

**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE  
APURÍMAC**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE LA  
PROVINCIA DE ABANCAY, 2014”.**

**TESÍS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. ADM: DORIS CABALLERO RAMIREZ**

**Abancay, septiembre del 2016**

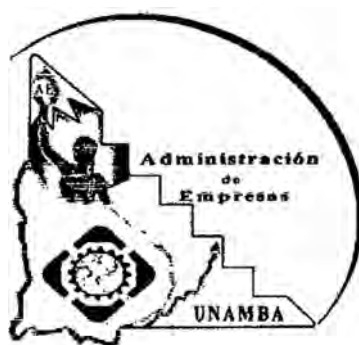
**PERÚ**



**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE  
APURÍMAC**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE LA  
PROVINCIA DE ABANCAY, 2014”.**

<b>Candidata</b>	Bach. Doris Caballero Ramírez
<b>Asesora</b>	Dra. Marina Vilca Cáceres
<b>Presidente de Jurado</b>	Mgt. Mauro Huayapa Huaynacho
<b>Primer Jurado</b>	Mgt. Leticia Rosario Valer Montesinos
<b>Segundo Jurado</b>	Mgt. Julián Oré Leiva

**Abancay, septiembre del 2016**

**PERÚ**



**“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL  
EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE  
LA PROVINCIA DE ABANCAY, 2014”.**



**DEDICATORIA:**

A Dios por ser mi padre, amigo, confidente y por demostrarme su amor incondicional.

A mis padres Salomé y Alejandro, por sus consejos y su esfuerzo, para lograr terminar mi carrera profesional.

A los micro y pequeños empresarios, que con su esfuerzo y dedicación brindan oportunidades de trabajo a miles de personas y fomentan el desarrollo económico de la provincia de Abancay.

DCR.



## AGRADECIMIENTO

Primero agradezco a Dios todopoderoso, quien me bendice y protege todos los días de mi existir, como también me dio las fuerzas para superar todas las dificultades que alguna vez se me presentaron, permitiéndome alcanzar hoy una nueva meta en mi vida.

A mis padres, Salomé Ramirez y Alejandro Caballero, quienes me vieron crecer y me entregaron su amor y apoyo incondicional en todo momento, muchas gracias por todo el esfuerzo y los sacrificios que hicieron para lograr este triunfo.

A mi hermana Sandra, quien realizó una maestría en la Universidad Agraria la Molina y a pesar de las dificultades logro concluir sus estudios, gracias por la motivación para alcanzar más logros en la vida.

A mi hermano Alexander, por su tiempo para reemplazarme en el negocio familiar y su apoyo constante en todo momento.

A mi hermano Marco Antonio, gracias por enseñarme a ser paciente, tolerante y sobre todo a esforzarme para ser cada vez una mejor persona.

A mi profesora asesora, Dra. Marina Vilca, quien siempre me brindó parte de su tiempo para orientarme y disipar mis dudas. Gracias por la plena entrega que demostró.

A mis jurados, Mgt. Mauro Huayapa, Mgt. Leticia valer y Mgt. Julián Ore, por el interés, motivación, apoyo y crítica, necesarios para la realización de esta tesis.

A Josué Pérez, por estar siempre a mi lado en las buenas y en las malas; por su comprensión, paciencia y amor, dándome ánimos de fuerza y valor para seguir a delante.

A mi amiga Luz Marina Quispe, gracias por tu amistad, por los consejos y por guiarme hacia el camino de Dios.

A mis dos amigos Theoanseat Monzon y Jeferson Orosco, por la amistad y el apoyo en este proceso de la tesis.

A mis tres amigas que conocí en la universidad Yovana Ramírez, Rosa Rivera y Natalia Sequeiros, gracias por vuestra amistad.

A mis dos amigos de la universidad Nilton Chipana y Yhon Huaman, gracias por tantos favores y por compartir gratos momentos de amigos.

A mi amiga Carla Dávila, gracias por tu amistad y por compartir tantas noches sin dormir por culpa de los trabajos de la universidad.

A mis tres amigas de la vida Gandhi Soria, Erika Medina y Maribel Fernández, gracias por la amistad y el apoyo constante en este proceso de la tesis.

A los Gerentes y personal administrativo de las Pequeñas Empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, por brindarme las facilidades necesarias para recoger la información que se les solicito.

A todos quienes al escribir estas líneas, recordé con amor y respeto.



## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

Dr. LEONARDO ADOLFO PRADO CARDERNAS

**Rector (I)**

Mgt. MAURO HUAYAPA HUAYNACHO

**Vicerrector Académico**

Dr. WILSON JHON MOLLOCONDO FLORES

**Vicerrector de Investigación**

Mgt. VÍCTOR CARMELINO VARGAS GODOY

**Decano de la Facultad de Administración**

Mgt. ROSARIO LETICIA VALER MONTESINOS

**Director de la Escuela Académico Profesional de Administración**



“Año de la Consolidación del Mar de Grau”

Abancay, 06 de Septiembre del 2016

**CARTA N° 0012-2016-MVC /FA-UNAMBA**

Señora : Mg. Rosario Leticia Valer Montesinos  
DIRECTORA DE LA EAPA-FA-UNAMBA.  
Asunto: Comunica, Visto Bueno del Informe final de Tesis

Mediante la presente me dirijo a su digna Dirección, con la finalidad de poner de su conocimiento. Que, en pleno cumplimiento de los contenidos del Reglamento General de Grados y Títulos de nuestra Universidad; en particular, para el otorgamiento del Título Profesional mediante la modalidad de presentación, aprobación y sustentación de tesis, comunico que en calidad de asesora doy el visto bueno al informe final de tesis titulado: “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE LA PROVINCIA DE ABANCAY, 2014”., presentado por la Bach. “**CABALLERO RAMIREZ, DORIS**”, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas, Investigación que se orienta de acuerdo a los alcances y exigencias de la investigación científica, así como la reglamentación y directivas pertinentes de nuestra Facultad y Universidad.

Esperando que la presente manifieste de su pleno conocimiento. Aprovecho la oportunidad para expresar las muestras de mi mayor consideración.

Atentamente,



Dra. Marina Vilca Cáceres  
Docente Asesor

## CONSTANCIA

El Lic. Víctor Héctor Marcilla Garay, docente de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, especialista en Educación III; con especialidad en Lenguaje y Literatura; Ortografía y Redacción que suscribe,

### HACE CONSTAR:

Que la Srta. **Doris Caballero Ramirez**, Bach. en Ciencias Administrativas de la Facultad de Administración, Escuela Académico Profesional de Administración, realizó la tesis intitulada: **“La Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas Empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014”**, el mencionado trabajo de investigación fue revisado en cuanto a la redacción, al cual lo declara apto para su impresión.

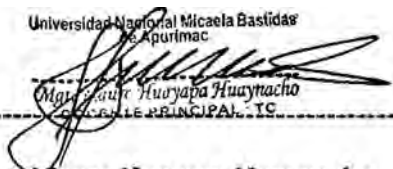
Se expide la presente constancia a pedido de la interesada para proceder con los trámites necesarios para la obtención de su título profesional y los fines que crea conveniente.

Abancay, 28 de agosto del 2015



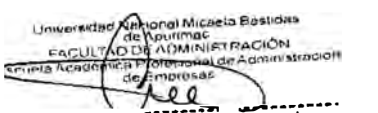
\_\_\_\_\_  
Lic. Víctor Héctor Marcilla Garay  
Especialista en Redacción

## JURADOS

Universidad Nacional Micaela Bastidas  
de Apurímac  
  
-----  
Mgt. Mauro Huayapa Huaynacho

Mgt. Mauro Huayapa Huaynacho

**PRESIDENTE DE JURADO**

Universidad Nacional Micaela Bastidas  
de Apurímac  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
Escuela Académica Profesional de Administración  
de Empresas  
  
-----  
Mg Rosario Leticia Valer Montesinos  
DOC ASOC ORDINARIO

Mgt. Rosario Leticia Valer Montesinos

**PRIMER MIEMBRO**

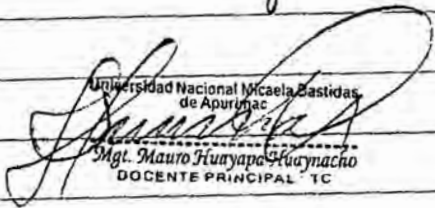
Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
E.A.P.A.R.  
  
