Caracterización del departamento de Apurímac*. Lima: Autor.
- Batthyány, K., & Cabrera (Coords.), M. (2011). *Metodología de la investigación en ciencias sociales: Apuntes para un curso inicial*. Montevideo: Universidad de la República.
- Behar, D. (2008). *Introducción a la metodología de la investigación*. Anónimo: Editorial Shalom.
- Belaunde, J., Parodi, B., & Muñoz, D. (2001). *Cómo promover la responsabilidad social empresarial en el Perú: Marco legal e institucional*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Canessa, G., & García, E. (2005). *El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y el mundo*. Lima: Perú 2021.
- Canto, G., Guerra, R., Medina, L., & Ríos, Á. (2016). Diagnóstico y propuesta de mejora para una banca socialmente responsable en el Perú. *Tesis para optar el grado de Magíster*



en Dirección de Operaciones Productivas. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Carrillo, V., Nuñez, S., Tato, J., Delgado, J., & Castillo, A. (2009). *Comunicación integral y responsabilidad social en las organizaciones*. México: Pearson Educación.

Castro, M. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración* (Segunda ed.). Caracas: Uypal.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). *Panorama Social de América Latina, 2019*. Santiago: Naciones Unidas.

Correa, M., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Santiago, Chile: Naciones Unidas CEPAL.

Corredor, B., Valencia, H., Hurtado, L., Alfonso, R., & Porras, J. (2016). El estado de la gestión con enfoque en responsabilidad social empresarial en los cinco principales bancos en Colombia. (*Tesis para obtener el grado de Magister en Administración Estratégica de empresas*). Pontificia Universidad Católica del Perú, Bogotá.

De Paola de Gathmann, S. (2014). Empresa responsable y sostenible: Hacia un enfoque de negocios que utiliza el desarrollo económico para promover una sociedad más justa e inclusiva, respetando los recursos naturales. En V. Guédez (Comp.), *La RSE en perspectiva: Ideas para su diseño, implementación, desarrollo y evaluación* (págs. 342-348). Caracas, Venezuela: VENAMCHAM.

Del Castillo Z., E. (2019). *Intermediación financiera y crecimiento económico departamental en el Perú entre los años 2007 al 2016*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Díaz, R., & Escárcega, S. (2009). *Desarrollo sustentable: Oportunidad para la vida*. México: Mcgraw-Hill Interamericana.

Franco, P. (2006). *Manual de diagnóstico: Indicadores CGS de la responsabilidad social empresarial*. Lima: Universidad del Pacífico.

Lerma, H. (2009). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto* (Cuarta ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.



- Lizarzaburu, E., & del Brio, J. (2016). Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el sector financiero de países en desarrollo. *GCG revista de globalización*, X(1), 42-65.
- Montañez, G., & Gutiérrez, S. (2015). *La responsabilidad social empresarial desde el enfoque de los grupos de interés*. México: Cénid.
- Moreano, & R. (2013). Los stakeholders y la responsabilidad social corporativa. En F. I. Valores, *El gobierno corporativo en Iberoamérica* (págs. 475-538). Madrid: CYAN, Proyectos Editoriales.
- Mozas, A., & Puentes, R. (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *REVESCO*(103), 75-100.
- Naciones Unidas. (4 de Octubre de 2020). *Empresas/Naciones Unidas*. Obtenido de www.un.org
- Peinado-Vara, E. (2011). RSE en América Latina. En A. Vives, & E. Peinado-Vara (Edits.), *RSE la responsabilidad social de la empresa en América Latina* (págs. 65-82). Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Pimentel, A. (2014). La responsabilidad social empresarial: Dominios y ámbitos de acción. En V. Guédez, *La RSE en perspectiva: Ideas para su diseño, implementación, desarrollo y evaluación* (págs. 227-230). Caracas, Venezuela: VENAMCHAM.
- Quiroga, A. (2011). Responsabilidad social corporativa, su discusión en la teoría de la administración de empresas. En J. (. Salazar, *La responsabilidad social corporativa: Reoría y evidencia para México* (págs. 7-39). Monterrey: Tecnológico de Monterrey.
- Ramírez, T. (1999). *Cómo hacer un proyecto de investigación* (Primera ed.). Caracas: Panapo.
- Rincón, P. (2014). El amor existe entre la comunicación y la RSE. En V. Guédez (Comp.), *La RSE en perspectiva: Ideas para su diseño, implementación, desarrollo y evaluación* (págs. 379-385). Caracas, Venezuela: VENAMCHAM.
- Rodríguez, Y. (2014). La RSE debe pasar de la utopía a lo tangible y estandarizado. En V. Guédez (Comp.), *La RSE en perspectiva: Ideas para su diseño, implementación, desarrollo y evaluación* (págs. 410-426). Caracas, Venezuela: VENAMCHAM.



- Rojas-Vargas, N., & Madero-Gómez, S. (Enero-Junio de 2018). La responsabilidad social corporativa: Contexto histórico y relación con las teorías administrativas. *Tecnológico de Monterrey*(55), 29-38.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación*. México D.F: Prentice Hall.
- Sanchis, J., & Rodríguez, S. (2018). *Responsabilidad social empresarial en banca: Su aplicación al caso de la banca cooperativa*. Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO).
- Sara de Talavera, M. (s/f). *Guía de autoaplicación: Indicadores de responsabilidad social empresarial*. Asunción, Paraguay: ADEC RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.
- Sautu, R., Bonoilo, P., Dalle, P., & Rodolfo, E. (2005). *Manual de metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: CLACSO.
- Schwalb, M. (2011). La responsabilidad de la empresa ante los consumidores. En A. Vives, & E. Peinado-Vara, *La responsabilidad de la empresa en América Latina* (pág. 87). Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Sosa, R. (2014). ¿Por qué la responsabilidad social de la empresa? En V. Guédez (Comp.), *La RSE en perspectiva: Ideas para su diseño, implementación, desarrollo y evaluación* (págs. 111-117). Caracas, Venezuela: VENAMCHAM.
- Superintendencia de Banca, S. y. (2009). *Programa finanzas en el cole: Programa de asesoría a docentes sobre el rol y funcionamiento del sistema financiero, de seguros AFP y unidades de inteligencia financiera*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2022). *sbs.gob.pe*.
- Tong, J. (2007). *Finanzas empresariales: La decisión de inversión*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Uribe, M. (2017). La responsabilidad social empresarial en las instituciones del sector financiero de Ibagué (Colombia). (*Doctorado en Gerencia de Proyectos*). Universidad EAN, Ibagué, Colombia.



Velázquez, L., & Echaniz, A. (2011). La conciliación y la responsabilidad social de la empresa. En J. (. Salazar, *La responsabilidad social corporativa: Teoría y evidencia para México* (págs. 142-169). Monterrey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.



ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO, ALCANCE, MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Cómo asumen la responsabilidad social corporativa las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?	Describir la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019	Responsabilidad social corporativa	Responsabilidad con los accionistas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación y compromiso con la gestión de la RSC ✓ Incorporación del modelo de RSC ✓ Orientación hacia buenas prácticas de Gobierno Corporativo ✓ Evaluación de la gestión bajo el enfoque de reporte de sostenibilidad 	Tipo de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Investigación básica Alcance de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Investigación descriptiva Método de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Método deductivo Diseño de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Diseño no experimental – Transeccional 	Técnicas <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta Instrumentos <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario 	Población N = 24 empresas financieras de la ciudad de Abancay Muestra n = 24 empresas financieras de la ciudad de Abancay
<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con los accionistas las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019? • ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con los colaboradores las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019? • ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con los clientes las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019? • ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con los proveedores las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019? • ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con el gobierno las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019? • ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con la comunidad las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019? • ¿De qué manera desempeñan su responsabilidad con el medio 	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterizar la implementación de actividades de responsabilidad con los accionistas de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019 • Caracterizar la implementación de actividades de responsabilidad con los colaboradores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019 • Caracterizar la implementación de actividades de la responsabilidad con los clientes de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019 • Caracterizar la implementación de actividades de la responsabilidad con los proveedores de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019 • Caracterizar la implementación de actividades de la responsabilidad con el gobierno de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019 • Caracterizar la implementación de actividades de la 		Responsabilidad con los colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Balance de vida en la empresa ✓ Trabajo en equipo ✓ Capacitación y desarrollo personal ✓ Cumplimiento de normas laborales ✓ Desarrollo de iniciativas para prevenir, denunciar y sancionar el acoso ✓ Promoción de la vinculación de poblaciones diversas ✓ Negociación colectiva ✓ Gestión participativa ✓ Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género 			
			Responsabilidad con los clientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comunicación con los clientes ✓ Marketing responsable ✓ Sistema de gestión de calidad ISO 9000 ✓ Excelencia de la atención ✓ Técnica de venta ética y respeto a la privacidad del consumidor 			
			Responsabilidad con los proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción de prácticas de RSC en proveedores ✓ Transferencia de conocimientos ✓ Criterios de selección y evaluación de proveedores ✓ Apoyo al Desarrollo de Proveedores 			
			Responsabilidad con el gobierno	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alianzas interinstitucionales ✓ Acuerdos de cooperación 			