-----  
Mgt. Julián Oré Leiva  
DOCENTE

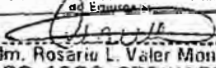
M . Julián Ore Leiva

**SEGUNDO MIEMBRO**


Acta de Sustentación y Defensa de Tesis de la Bachiller Doris Caballero Ramirez en el auditorio de la facultad de Administracion, situada en la Ciudad Universitaria de Tamburco de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac, siendo los Dignos horas con quince minutos del día cinco de agosto del Dos mil quince. Se reunen los miembros de jurado evaluador de la tesis titulada "La Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas Empresas del Sector Comercio de la provincia de Abancay - 2014" la Bachiller Doris Caballero Ramirez, presidida por el Mgt. Mauro Huayápa Huayracho, Mg. Rosario Patricia Javier Montezinos y Mgt. Julian Ore Leiva, como segunda instancia, con el propósito de dar cumplimiento al Memorando Multimedial N° 076-D-EAPA-FA-UNAMBA-Ab. del Dos de agosto del presente año con el que se comunica la fecha y hora de sustentación y defensa de la tesis, presentado por la Bachiller Doris Caballero Ramirez, el cual fue aprobado con Resolución Decanal N° 0200-2014-D-FA-UNAMBA disponiendo la designación de jurado y la Resolución Decanal N° 0184-2014-D-FA-UNAMBA, así mismo con la Resolución Decanal N° 023-2015-DFA-UNAMBA, aprueba el proyecto de tesis de fecha 26 de mayo del Dos mil quince y con Dictamen N° 012-2015-JEST-EAPAE/FA-UNAMBA, de fecha tres de agosto del Dos mil quince. Se da apertura al evento académico con la sustentación de tesis por parte de la Acreditada al título Profesional de Licenciado en administración de empresas, en estricto cumplimiento y proceso establecidos en el Reglamento de Grados y títulos -UNAMBA, se le otorga veinte cinco minutos de defensa y treinta y cinco minutos de para la defensa a los interrogantes formulados por parte de los jurados al Acreditado.

Seguidamente se da lectura a las conclusiones y Recomendaciones enunciados por el jurado evaluador. Posteriormente el presidente del jurado solicita a los aspirantes y asistentes a que se retiren del auditorio para que puedan deliberar en forma privada los resultados, culminando con la siguiente determinación aprobado por unanimidad con el calificativo de *Truco* (13), finalmente el jurado evaluador y sus integrantes de tesis comunico que debe levantar algunas observaciones por parte de los jurados de forma y fondo advertido en el presente acto. ---  
 Con el que se concluye el acto académico siendo los diecinueve horas con cinco minutos del día y fecha procediendo a firmar los miembros de jurados y la docente.

  
 Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac  
 Mgt. Mauro Huayapá Huaynacho  
 DOCENTE PRINCIPAL TC

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac  
 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
 Escuela Académica Especial de Administración de Empresas  
  
 Lic. Adm. Rosario L. Valer Montesinos  
 DOC. ASOC-GRNARIO

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC  
  
 Mgt. Julián Ore Leiva  
 DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN

  
 Doris Caballero Rumiros  
 DNI: 47189766

Acta de Sustentación y Defensa de Tesis de la Bachellera Yanet Soto Rayme en el Auditorio de la Facultad de Administración, situado en la ciudad Universitaria de Tambuco de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac siendo las diecinueve horas con diez minutos del día dieciséis del mes de mayo del año dos mil quince. Se reunieron los miembros del jurado evaluador de la Tesis de Tesis de Tesis "Desempeño Laboral y su incidencia en la Inversión Pública en la Municipalidad Distrital de Chachahuascho, 2014", de la Bachellera Yanet Soto Rayme precedido por el Dr. Freddy Vega Loayza, Mgt. Rosario L. Valer Montesinos, Primer Miembro y Lic. Adm. Nature N. Suory Castellano Segundo Miembro, con el propósito de dar cumplimiento al Memorando Pluriemple N° 072 - 2015 - D - EAPA - FA - UNAMBA - AS del 30/07/15 con el que se comunica la fecha y hora de sustentación y defensa por el Bachellera



## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN.....	1
ABSTRAC.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
1.1. Antecedentes de la Investigación.....	6
1.2. Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial.....	8
1.3. Responsabilidad Social Empresarial.....	9
1.3.1. Grupos de Interés de la Responsabilidad Social Empresarial.....	12
1.3.2. Clasificación de los Grupos de Interés de la RSE.....	13
<i>a. Accionistas.....</i>	<i>14</i>
<i>b. Colaboradores.....</i>	<i>15</i>
<i>a. Clientes.....</i>	<i>18</i>
<i>b. Proveedores.....</i>	<i>19</i>
<i>c. Gobierno.....</i>	<i>21</i>
<i>d. Comunidad.....</i>	<i>22</i>
<i>e. Medio Ambiente.....</i>	<i>23</i>
1.4. Pequeña Empresa.....	26
1.5. Desarrollo e Importancia de las Mypes.....	27
1.6. Marco Conceptual.....	29
CAPÍTULO II.....	32
PARTE EXPERIMENTAL.....	32
2.1. Tipo y Nivel de Investigación.....	32

2.1.1. Tipo de Investigación.....	32
2.1.2. Nivel de Investigación. ....	32
2.2. Método y Diseño de Investigación .....	32
2.2.1. Método de la Investigación.....	32
2.2.2. Diseño de la Investigación. ....	33
2.3. Población.....	33
2.3.1. Características y Delimitación. ....	33
2.4. Muestra .....	35
2.4.1. Técnicas de Muestreo. ....	35
2.4.2. Tamaño y Cálculo del Tamaño. ....	36
2.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	38
2.5.1. Técnicas de Recolección de Datos.....	38
2.5.2. Instrumentos de Recolección de Datos. ....	38
2.6. Procesamiento y Análisis de Datos.....	39
2.6.1. Procesamiento de Datos.....	39
2.6.2. Análisis de Datos. ....	40
CAPÍTULO III .....	42
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	42
3.1. Resultados y discusión .....	42
A. Datos generales.....	42
B. Responsabilidad Social Empresarial.....	43
CAPÍTULO IV .....	64
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	64
4.1. CONCLUSIONES.....	64
4.2. RECOMENDACIONES .....	68



BIBLIOGRAFÍA.....	70
ANEXOS.....	74



## ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

<b>Tabla 1:</b> Número de Micro, Pequeña, Mediana y Grande Empresa, del sector comercio de la provincia de Abancay año 2012. ....	35
<b>Tabla 2:</b> Número de encuestas que se aplicó en el sector comercio por distritos de la provincia de Abancay. ....	37
<b>Tabla 3:</b> Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Internos con respecto al indicador accionistas de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014. ....	51
<b>Tabla 4:</b> Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Internos con respecto al indicador colaboradores de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014. ....	52
<b>Tabla 5:</b> Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Internos con respecto al indicador colaboradores de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014. ....	53
<b>Tabla 6:</b> Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador clientes de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014. ....	59
<b>Tabla 7:</b> Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador proveedores de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014. ....	60
<b>Tabla 8:</b> Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador gobierno de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014. ....	61



**Tabla 9:** Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador comunidad de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014. ....62

**Tabla 10:** Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador medio ambiente de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014. ....63



## ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

<b>Figura 1:</b> Años de actividad de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014.....	42
<b>Figura 2:</b> La responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay año 2014.....	43
<b>Figura 3:</b> Características de los grupos de interés internos de la Responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay....	47
<b>Figura 4:</b> Características de los grupos de interés internos de la Responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay....	54



## **RESUMEN**

La Responsabilidad Social Empresarial, es una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los stakeholders o grupos de interés (accionistas, colaboradores, comunidad, clientes, proveedores, medio ambiente y gobierno) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible.

En este trabajo, el objetivo fue describir la Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, de acuerdo a sus dos dimensiones: grupos de interés internos y grupos de interés externos. El tipo de investigación es básica, nivel descriptivo, método deductivo, diseño transversal o transeccional descriptivo, la técnica de muestreo fue la encuesta y el instrumento empleado fue el cuestionario. La muestra estuvo compuesta por las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay (62), se concluyó que la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay es aún una práctica incipiente en el accionar de estas pequeñas empresas de este sector y provincia; ya que la mayoría de estas no/nunca realizan acciones de responsabilidad social empresarial frente a sus grupos de interés.

### **PALABRAS CLAVES:**

Responsabilidad social empresarial, pequeñas empresas.

## **ABSTRAC**

Corporate social responsibility is an ethical form of management that involves the inclusion of the expectations of all stakeholders or interest groups (shareholders, employees, communities, customers, suppliers, environment and government) about the company, to achieve development sustainable.

In this work the objective was to describe corporate social responsibility of small businesses in the trade sector of the province of Abancay, according to two dimensions: internal groups and external stakeholders interest. The research is basic descriptive level, deductive method, design or descriptive cross transeccional, the sampling technique was the survey and the instrument used was the questionnaire. The sample was composed of small businesses in the trade sector of the province of Abancay (62), it was concluded that corporate social responsibility of small businesses in the trade sector in the province of Abancay is still an emerging practice in the actions of these small companies in this sector and province; since most of these no / never perform actions of corporate social responsibility to its stakeholders.

### **KEYWORDS:**

Corporate social responsibility, small businesses.

## INTRODUCCIÓN

En estos tiempos la responsabilidad social empresarial, ya es un tema importante en la agenda de grandes empresarios, al menos de las grandes y medianas empresas; “Para la organización Perú 2021, la responsabilidad social empresarial es una metodología de gestión empresarial, para que la empresa se convierta en agente de cambio para alcanzar el desarrollo sostenible del Perú”. (Díaz, Filomeno y Rizo Patrón, 2007, pág. 9).