ambiente las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019?	responsabilidad con la comunidad de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019 <ul style="list-style-type: none"> ● Caracterizar la implementación de actividades de la responsabilidad con el medio ambiente de las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ transferencia de conocimientos ✓ Liderazgo e influencia social ✓ Participación en proyectos sociales gubernamentales 			
		Responsabilidad con la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dialogo con los stakeholders ✓ Programas de desarrollo local ✓ Voluntariado corporativo ✓ Reporte de sostenibilidad ✓ Relaciones con organizaciones locales ✓ Financiamiento de la acción social ✓ Involucramiento con la acción social 			
		Responsabilidad con el medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adopción del sistema de gestión Ambiental ISO 14000 ✓ Ecoeficiencia ✓ Implementación de política de las 3 R's ✓ Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental ✓ Educación y concientización ambiental 			

Anexo 2: Instrumento

ENCUESTA

Se está realizando una investigación que servirá para elaborar una tesis de pre grado sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay.

Solicito su colaboración para que conteste algunas preguntas que no llevarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

Las empresas que fueron seleccionadas para el estudio fueron elegidas al azar. Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Le pedimos que conteste este cuestionario con la mayor sinceridad. No hay respuestas correctas ni incorrectas.

N° Encuesta

<i>Tipo de Empresa bancaria</i>			<i>Tiempo de Funcionamiento en la ciudad</i>	
---------------------------------	--	--	--	--

I. RESPONSABILIDAD CON LOS ACCIONISTAS

N°		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
1	La identificación y el compromiso de la empresa con la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa es...	1	2	3	4	5
2	La manera como se incorpora la Responsabilidad Social Corporativa en el modelo de gestión de la empresa es...	1	2	3	4	5
3	La orientación hacia las prácticas de Gobierno Corporativo de la empresa es...	1	2	3	4	5
4	La evaluación de la gestión empresarial bajo el enfoque del Reporte de Sostenibilidad es...	1	2	3	4	5

II. RESPONSABILIDAD CON COLABORADORES

N°		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
5	La manera como promueve la empresa el equilibrio entre la vida y el trabajo de sus colaboradores es...	1	2	3	4	5
6	La promoción del trabajo en equipo dentro de la empresa es...	1	2	3	4	5
7	La manera como implementa la empresa programas de capacitación y desarrollo personal es...	1	2	3	4	5
8	El cumplimiento de las normas laborales vigentes por parte de la empresa es...	1	2	3	4	5
9	El desarrollo de iniciativas por parte de la empresa para prevenir, denunciar y sancionar toda forma de acoso es...	1	2	3	4	5
10	La manera como promueve la vinculación de poblaciones diversas es...	1	2	3	4	5
11	La negociación colectiva que realiza la empresa con los representantes de los colaboradores es...	1	2	3	4	5

12	La promoción de la gestión participativa dentro de la empresa es...	1	2	3	4	5
13	El compromiso de la empresa con la promoción de la equidad de género es...	1	2	3	4	5