El Presidente del Instituto Latinoamericano de Desarrollo Empresarial, ILADE, Eduardo Lastra (Peláez, 2015) menciona:

“Que a los empresarios de las microempresas no se le puede hablar de responsabilidad social empresarial de la misma forma que a las pequeñas y medianas empresas, debemos entender que cuando hablamos de microempresa nos referimos también, por ejemplo a aquella tienda en la que una mujer junto a sus hijos cocinan pasteles para ganarse el día”.

Asimismo Juan Román Gerente de Proyectos de Promoción Empresarial en Aprenda (Peláez, 2015) menciona: “Que los esfuerzos de promover la RSE deben apuntar en primer lugar a las medianas y pequeñas empresas y solo después a las microempresas, (...). Ya que una microempresa no está preparada por su situación y su contexto”.

La empresa como ser vivo dentro de la sociedad debe asumir su rol como agente de cambio para mejorar el entorno en el que se desenvuelve y así lograr un país próspero, democrático, pacífico y justo. Por ello, uno de los roles que la empresa tiene en la sociedad es la plena responsabilidad con sus grupos de interés. Por otro lado en la actualidad se habla mucho de Responsabilidad Social Empresarial, ya que; para una empresa ser responsable socialmente

significa mucho más que ser una buena empresa frente a la sociedad, pues en estos tiempos la Responsabilidad Social Empresarial es considerada como una estrategia de competitividad.

La tesis de Freyre Valladolid (2005), titulada “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA”, presentado para optar el grado de Licenciada en Ciencias Administrativas, en la Universidad Nacional de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas; explica la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aplicado en la práctica de la micro y pequeña empresa (MYPE), a la luz de los avances y limitaciones de las prácticas empresariales responsables y determina su particular vinculación con el desarrollo sostenible. Investigación que concluye: i) En el Perú, la legislación en materia de RSE es bastante limitada; ii) La legislación en materia laboral es una de las más lesivas en relación a los convenios y acuerdos internacionales; los derechos laborales no están garantizados en la práctica empresarial; iii) La legislación relativa al medio ambiente se aplica como autorregulación, con códigos de conducta empresarial específicos y cuyos sistemas de monitoreo no siempre se encuentran disponibles o actualizados; iv) Los aspectos fundamentales de la RSE como desempeño medioambiental, cumplimiento de estándares sociales, imagen frente a la comunidad y vinculación empresa-comunidad, no tienen incidencia en las estructuras de gestión de las MYPES; v) Para garantizar el desarrollo sostenible de las MYPES corresponde una acción concertada entre los gobiernos regionales, locales, empresas, gremios, universidades y población en general, así como vincular y articular las iniciativas productivas socialmente responsables que se desarrollan en el ámbito local o regional con una estrategia nacional.

El presente estudio de investigación titulado “La Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014” tiene por objeto

describir la responsabilidad Social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, de acuerdo a sus dos dimensiones: grupos de interés internos y grupos de interés externos.

Determinar la Responsabilidad Social Empresarial, en las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, es relevante porque ello contribuye a prestar la debida importancia a este tema ya que la provincia de Abancay es la capital del departamento de Apurímac uno de los departamentos más pobres y con mayores problemas sociales del país; está situación podría cambiar desarrollando acciones de responsabilidad social empresarial por parte de los agentes de cambio (empresas privadas).

El estudio consta de Capítulo I: Marco Teórico, en el cual se considera a los antecedentes, bases teóricas y marco conceptual; Capítulo II: Parte experimental, en el cual se expone el tipo, nivel y método de la instigación, población, muestra y técnicas e instrumentos; Capítulo III: Resultados y discusión, los cuales se realizaron con la ayuda de la base teórica y los resultados obtenidos al realizar la discusión; Capítulo IV: Conclusiones y recomendaciones; y finalmente en el Capítulo V: se presentan las referencias bibliográficas y los anexos.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes de la Investigación

La tesis de Freyre Valladolid (2005), titulada “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA”, presentado para optar el grado de Licenciada en Ciencias Administrativas, en la Universidad Nacional de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas; explica la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aplicado en la práctica de la micro y pequeña empresa (MYPE), a la luz de los avances y limitaciones de las prácticas empresariales responsables y determina Perú, la legislación en materia de RSE es bastante limitada, los compromisos de autorregulación generan indicadores e información que no siempre es transparente para una adecuada evaluación de la actividad empresarial; i) La legislación en materia laboral es una de las más lesivas en relación a los convenios y acuerdos internacionales; los derechos laborales no están garantizados en la práctica empresarial; ii) La legislación relativa al medio ambiente se aplica como autorregulación, con códigos de conducta empresarial específicos y cuyos sistemas de monitoreo no siempre se encuentran disponibles o actualizados; iii) No hay una conciencia colectiva “consumista” que ejerza presión social o con poder de negociación por el cumplimiento de compromisos de RSE; iv) Los aspectos fundamentales de la RSE como desempeño medioambiental, cumplimiento de estándares sociales, imagen frente a la comunidad y vinculación empresa-comunidad, no tienen incidencia en las estructuras de gestión de las MYPES; v) La complementariedad y la articulación empresarial en cadenas con empresas grandes y medianas son esenciales en la construcción de condiciones para el

ejercicio de una RSE de las MYPES; vi) El papel del Estado debe enfocarse hacia estimular asociaciones y promover la participación activa de la sociedad, garantizando en buen funcionamiento del mercado y transparencia en el manejo de la información; vii) Para garantizar el desarrollo sostenible de las MYPES corresponde una acción concertada entre los gobiernos regionales, locales, empresas, gremios, universidades y población en general, así como vincular y articular las iniciativas productivas socialmente responsables que se desarrollan en el ámbito local o regional con una estrategia nacional.

Por otro lado, la tesis de Castillo Palacios (2007), “Análisis de la responsabilidad social ejercida por el Centro de Entrenamiento Pesquero de Paita: propuesta de desarrollo”, presentado por Freddy William Castillo Palacios, para optar el grado de Magister en Gerencia Social, en la Pontificia Universidad Católica Del Perú; cuyo objetivo principal fue contribuir a mejorar la gestión social del Centro de Entrenamiento Pesquero de Paita a través de la evaluación de sus políticas y prácticas relacionadas con los grupos interactuantes para el logro de sus objetivos institucionales y el planteamiento de una propuesta de desarrollo de su Responsabilidad Social, establece las pautas para la integración de sus conceptos y prácticas en los procesos internos y externos de la institución. La que arribó a las siguientes conclusiones: i) Aunque se evidencia la práctica de comportamientos organizacionales éticos y responsables, no existe un adecuado nivel de integración de la Responsabilidad Social en los procesos internos y externos del Centro de Entrenamiento Pesquero de Paita ni compromiso explícito alguno de la Alta Dirección respecto a su aplicación en la actualidad; ii) El Centro de Entrenamiento Pesquero de Paita carece de estrategias de comunicación interna claramente definidas. Lo cual incide en la calidad y cantidad de información organizacional disponible para los trabajadores, escasa transmisión de valores, ambiente organizacional con limitados

canales de comunicación y mínima participación de los trabajadores en la toma de decisiones de sus áreas; iii) Existe un alto grado de insatisfacción objetivo del CEP Paita respecto al número y tipo de actividades de capacitación realizadas en sus comunidades pesqueras, así como a los resultados de las mismas.

## **1.2. Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial**

El origen de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) “data de los años 50 y 60 en Estados Unidos y se asienta en Europa en los 90, cuando la Comisión Europea utilizó este concepto para involucrar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social”. (Publicaciones Vértice, 2009, p. 25-32). El proceso de incluir a los empresarios en las soluciones de tipo social estableció la reconciliación entre las empresas y comunidad; tal hecho propició la conexión social, la solidaridad y el respeto al medio ambiente. En los años 60 y 70, el ambiente político y social se convirtió en una importante variable para las empresas americanas; “Dado que la sociedad fijaba su atención en cuestiones tales como la igualdad de oportunidades, el control de la comunicación, la conservación de la energía y los recursos naturales, la protección a los consumidores y a los trabajadores”. (Bateman & Snell, 2005, p. 150-151). El debate público se dirigió a estos aspectos, estableciendo el modo como deberían responder las empresas ante estos retos; esta controversia se enfocó en el concepto de Responsabilidad Social Corporativa.

En la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial se considera un medio a través del cual se construyen relaciones de beneficio recíproco entre los objetivos empresariales y los intereses colectivos de la sociedad. No obstante, la organización se sirve de estas relaciones para impulsar su crecimiento y garantizar la sostenibilidad integral del negocio.

### 1.3. Responsabilidad Social Empresarial

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), también ha desarrollado el tema de RSE y lo ha definido como el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas en la sociedad y que reafirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

La responsabilidad social empresarial se refiere a qué tipo de sociedad, qué tipo de país y de humanidad estamos construyendo. Surge así el concepto análogo de “Desarrollo Sustentable”, en el que las empresas justifican la responsabilidad social como la única forma de poder perdurar, conforme a las exigencias de los llamados stakeholders, o los grupos que potencialmente son impactados directa o indirectamente por las operaciones de las empresas, estos son los trabajadores, clientes, consumidores finales, comunidad local, accionistas, proveedores y medio ambiente. (Acción Empresarial , 2003, pág. 5)

Martínez (2005) define la Responsabilidad Social Empresarial como “el compromiso audible de la empresa con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental”. (pág. 2-11). Se trata de desarrollar la estrategia de responsabilidad social a partir del perfeccionamiento de la relación beneficios económicos versus protección del ambiente, buscando más beneficios sociales generales.