III. RESPONSABILIDAD CON CLIENTES

N°		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
14	La manera como desarrolla la empresa mecanismos para fortalecer la comunicación con sus clientes es...	1	2	3	4	5
15	El uso del marketing responsable por parte de la empresa es...	1	2	3	4	5
16	La manera como la empresa adopta el sistema de gestión de calidad ISO 9000 es...	1	2	3	4	5
17	La manera como la empresa promueve la excelencia de la atención es...	1	2	3	4	5
18	La promoción de la utilización de técnicas de ventas éticas y el respeto a la privacidad de los clientes como política de la empresa es...	1	2	3	4	5

IV. RESPONSABILIDAD CON PROVEEDORES

N°		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
19	La manera como la empresa estimula las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en proveedores es...	1	2	3	4	5
20	La manera como la empresa transfiere sus recursos intangibles (know how) a sus proveedores para generar un aporte diferencial es...	1	2	3	4	5
21	La aplicación de criterios rigurosos de selección y evaluación de proveedores por parte de la empresa es...	1	2	3	4	5
22	La manera como la empresa realiza acciones de apoyo para el desarrollo de sus proveedores es...	1	2	3	4	5

V. RESPONSABILIDAD CON EL GOBIERNO

N°		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
23	La manera como realiza la empresa alianzas interinstitucionales con entidades del Estado es...	1	2	3	4	5
24	La manera como la empresa realiza acuerdo de cooperación con entidades del Estado es...	1	2	3	4	5
25	La manera como la empresa transfiere sus recursos intangibles (know how) a instituciones del Estado es...	1	2	3	4	5
26	El desarrollo de acciones de liderazgo e influencia social por parte de la empresa es...	1	2	3	4	5
27	La participación de la empresa en los proyectos sociales gubernamentales es...	1	2	3	4	5

VI. RESPONSABILIDAD CON LA COMUNIDAD

N°		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
28	El dialogo que mantiene la empresa con los stakeholders es...	1	2	3	4	5
29	La participación de la empresa en los programas de desarrollo local es...	1	2	3	4	5
30	La manera como la empresa desarrolla acciones de voluntariado corporativo en beneficio de la comunidad es...	1	2	3	4	5
31	La manera como la empresa difunde su Reporte de Sostenibilidad es...	1	2	3	4	5
32	La forma como la empresa mantiene relaciones con organizaciones locales es...	1	2	3	4	5
33	La participación de la empresa en el financiamiento de la acción social en la comunidad es...	1	2	3	4	5
34	La manera como la empresa se involucra en la acción social de la comunidad es...	1	2	3	4	5

VII. RESPONSABILIDAD CON EL MEDIO AMBIENTE

N°		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
35	La manera como la empresa adopta el sistema de gestión ambiental ISO 14001 es...	1	2	3	4	5
36	El compromiso que muestra la empresa con la ecoeficiencia es...	1	2	3	4	5
37	La manera como la empresa implementa la política corporativa de las 3 R's (Reducir, Reusar y Reciclar) es...	1	2	3	4	5
38	El compromiso que muestra la empresa con el mejoramiento de la calidad ambiental es...	1	2	3	4	5
39	La manera como la empresa promueve la educación y concientización ambiental es...	1	2	3	4	5

Anexo 3: Ficha de validación de instrumento



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACION
Escuela académico profesional de Administración



I. INFORMACION

I.1.DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: Mgtr. Adm. Josué Huamani Cayllahua

I.2.DEL AUTOR DE LA INVESTIGACION

Proyecto de Investigación: “Responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019”

Responsable: Bach. Greka Brigitte Núñez Robles

Instrumento: Cuestionario (X) Formato de Entrevista ()

I.3.FACTORES DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

N°	INDICADORES	CRITERIOS	COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH				
			Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			(0-20%)	(21-40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulan con lenguaje apropiado				78%	
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables				80%	
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				80%	
4	ORGANIZACION	Muestra una organización lógica				77%	
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad				80%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias				77%	
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teóricos científicos				80%	
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices				79%	
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema				75%	
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno				78%	
TOTAL						78%	

II. OPINION DEL EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los Art. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica de Reglamento General de Grados y Títulos – UNAMBA, el presente documento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

(X) Se valida () No se valida

Abancay, 06 de enero del 2021.