La Responsabilidad Social Empresarial es una decisión de carácter voluntario, la empresa determina deliberadamente si asume o no ese compromiso. Una vez asumida, la Responsabilidad Social Empresarial debe ir orientada coherentemente con los principios de la empresa y con el cumplimiento integral de la visión que se ha establecido tanto a nivel interno como a nivel externo; considerando las expectativas de las partes interesadas (*stakeholders*), demostrando el respeto por los valores éticos, por la gente, por las comunidades, por el medio ambiente, y contribuyendo, de esta manera, con la construcción del bien común.

Canessa y García. (2005) afirman que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”. (p. 13.). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como el compromiso que asumen las empresas hacia la sociedad en beneficio del desarrollo sostenible, es decir, es el equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social.

Según el Libro verde la comisión de las comunidades europeas la responsabilidad social empresarial es: “la integración voluntaria, por parte de las empresas e instituciones, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en la relación con sus interlocutores” (Solano, 2009, p. 38).

Drucker (1996) Afirma que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”. (p.83).

Según la organización Perú 2021, la responsabilidad social de las empresas es: “una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los stakeholders o grupos de interés (accionistas, colaboradores, comunidad, clientes, proveedores, medio ambiente y gobierno) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible. La RSE es una herramienta de gestión que consta de estrategias transversales a todas las actividades de la empresa, no se trata de acciones desarticuladas entre sí” (Díaz, et al. 2007, pág. 14).

Para un gran número de empresas, la responsabilidad social empresarial comienza a convertirse en una parte integral de la estrategia corporativa. Es por ello que también se define como: “Una herramienta de gestión empresarial, una nueva visión de negocios que incorpora la preocupación por el desempeño económico de la empresa y su impacto en los stakeholders” (Acción Empresarial , 2003, pág. 7).

En el año 2012 el estado peruano creó un programa llamado “Perú Responsable” que promueve la responsabilidad social empresarial en tres aspectos: De empleo; promueve la generación de empleo dependiente y formal, con énfasis en jóvenes, personas con discapacidad y mujeres jefas de hogar. De empleabilidad; promueve el desarrollo de competencias laborales de la población beneficiaria en su ámbito de intervención; o que implementen y fortalezcan centros de formación profesional vinculados a la demanda laboral. Y de emprendimiento; promueve la generación de oportunidades de autoempleo e iniciativas de emprendimiento productivo y formal. (Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo , 2015).

### **1.3.1. Grupos de Interés de la Responsabilidad Social Empresarial.**

Como sostienen Edward Freeman (citado por Diaz, et al, 2007):

El punto de inicio de la “teoría de stakeholders” o “teoría de los grupos de interés” es el reconocimiento de que las empresas no son simplemente manejadas sobre la base de los intereses de sus accionistas, sino que también existe un gran rango de personas y entidades que tienen también interés legítimo en la empresa. (p. 16).

En un primer momento, la maximización del valor de la empresa para los accionistas, se había establecido como el principal objetivo empresarial. Esta concepción estaba sujeta a una serie de restricciones procedentes de la existencia de unos grupos de interés, que poseen objetivos diferentes entre sí. Es en este momento en el que aparece el concepto de grupos de interés, definido como aquellos “individuos o grupos de poder que poseen expectativas propias respecto de la actuación de la organización” (Suárez, J. 2007, p. 153-158).

La principal aportación de la Teoría de los Stakeholders o grupos de interés se fundamenta en la creencia de que “la misión esencial de la dirección consiste en satisfacer convenientemente a los diferentes grupos de interés, con el fin de alcanzar una rentabilidad adecuada y un incremento aceptable de riqueza para la empresa a medio y largo plazo” (Lorca, 2003, p. 48-55).

A partir de la publicación de Edward Freeman en 1984 “Strategic Management: A Stakeholder Approach”, documento en el que se define por primera vez el término stakeholder como cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser

afectado por el logro de los objetivos de la empresa, que puede tener un sin fin de formas y clasificaciones y que, además, estará determinado en buena parte por las propias características y dimensiones de la organización; el concepto empieza a tener mayor relevancia, subrayándose que los stakeholders influyen en la administración de empresas y, por tanto, los directivos deben llevar a cabo una dirección que considere, en todo momento, sus opiniones e intereses.

### **1.3.2. Clasificación de los Grupos de Interés de la Responsabilidad Social Empresarial.**

Existen muchas clasificaciones para los stakeholders o grupos de interés; para esta investigación usaremos la clasificación *de los stakeholders o grupos de interés en función de su ubicación respecto de la organización*, diferenciando por (Brugha, & Varvasovszky. 2000, p. 239-246). Dentro de los cuales ubicaremos los principales grupos de interés o stakeholders desarrollado por la organización Perú 2021 en el “Modelo de RSE Perú 2021 los cuales son: accionista, los colaboradores, los clientes, los proveedores, el gobierno, la comunidad y el medio ambiente”. (Canessa et al. 2005, p. 41). A continuación presentaremos las principales acciones y beneficios para la empresa y el grupo interesado por cada uno de los stakeholders identificados.

#### **1.3.2.1. Grupos de interés internos.**

Son aquellos que se encuentran y operan dentro de los límites de la estructura de la organización, manteniendo relaciones formales y más directas que los grupos externos, este grupo comprende a los accionistas y a los colaboradores. (Valencia, 2013, pág. 105).

**a. Accionistas.**

Son las personas que han realizado un aporte de capital monetario o no monetario a una empresa para su funcionamiento. (Acción Empresarial , 2003). Por un lado, esto les da el derecho a participar de las ganancias de la empresa y por otro los obliga a asumir los riesgos que conllevan sus actividades.

Dependiendo del tamaño de la organización, el accionista/inversionista puede estar involucrado directamente en la dirección de la empresa o simplemente aceptar los resultados de la misma.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés son: i) 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; ii) 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. Ésta última es, el conjunto de valores que la empresa identifica en sí misma (honestidad, confianza, respeto, justicia, responsabilidad social, entre otros); iii) Evaluar la gestión bajo el enfoque de la “Triple línea de resultados” o el Reporte de Sostenibilidad. La triple línea de resultados implica dejar de lado la medición de desempeño únicamente económica; ahora, se mide y reporta el desempeño de la empresa sobre la base de parámetros de desarrollo económico, social y medio ambiental de la misma. El reporte de sostenibilidad es la vía de comunicación entre la empresa y sus grupos de interés.

Respecto a los beneficios de estas acciones para la empresas son: i) Adquisición del conocimiento de las expectativas de sus grupos de interés y del impacto social y medio ambiental de su gestión; ii) Incremento de valor y reduce riesgos (económicos, sociales y medio ambientales); iii) Desarrollo de un plan de comunicaciones integral que refuerce la imagen y mejore las relaciones de la empresa con los grupos de interés; iv) Generación de información para la toma de decisiones; v) Motivación al capital humano; v) Cambio de la empresa en agente de cambio promoviendo la incorporación de la RSE; vi) Mejora del desempeño financiero y comercial.

Por otro lado, sobre los beneficios de éstas para el accionista / inversionista, son: i) Participación en una organización socialmente responsable y sostenible; ii) Conocimiento del impacto social y medio ambiental de su inversión; iii) Rentabiliza y protege su inversión; iv) Refuerza su imagen de inversionista responsable; v) Facilita la toma de decisiones de inversión; vi) Adquiere criterios de RSE que puede implementar en otras inversiones que realiza.

#### ***b. Colaboradores***

Son todas las personas naturales que realizan una labor de cualquier clase en pos del beneficio de la empresa y del suyo propio. La prestación del servicio debe de ser remunerada, salvo en casos específicos. Se incluyen en este grupo a todos las personas que mantienen una relación de subordinación (dependencia) con el empleador. En este grupo de interés también ingresan los colaboradores contratados a través de un service por un período de tiempo indeterminado y que ejecutan labores en la empresa por más de 4 horas diarias.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés son: i) Balance de vida en la empresa. Es el equilibrio entre la vida y el trabajo (Work/Life Balance, WLB), es decir, 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; ii) Capacitación y Desarrollo Profesional. Capacitación 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. Es la preparación teórica que se les da al personal (nivel administrativo) con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia; iii) Normas Laborales. Cuando se habla de normas laborales en RSE, implica la implementación de normas que van más allá de lo que indica la ley por derecho universal y progresivo a la seguridad social de cada trabajador; iv) Coaching. El coaching es una herramienta de gestión para las empresas y para el que lo realiza, una técnica de desarrollo personal. Es una disciplina de reciente aparición, cuyo objetivo es trabajar con otras personas de forma que obtengan lo mejor de sí mismos: mejora del rendimiento, mayor eficacia en la toma de decisiones y aumento de la capacidad de adaptación al cambio; v) Negociación Colectiva. La negociación colectiva persigue dos objetivos. Por una parte, sirve para determinar las remuneraciones y las condiciones de trabajo de aquellos trabajadores a los cuales se aplica un acuerdo que se ha alcanzado mediante negociaciones entre dos partes que han actuado libre, voluntaria e independientemente. Por otra parte, hace

posible que empleadores y trabajadores definan, mediante acuerdo, las normas que regirán sus relaciones recíprocas. Estos dos aspectos del proceso de negociación se hallan íntimamente vinculados. La negociación colectiva tiene lugar entre un empleador, un grupo de empleadores, una o más organizaciones de empleadores, por un lado, y una o más organizaciones de trabajadores, por el otro.