Firma y sello del experto:





UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACION
Escuela académico profesional de Administración



I. INFORMACION

I.1 DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: Dr. Luciano Alipio Rober Anibal

I.2 DEL AUTOR DE LA INVESTIGACION

Proyecto de Investigación: Responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019

Responsable: Bach. Greka Brigitte Núñez Robles

Instrumento: Cuestionario (X) Formato de Entrevista ()

I.3 FACTORES DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

N°	INDICADORES	CRITERIOS	COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH				
			Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			(0-20%)	(21-40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulan con lenguaje apropiado					95
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables					90
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología					90
4	ORGANIZACION	Muestra una organización lógica					95
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad					90
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias					90
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teóricos científicos					90
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices					95
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema					95
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno					95
TOTAL							92.5

II. OPINIÓN DEL EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los Art. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica de Reglamento General de Grados y Títulos – UNAMBA, el presente documento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

(X) Se valida () No se valida

Abancay, 09 de enero del 2021.

Firma y sello del experto:


 UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
 FACULTAD DE ADMINISTRACION
 Dr. Rober Anibal Luciano Alipio
 DOCENTE





UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
Escuela académico profesional de Administración



I. INFORMACIÓN

I.1 DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: Dr. Wilson J. Mollocondo Flores

I.2 DEL AUTOR DE LA INVESTIGACIÓN

Proyecto de Investigación: “Responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019”

Responsable: Bach. Greka Brigitte Nuñez Robles

Instrumento: Cuestionario (X) Formato de Entrevista ()

I.3 FACTORES DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

N°	INDICADORES	CRITERIOS	COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH				
			Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			(0-20%)	(21-40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulan con lenguaje apropiado					95
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables					90
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología					90
4	ORGANIZACIÓN	Muestra una organización lógica					95
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad					90
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias					90
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teóricos científicos					90
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices					95
9	METODOLOGÍA	Responde al propósito del problema					95
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno					95
TOTAL							92.5

II. OPINIÓN DEL EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los Art. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica de Reglamento General de Grados y Títulos – UNAMBA, el presente documento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

(X) Se valida () No se valida

Abancay, 08 de enero del 2021.

Firma y sello del experto:


 UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
 Dr. Wilson J. Mollocondo Flores
 EXPERTO



Anexo 4: Listado de empresas financieras de la ciudad de Abancay

Nº	NOMBRE DE LA ENTIDAD	TIPO	ESTADO	DIRECCIÓN
PRIMER GRUPO: CAJAS Y FINANCIERAS				
1	CAJA RURAL LOS ANDES SOCIEDAD ANONIMA	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Jr. Cusco 109
2	CMAC ICA	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Av. Diaz Barcenas N° 1005 Y Jr. Chalhuanca N° 325
3	CMAC PIURA	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Esquina Av. Arequipa N° 300 Y Calle Junín N° 211
4	CMAC HUANCAYO	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Av. Días Bárcenas N° 541
5	CMAC CUSCO	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Esquinas Av.Nunez Y Diaz Barcenas
6	CMAC AREQUIPA	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Jr. Arequipa N° 210-212
7	FINANCIERA CONFIANZA	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Av. Arenas 302
8	FINANCIERA CREDINKA	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Jr. Lima 218
9	FINANCIERA CREDISCOTIA	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Jr. Lima 218
10	MI BANCO	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Jr. Chalhuanca 917
SEGUNDO GRUPO: BANCOS				
11	INTERBANK	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Av. Arenas Esquina Parque Micaela Bastidas N° 101
12	SCOTIABANK PERU	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Jr. Lima N° 218
13	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Jr. Arequipa 218/222
14	BANCO DE LA NACIÓN	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Jr. Lima No. 216 - 218
TERCERO GRUPO: COOPERATIVAS				
15	COOPAC LOS ANDES COTARUSI AYMARAES	2B	EN OPERCIÓN	Av. Perú N° 307 Las Américas
16	COOPAC EMPRENDER	2A	EN OPERCIÓN	Jr. Huancavelica 206
17	COOPAC RURAL ABANCAY	1	EN OPERCIÓN	Av. Brasil # 302
18	COOPAC SEÑOR DE SOCCLLACCASA-ABANCAY	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Av. Elias N° 100
19	SEÑOR DE ANIMAS DE CANCHUILLCA CHALHUANCA AYMARAES	2A	EN OPERCIÓN	Jr. Mariscal Gamarra N°411
20	COOPAC CRECER PERU	1	EN OPERCIÓN	Av. Venezuela N° 303 - Primer Piso
21	COOPAC SANTO DOMINGO DE GUZMÁN	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Av. Nuñez N 303