Respecto a los beneficios de la implementación de estas acciones para la empresa, son: i) Reduce los costos operativos; ii) Reduce el ausentismo; iii) Baja la rotación del personal; iv) Reduce el stress y motiva al personal; v) Mejora la eficiencia y el rendimiento; vi) Forma líderes; vii) Mejora la imagen; viii) Genera identificación con la empresa e integración del personal; ix) Mejora el clima organizacional; x) Brinda un aspecto humano a la empresa y la pone en contacto directo con la sociedad; xi) Desarrolla a las personas en el plano personal como profesional.

Asimismo, los beneficios de la implementación de las acciones para los Colaboradores y sus familias, son: i) Calidad de vida familiar; ii) Motivación e integración de los colaboradores; iii) Descubrimiento y reconocimiento de habilidades; iv) Mejora de las relaciones interpersonales; v) Mejores condiciones laborales; vi) Acceso a proyectos familiares de ayuda.

#### **1.3.2.2. Grupos de interés externos.**

Son aquellos que no pertenecen a la estructura interna de la organización, pero están interesados en su funcionamiento y en la competitividad de la misma. Este grupo comprende los clientes, proveedores, la comunidad, el medio ambiente

y el estado. Las actuaciones de estos grupos son menos formales que en el caso anterior. (Valencia, 2013).

#### **a. Clientes**

Es la persona u organización que adquiere (compra o alquila) un producto o servicio a cambio de una cantidad determinada de dinero. Quien compra, es el comprador y quien consume, es el consumidor.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés son: i) Marketing con causa social. Es la actividad comercial en la cual las empresas y organizaciones sin fines de lucro forman alianzas para comercializar una imagen, producto o servicio, en virtud de un beneficio común. De tal modo, se distinguen el marketing con causa (MCC) del marketing social (MS) en que el primero lo llevan a cabo las empresas y el segundo lo llevan a cabo las organizaciones sin fines de lucro. Como consecuencia de integración de ambos, surge el marketing con causa social (MCCS), como una estrategia colaborativa entre organizaciones empresariales y organizaciones sin fines de lucro; ii) Marketing responsable. Este concepto cruza un extenso rango de actividades empresariales que definen las relaciones de la compañía con sus consumidores. Estas actividades pueden ser agrupadas en seis categorías: manufactura e integridad del producto, divulgación, embalaje y etiquetado, marketing y publicidad, prácticas de venta, precios y distribución; iii) Adopción del sistema de gestión de calidad ISO 9000. ISO 9000, es un término que se utiliza para referirse a una serie de normas internacionales establecidas para sistemas de calidad. Estas normas pueden aplicarse prácticamente en cualquier compañía, desde fabricantes

de productos hasta proveedores de servicios. No están diseñadas especialmente para un producto o industria determinada. La serie de normas de ISO 9000 consta de requisitos y directrices que permiten establecer y mantener un sistema de calidad en la compañía. En lugar de dictar especificaciones para el producto final, ISO 9000 se centra en los procesos sustantivos, es decir, en la forma en que se produce. Las normas ISO 9000 requieren de sistemas documentados que permitan controlar los procesos que se utilizan para desarrollar y fabricar los productos.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la empresa son: i) Mejora la calidad; ii) Clientes satisfechos; iii) Mejora la imagen; iv) Genera lealtad; v) Aumenta la demanda por el producto; vi) Reduce riesgos de mercado; vii) Incrementa la rentabilidad; viii) Promueve cuidado del medio ambiente; ix) Desarrolla nuevos productos; x) Educa al cliente; xi) Exige mejoras en la competencia.

Asimismo, los beneficios de la implementación de las acciones para clientes, son: i) Productos de calidad; ii) Confianza/Good Will; iii) Mayor satisfacción; iv) Mayor información para la decisión de compra.

#### ***b. 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.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés son: i) Incentivar las prácticas de RSE en proveedores mediante la

adaptación de criterios de selección. Una de las tareas más importantes de la gestión de la compraventa es la de buscar al proveedor adecuado antes de realizar la compra. Es por este motivo, que el comprador debe tener muy claro qué criterios de evaluación permitirán realizarla eficientemente. La adopción de criterios de RSE en los criterios de selección generales implica mayores exigencias para el proveedor que, por consiguiente, implica una compra de mejor calidad para la empresa, menor riesgo y generación de valor agregado para la cadena de producción del producto y /o servicio; ii) Transferir conocimientos. Es la estrategia por la cual una 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.

Sobre los beneficios de la implementación de estas acciones para la empresa son: i) Incentiva un cambio cualitativo en la oferta; ii) Prioriza a los mejores proveedores con RSE; iii) Asegura insumos y servicios sostenibles; iv) Desarrolla alianzas de RSE; v) Logra eficiencias (3R's: Reducir, Re usar y Reciclar); vi) Reduce riesgos (seguridad, sanciones, etc.).

Los beneficios de la implementación para los proveedores, son: i) Obtiene ventaja competitiva frente a su mercado; ii) Supera sus estándares de gestión y mejora las relaciones con sus grupos de interés; iii) Tiene reglas de juego claras y transparencia en operaciones con su cliente; iv) Logra oportunidades comerciales; v) Promueve valores.

### **c. Gobierno**

Es el conjunto de instituciones que representan al Estado de un país. Este grupo de interés incluye el poder ejecutivo, el poder legislativo, el poder judicial, los ministerios, gobiernos regionales, municipalidades, entre otros.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés son: i) Realizar 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. La generación de sinergias implica la generación de mayor valor para todas las partes de la alianza de las que cada una puede generar independientemente; ii) Realizar 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; iii) Transferir conocimientos. Es la estrategia por la cual una empresa traspasa sus recursos intangibles (los conocimientos y experiencias de los empleados, el know-how de la empresa, etc.) a las instituciones públicas con las que se relaciona para generar un aporte de valor diferencial a la empresa frente a sus competidores.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la empresa, son: i) Reducción de burocracia; ii) Apertura de oportunidades de trabajo social; iii) Red de contactos; iv) Mejora de la comunicación.

Los beneficios de la implementación de las acciones para el Gobierno, son:

i) Acercamiento a la empresa privada; ii) Mayor recaudación; iii) Mejora de procesos.

#### ***d. Comunidad***

Es un grupo o conjunto de personas (o agentes) que comparten elementos en común, elementos tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión de mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social, roles, etc. La empresa determina su pertenencia a una comunidad por su ubicación geográfica y el impacto que causa a la misma.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés son: i) Apertura al diálogo. Si la empresa desea tener una implementación exitosa de RSE debe de conocer cuáles son las expectativas de cada uno de sus grupos de interés. Se debe generar un plan de acción integral sobre la base de las mismas y los objetivos de la organización. Tan sólo así se obtendrán beneficios para la empresa como para el grupo interesado; ii) Programas de desarrollo local (económico y social). La empresa puede desarrollar programas locales para mejorar su relación con la comunidad y mejorar el desarrollo económico y social de la zona. Se puede tener un impacto en la economía local mediante la ejecución de programas de creación de cadenas productivas locales, desarrollo de un plan de micro créditos, empleo de mano de obra local, entre otros. Por otro lado, los programas también pueden ser enfocados al aspecto social si la empresa muestra interés en la problemática, necesidades, creencias y costumbres de la comunidad y desarrolla programas relacionados a mejorar la educación, la salud, entre otros de

la misma; iii) Voluntariado corporativo. Es un conjunto de actividades promovidas y facilitadas por la empresa con el fin de crear y sostener brindando recursos económicos, humanos y/o tecnológicos un canal de participación de los empleados para que, en calidad de voluntarios, brinden su tiempo, capacidades y talentos a diferentes grupos u organizaciones sociales con las que se relaciona la empresa. El desafío del Voluntariado Corporativo es generar una conjunción positiva entre tres racionalidades diferentes: los empleados, la comunidad y la empresa.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la empresa, son: i) Comunicación directa con su entorno; ii) Mejora la imagen; iii) Propicia la generación de alianzas; iv) Mejora las relaciones con la comunidad; v) Motiva a la sociedad y la integra; vi) Relación sostenible.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la comunidad, son: i) Sostenibilidad; ii) Mejora de la calidad de vida; iii) Oportunidades de desarrollo económico; iv) Mayor comunicación; v) Armonía con el sector empresarial.

#### ***e. 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. El entorno en este contexto se extiende desde el interior de una organización hasta el sistema global.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés son: i) Adopción del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001. La norma ISO 14000 es un conjunto de documentos de gestión ambiental que, una vez

implantados, afectará todos los aspectos de la gestión de una organización en sus responsabilidades ambientales y ayudará a las organizaciones a tratar sistemáticamente asuntos ambientales, con el fin de mejorar el comportamiento ambiental y las oportunidades de beneficio económico. Los estándares son voluntarios, no tienen obligación legal y no establecen un conjunto de metas cuantitativas en cuanto a niveles de emisiones o métodos específicos de medir esas emisiones. Por el contrario, 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; ii) Eco eficiencia. Es el modo de satisfacer las necesidades humanas con precios competitivos, que incrementen la calidad de vida, mientras se reducen progresivamente los impactos ambientales y la intensidad en el uso de recursos. La eco eficiencia se lleva a la práctica mediante la reducción de la cantidad de materia prima necesaria para generar productos y servicios; mediante la reducción de la intensidad en el uso de la energía; mediante la reducción de la liberación de sustancias tóxicas al ambiente; mediante la intensificación de la reciclabilidad de los materiales; mediante la maximización del uso sustentable de los recursos naturales y mediante el incremento de la utilidad de productos y servicios. iii) Producción más Limpia (PML). PML o prevención de la contaminación es un método para prevenir el impacto negativo derivado del proceso productivo. Intenta reducir o eliminar la creación de la contaminación persiguiendo buenas prácticas, el mejoramiento en la eficiencia de los procesos, la conservación de los recursos, el reciclaje y el re uso de materiales y efluentes y el uso de tecnologías limpias; iv)

Implementar como política de la empresa las 3 R's: Reducir, Re usar y Reciclar. Reducir implica la reducción de la cantidad de residuos sólidos que se generan. Reducir residuos sólidos ahorra materiales y energía así como elimina la necesidad y gastos de desecharlos. La empresa puede reducir sus residuos sólidos evitando la compra de productos desechables, escogiendo los productos con la menor empaquetadura posible y rechazando las bolsas de compra. Re usar implica volver a utilizar productos como bolsas, cajas, entre otros. Re usar reduce la necesidad de comprar nuevos productos por lo que se ahorran recursos. La empresa puede contribuir con este punto seleccionando empaquetaduras re usables en vez de desechables, entre otros. Reciclar ahorra el uso de materia prima, reduce la acumulación de desechos y los costos de eliminación de los mismos. La empresa puede reciclar papel, vidrio, cartón, latas, textiles, cajas, aceites, baterías, entre otros.

Sobre los beneficios de la implementación de las acciones para la empresa, son: i) Menor consumo energía (menor costo); ii) Sustitución de materiales (menor impacto); iii) Mejora en eficiencia de combustión; iv) Aprovechamiento de agua en regadío de jardines; v) Reciclaje de materiales; vi) Mejor imagen de la empresa; vii) Trabajos normalizados; viii) Sensibilización del personal y contratistas; ix) Revisión integral de operaciones/mantenimiento; x) Operación más segura; xi) Mejor comunicación interna; xii) Mejor estado de instalaciones; xiii) Mejor tratamiento de residuos.

Del mismo modo los beneficios de la implementación de las acciones para el Medio Ambiente, es: i) Sostenibilidad del medio ambiente (mejor manejo de los recursos naturales para su conservación a largo plazo).

#### **1.4. Pequeña Empresa**

Para hablar de responsabilidad social empresarial en primer lugar definiremos el significado de empresa. Según el diccionario de la real academia de la lengua española, dentro de sus diversas acepciones, la noción que nos es útil es aquella que concibe a la empresa como una “Entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios generalmente con fines lucrativos.

(Chiavenato, 1993) afirma que la empresa: "Es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social" (p. 4).

“Las empresas legalmente constituidas son creaciones artificiales, persona ficta, o persona jurídica, con el objeto de llevar a cabo actividades predeterminadas en sus estatutos de creación”. (Banco Interamericano de Desarrollo 2011, p. 47-48).

De acuerdo a la Ley N° 30056, Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, la definición de pequeña empresa es la siguiente:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. La característica de la Pequeña Empresa es: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). (Título I, Arituculo 4 - 5).

### **1.5. Desarrollo e Importancia de las Mypes**

En el Perú las MYPEs hacen su aparición a partir de la década del ochenta; sin embargo ellas se han venido gestando desde los años cincuenta como solución al problema del desempleo y bajos ingresos, sobre todo en la capital, a consecuencia, de las olas de inmigración que empezaron a llegar del interior del país.

En la actualidad las MYPEs representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, según el Ministerio de la Producción (2012) “la microempresa representa el 94,2% (1 270 009) del empresariado nacional y la pequeña empresa es el 5,1% (68 243 empresas)”. (p.9).

Según datos del Ministerio de Trabajo (2013) “las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI)”. (p.24). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que: i) Proporcionan abundantes puestos de trabajo; ii) Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos; iii) Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población; iv) Son la

principal fuente de desarrollo del sector privado; v) Mejoran la distribución del ingreso; vi) Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

El Presidente del Instituto Latinoamericano de Desarrollo Empresarial, ILADE, Eduardo Lastra (Peláez, 2015) menciona,

Que a los empresarios de las microempresas no se le puede hablar de responsabilidad social empresarial de la misma forma que a las pequeñas y medianas empresas, debemos entender que cuando hablamos de microempresa nos referimos también, por ejemplo, a aquella tienda en la que una mujer junto a sus hijos cocinan pasteles para ganarse el día”.

Asimismo Juan Román Gerente de Proyectos de Promoción Empresarial en Aprenda (Peláez, 2015) menciona, “que los esfuerzos de promover la RSE deben apuntar en primer lugar a las medianas y pequeñas empresas y solo después a las microempresas, (...). Ya que una microempresa no está preparada por su situación y su contexto”.

## 1.6. Marco Conceptual

**Accionistas.-** Es el (los) propietario (s) de acciones ya sea de sociedades anónimas o comanditarias que pueden existir en cada país. El accionista aporta capital a la sociedad, es decir invierte en la empresa.

**Clientes.-** Los clientes son aquellos que comprarán y utilizarán los productos o servicios que produce una empresa.

**Colaboradores.-** Son todos los trabajadores de la empresa, incluyendo aquellos en planilla, contratados por servicios a terceros o sub contratados.

**Comunidad.-** Una comunidad es un grupo de seres humanos que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio, por ejemplo), estatus social o roles.

**Gobierno.-** El gobierno es el principal pilar del Estado, la autoridad que dirige, controla y administra sus instituciones, la cual consiste en la conducción política general o ejercicio del poder del Estado.

**Medio ambiente.-** El medio ambiente son los conjuntos de componentes físicos, químicos, biológicos, sociales, económicos y culturales capaces de causar efectos directos e indirectos, en un plazo corto o largo sobre los seres vivos. Desde el punto de vista humano, se refiere al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o de la sociedad en su conjunto.

**Organización Perú 2021.-** Es una asociación civil peruana sin fines de lucro liderada por empresarios socialmente comprometidos con quienes se trabaja en la difusión y promoción de la Responsabilidad Social como metodología de gestión empresarial.

**Producto Bruto Interno (PBI).-** Es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país durante un período determinado de tiempo.

**Proveedores.-** Un proveedor es una persona o una entidad que se encarga de proveer de bienes y servicios a la empresa u organización. El rol del proveedor es abastecer.

**Población Económicamente Activa (PEA).-** La población activa de un país es la cantidad de personas que se han integrado al mercado de trabajo, es decir, que tienen un empleo o que lo buscan actualmente.

**Pequeña Empresa.-** es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente del Perú. La pequeña empresa se caracteriza por tener ventas anuales superiores a 150 UIT<sup>1</sup> y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

**Reporte de Sostenibilidad.-** Es un reporte de la situación económico - financiera, social y ambiental (Triple Bottom Line o Triple Línea de Acción) de las empresas. En él, se presenta la visión de la empresa y como ésta integra las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible, además de exponer su relación con los públicos de interés (stakeholders).

---

<sup>1</sup> Una Unidad Impositiva Tributaria (UIT) en el Perú para el año 2015 equivale a S/.3850.00

**Responsabilidad Social Empresarial.-** Es una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los grupos de interés (Accionistas/Inversionistas, colaboradores y sus familias, comunidad, Clientes, Proveedores, Medio Ambiente y Gobierno) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible.

**Sector Comercio.-** Se denomina Sector Comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación.

**Stakeholders.-** Es un término inglés que traducido al español sería “partes interesadas”. Se puede definir como aquellos grupos que interactúan con la empresa y que se ven afectados negativa o positivamente por sus acciones, y cuyas acciones, a su vez, afectan negativa o positivamente a la empresa u organización.

## **CAPÍTULO II**

### **PARTE EXPERIMENTAL**

#### **2.1. Tipo y Nivel de Investigación**

##### **2.1.1. Tipo de Investigación.**

El tipo de investigación fue “básica, conocida también como pura o fundamental, Está destinada a aportar un cuerpo organizado de conocimientos científicos. Se preocupa de recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento teórico científico” (Mendoza, 2006, p.28).