22	COOPAC SAN CRISTÓBAL	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Av. Días Bárcenas
23	COOPAC GRUPO ECONOMICO SOCIAL SANTA MARÍA MAGDALENA	AGENCIA	EN OPERCIÓN	Av. Días Bárcenas
24	COOPAC SANTIAGO APOSTOL TALAVERA	2A	EN OPERCIÓN	Jr. Union N° 227

Nota: Superintendencia de banca y seguros (SBS)

Anexo 5: Constancia de corrección de estilo

CONSTANCIA DE CORRECCIÓN DE ESTILO

EL ESPECIALISTA EN CORRECCIÓN DE ESTILO DE DOCUMENTOS
CIENTÍFICOS QUIEN SUSCRIBE

HACE CONSTAR

Que, en mi condición de corrector de estilo de documentos científicos, como especialista de Comunicación del Ministerio de Educación, en su instancia de gestión educativa descentralizada, UGEL-Abancay, y docente universitario corregí la estructura externa consistente en la corrección gramatical, ortográfica y semántica contextual (coherencia y cohesión) del informe de la tesis con el título "Responsabilidad social corporativa en las empresas financieras de la ciudad de Abancay, 2019" presentado por Bach. Greka Brigitte NÚÑEZ ROBLES, para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

Se expide la presente constancia a solicitud de la interesada para los fines que estimen por conveniente.

Abancay, 11 de enero de 2023.


Mag. Hipólito Alviz Rayán
Corrector de estilo
CPPe N° 8031032447

c.c. : Archivo

HAR/...

Anexo 6: Tabulación del instrumento

Anexo 6. 1: Cajas y financieras

	Absoluto						Relativo						Proyección
	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	
D1	0	0	0	4	6	10	0%	0%	0%	40%	60%	100%	
D2	0	0	0	5	5	10	0%	0%	0%	50%	50%	100%	
D3	0	0	0	5	5	10	0%	0%	0%	50%	50%	100%	
D4	0	0	0	6	4	10	0%	0%	0%	60%	40%	100%	
D5	0	1	1	6	2	10	0%	10%	10%	60%	20%	100%	
D6	0	0	1	7	2	10	0%	0%	10%	70%	20%	100%	
D7	0	0	0	6	4	10	0%	0%	0%	60%	40%	100%	

Anexo 6. 2: Bancos

	Absoluto						Relativo						Proyección
	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	
D1	0	0	0	3	1	4	0%	0%	0%	75%	25%	100%	
D2	0	0	0	0	4	4	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
D3	0	0	0	0	4	4	0%	0%	0%	0%	100%	100%	
D4	2	0	0	1	1	4	50%	0%	0%	25%	25%	100%	
D5	0	0	2	0	2	4	0%	0%	50%	0%	50%	100%	
D6	0	0	0	2	2	4	0%	0%	0%	50%	50%	100%	
D7	0	0	0	2	2	4	0%	0%	0%	50%	50%	100%	

Anexo 6. 3: Cooperativas

	Absoluto						Relativo						Proyección
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>Total</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>Total</i>	
D1	0	0	0	6	4	10	0%	0%	0%	60%	40%	100%	
D2	0	0	0	2	8	10	0%	0%	0%	20%	80%	100%	
D3	0	0	0	5	5	10	0%	0%	0%	50%	50%	100%	
D4	0	2	0	6	2	10	0%	20%	0%	60%	20%	100%	
D5	0	1	5	3	1	10	0%	10%	50%	30%	10%	100%	
D6	0	0	0	4	6	10	0%	0%	0%	40%	60%	100%	
D7	0	1	0	5	4	10	0%	10%	0%	50%	40%	100%	