Con la presente investigación se pretendió aportar al conocimiento científico de la Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio en la Provincia de Abancay.

##### **2.1.2. Nivel de Investigación.**

La presente investigación fue de nivel descriptivo, porque el objetivo es describir las características del fenómeno o hecho y en qué condiciones se manifiesta. (Charaja, 2009, p. 44). En este caso describir como es la Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas Empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

#### **2.2. Método y Diseño de Investigación**

##### **2.2.1. Método de la Investigación.**

El método que se utilizó para el presente trabajo de investigación fue el deductivo, que consiste en el razonamiento mental que permite descubrir nuevos conocimientos de lo general para llegar a lo particular y permite extender los

conocimientos que se tienen sobre la clase determinada de fenómenos a otro cualquiera que pertenezca a esa misma clase (Bernal, 2006, p.56).

### 2.2.2. Diseño de la Investigación.

La investigación se desarrolló haciendo uso del diseño transversal o transeccional – descriptivo; por ser una investigación no experimental, ya que no se va a manipular deliberadamente variables (Valderrama, 2005, p.49).

El propósito fue describir como es la responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas Empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay, en un único momento y en forma simultánea.

El diseño de investigación que se asume corresponde al tipo diagnóstico y se expresara en la siguiente modelo:



DÓNDE:

M = Muestra de estudio

O = Observaciones o información recogida

## 2.3.Población

### 2.3.1. Características y Delimitación.

Las características de la población de estudio fueron las siguientes:

- ❖ 74 pequeñas empresas del sector comercio formalizadas e inscritas en el registro único del contribuyente al año 2014.

- ❖ 74 pequeñas empresas del sector comercio que estuvieron ubicadas y desarrollan sus actividades en la Provincia de Abancay.

#### Delimitación de la Población

La población de estudio para esta investigación estuvo conformada por el total de pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay que fueron 74 pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario con una muestra representativa, para así poder determinar cómo es la responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio en la Provincia de Abancay en el año 2014.

#### Ubicación Espacio – Temporal

La población objeto de estudio para esta investigación estuvo ubicada en la Provincia de Abancay en el año 2014.

Tabla 1:

Número de Micro, Pequeña, Mediana y Grande Empresa, del sector comercio de la provincia de Abancay año 2012.

SECTOR ECONÓMICO	MIPYME				TOTAL
	MI	PE	MD	GD	
COMERCIO	1,968	74	0	3	2,045
SERVICIO	1,943	56	0	1	2,000
MANUFACTURA	359	2	0	0	361
AGROPECUARIO	69	1	0	0	70
CONSTRUCCION	63	8	0	0	71
MINERIA	46	2	0	0	48
PESCA	2	0	0	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>4,450</b>	<b>143</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4,597</b>

Fuente: Ministerio de la Producción. (2014). Sitio web: Observatorio empresarial.

## 2.4.Muestra

### 2.4.1. Técnicas de Muestreo.

Para definir el tamaño de la muestra se utilizó el método probabilístico aleatorio simple, aplicando la fórmula generalmente aceptada para poblaciones menores de 100,000.

$$n = \frac{(p.q)Z^2.N}{(e)^2 (N - 1) + (p.q)Z^2}$$

Tabla 1:

Número de Micro, Pequeña, Mediana y Grande Empresa, del sector comercio de la provincia de Abancay año 2012.

SECTOR ECONÓMICO	MIPYME				TOTAL
	MI	PE	MD	GD	
COMERCIO	1,968	74	0	3	2,045
SERVICIO	1,943	56	0	1	2,000
MANUFACTURA	359	2	0	0	361
AGROPECUARIO	69	1	0	0	70
CONSTRUCCION	63	8	0	0	71
MINERIA	46	2	0	0	48
PESCA	2	0	0	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>4,450</b>	<b>143</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4,597</b>

Fuente: Ministerio de la Producción. (2014). Sitio web: Observatorio empresarial.

## 2.4.Muestra

### 2.4.1. Técnicas de Muestreo.

Para definir el tamaño de la muestra se utilizó el método probabilístico aleatorio simple, aplicando la fórmula generalmente aceptada para poblaciones menores de 100,000.

$$n = \frac{(p.q)Z^2.N}{(e)^2 (N - 1) + (p.q)Z^2}$$

Donde:

$n$  = Es el tamaño de la muestra que se tomó en cuenta para el trabajo de campo. Es la variable que se desea determinar.

$P$  y  $q$  = Representan la probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra. De acuerdo a la doctrina, cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que  $p$  y  $q$  tienen el valor de 0.5 cada uno.

$Z$  = Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error = 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto el valor  $Z = 1.96$ .

$N$  = El total de la población. En este caso 74 pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay, considerando solamente aquellas que pueden facilitar información valiosa para la investigación.

$e$  = Representa el error estándar de la estimación. En este caso se ha tomado 5%.

#### 2.4.2. Tamaño y Cálculo del Tamaño.

La muestra estuvo constituida por 62 pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

El tamaño de la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(0.5 \times 0.5) \times 1.96^2 \times 74}{(0.05)^2 (74 - 1) + (0.5 \times 0.5) \times 1.96^2}$$

$n = 62$  encuestas.

El número de encuestas que se aplicó en el trabajo de campo para esta investigación fue de la siguiente forma:

**Tabla 2:**

Número de encuestas que se aplicó en el sector comercio por distritos de la provincia de Abancay.

<b>DISTRITO</b>	<b>PE</b>	<b>% PE</b>	<b>N° DE ENCUESTAS APLICADAS<sup>a</sup></b>
<b>ABANCAY</b>	65	88.1	55
<b>CURAHUASI</b>	4	5.6	3
<b>TAMBURCO</b>	5	6.3	4
<b>CHACOCHE</b>	0	0	0
<b>SAN PEDRO DE CACHORA</b>	0	0	0
<b>HUANIPACA</b>	0	0	0
<b>PICHIRHUA</b>	0	0	0
<b>LAMBRAMA</b>	0	0	0
<b>CIRCA</b>	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>74</b>	<b>100.0</b>	<b>62</b>

**Nota.** El número de PE por distrito se utilizó de las estadísticas publicadas en el observatorio del ministerio de producción 2012. Fuente. Elaboración propia, <sup>a</sup> El número de encuestas que se aplicó por cada distrito de la provincia de Abancay; éste valor se determinó realizando la operación de aplicar el porcentaje de PE por distrito al total de encuestas (62) a aplicar para la investigación.

El cuestionario de encuesta estuvo dirigido a los Administradores de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay.

## **2.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

### **2.5.1. Técnicas de Recolección de Datos.**

Las técnicas de recopilación de datos que se utilizó en la investigación son las siguientes:

*Encuestas.-* Se aplicó a los administradores de las pequeñas empresas del sector comercio en la Provincia de Abancay para obtener respuestas en relación a la responsabilidad social empresarial.

*Toma de información.-* Se aplicó para tomar información de libros, textos, normas y demás fuentes de información relacionadas a la responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

*Análisis documental.-* Se utilizó para evaluar la relevancia de la información que se considero para el trabajo de investigación, relacionada a la responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

### **2.5.2. Instrumentos de Recolección de Datos.**

Los instrumentos que se utilizó en la investigación son los cuestionarios, fichas bibliográficas y guías de análisis documental.

**Questionarios.-** Contienen las preguntas de carácter cerrado sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay. El carácter cerrado es por el poco tiempo que disponen los encuestados para responder sobre la investigación.

**Fichas bibliográficas.-** Se utilizó para tomar anotaciones de los libros, textos, revistas, normas y de todas las fuentes de información correspondientes a la responsabilidad social empresarial en la pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

**Guías de análisis documental.-** Se utilizó como hoja de ruta para disponer de la información que realmente se consideró en la investigación sobre la responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

## 2.6. Procesamiento y Análisis de Datos

### 2.6.1. Procesamiento de Datos.

Las técnicas de procesamiento de datos que se utilizó son las siguientes:

**Ordenamiento y clasificación.-** Se aplicó para tratar la información cualitativa y cuantitativa de la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay, en forma ordenada.

**Registro manual.-** Se aplicó para digitar la información de las diferentes fuentes sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

**Proceso computarizado con Excel.-** Se utilizó para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

**Proceso computarizado con SPSS.-** Se utilizó para digitar, procesar y analizar datos y determinar indicadores promedios, de asociación y otros sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

#### **2.6.2. Análisis de Datos.**

Se aplicó las siguientes técnicas de análisis de información:

**Análisis documental.-** Esta técnica permitió conocer, comprender, analizar e interpretar cada una de las normas, revistas, textos, libros, artículos de Internet y otras fuentes documentales sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

**Indagación.-** Esta técnica facilitó para datos cualitativos y cuantitativos de cierto nivel de razonabilidad sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

**Conciliación de datos.-** Los datos sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay de algunos autores fueron conciliados con otras fuentes, para que sean tomados en cuenta.

***Tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes.-*** La información cuantitativa sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay fue presentado en tablas en forma absoluta y relativa para poder analizarla e interpretarla.

***Comprensión de gráficos.-*** En los gráficos se presentó información sobre la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay.

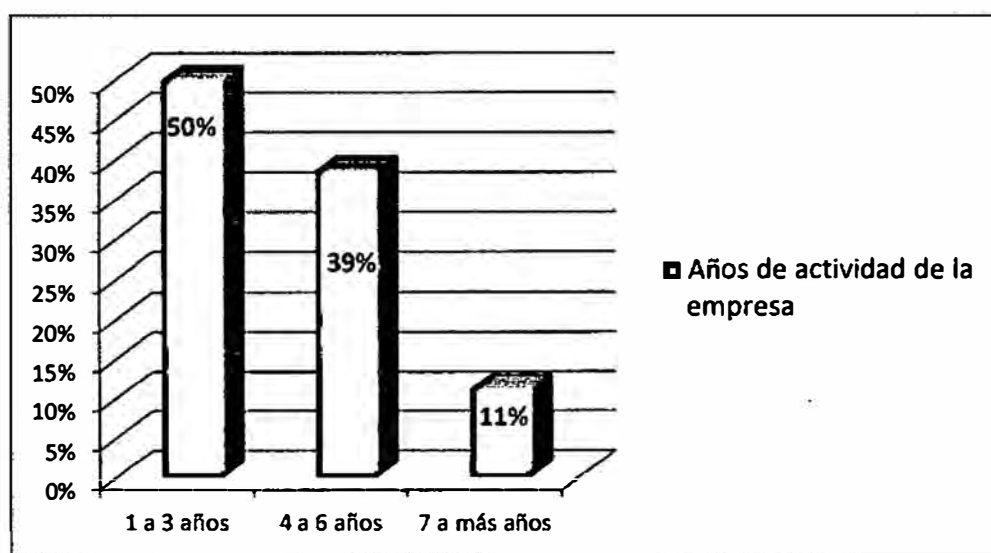
## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Resultados y discusión

##### A. Datos generales.

Producto de los datos generales (años de actividad de la empresa) obtenidos y procesados se presenta la siguiente información:



**Figura 1. Años de actividad de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, año 2014.**

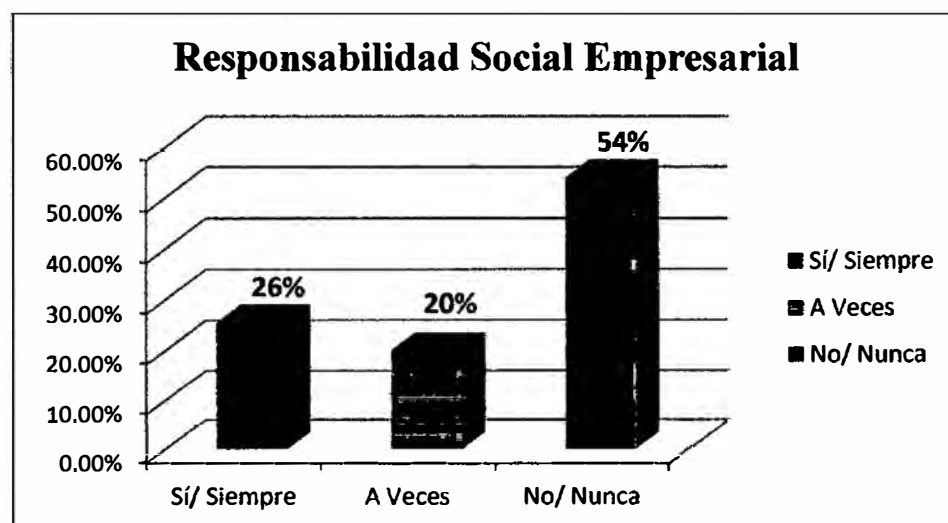
Fuente: elaboración propia según datos obtenidos de los datos generales de la encuesta aplicada.

El 50% (31) de las pequeñas empresas del sector comercio encuestadas tienen entre 1 a 3 años de actividad, el 39% (24) tienen entre 4 a 6 años de actividad y el 11%(7) tienen entre 7 a más años de actividad empresarial.

## B. Responsabilidad Social Empresarial.

(Drucker, 1996) Afirma que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. (p.83).

La responsabilidad social empresarial es el medio por el cual los empresarios pueden comprometerse a participar activamente en el desarrollo sostenible del país y del mundo. Uno de los pilares de la Visión al 2021 de la organización Peru2021 es “La empresa como ser vivo dentro de la sociedad debe asumir su rol como agente de cambio para mejorar el entorno en el que se desenvuelve y así lograr un país próspero, democrático, pacífico y justo”. (Canessa et al. 2005, p. 9),



**Figura 2. La responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay año 2014.**

Fuente: Instrumento aplicado a los gerentes de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de abancay-2014

Del gráfico se observa que del 100% (62) de las pequeñas empresas del sector comercio que fue encuestados, un 54% (33) no realizan o nunca realizaron acciones de responsabilidad social empresarial, seguido de un 26% (16) de ellos, si realizan o siempre realizan acciones de responsabilidad social empresarial y un 20 % (12) a veces realizan. El grupo de pequeñas empresas que nunca o que no realizan acciones de RSE, tienen mayor incidencia en la dimensión de los grupos de interés interno (accionistas y colaboradores).

(Drucker, 1996) Afirma que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”. (p.83).

La organización peru2021 define la responsabilidad social de las empresas como “una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los stakeholders o grupos de interés (accionistas, colaboradores, comunidad, clientes, proveedores, medio ambiente y gobierno) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible. (Díaz, Filomeno y Rizo Patrón, 2007, pág. 14).

Según el Libro verde la comisión de las comunidades europeas la responsabilidad social empresarial es: “la integración voluntaria, por parte de las empresas e instituciones, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en la relación con sus interlocutores” (Solano, 2009, p. 38).

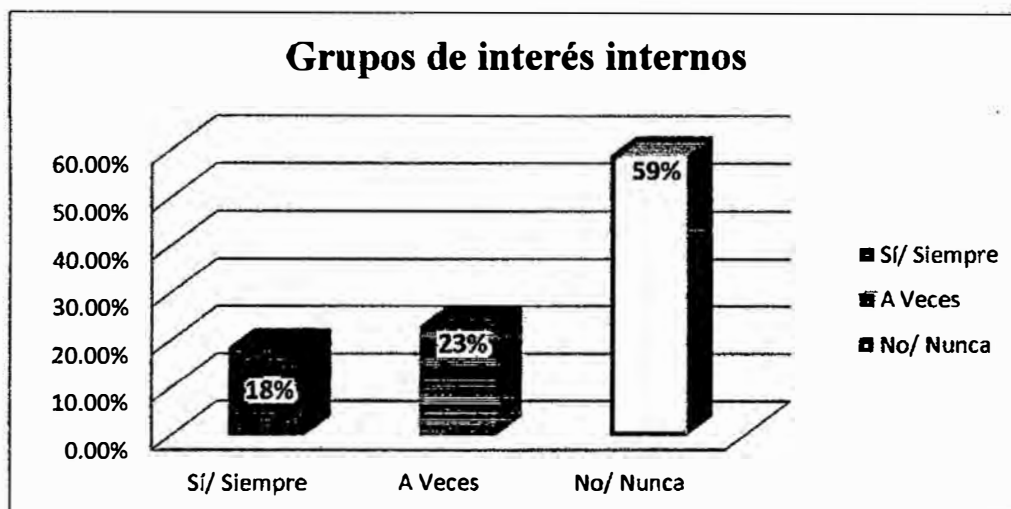
La responsabilidad social empresarial se refiere a qué tipo de sociedad, qué tipo de país y de humanidad estamos construyendo. Surge así el concepto análogo de “Desarrollo Sustentable”, en el que las empresas justifican la responsabilidad social como la única forma de poder perdurar, conforme a las exigencias de los llamados stakeholders, o los grupos que potencialmente son impactados directa o indirectamente por las operaciones de las empresas, estos son los trabajadores, clientes, consumidores finales, comunidad local, accionistas, proveedores y medio ambiente. (Acción Empresarial , 2003, pág. 5).

Asimismo en la investigación realizada por Freyre Valladolid (2005), titulada “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA”, explica la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aplicado en la práctica de la micro y pequeña empresa (MYPE), a la luz de los avances y limitaciones de las prácticas empresariales responsables y determina su particular vinculación con el desarrollo sostenible. Las conclusiones de la investigación es que i) En el Perú, la legislación en materia de RSE es bastante limitada; ii) La legislación en materia laboral es una de las más lesivas, los derechos laborales no están garantizados en la práctica empresarial; iii) La legislación relativa al medio ambiente se aplica como autorregulación, con códigos de conducta empresarial específicos y cuyos sistemas de monitoreo no siempre se encuentran disponibles o actualizados; iv) No hay una conciencia colectiva “consumista” que ejerza presión social o con poder de negociación por el cumplimiento de compromisos de RSE y v) El papel del Estado debe enfocarse hacia estimular asociaciones y promover la participación activa de la sociedad,

garantizando en buen funcionamiento del mercado y transparencia en el manejo de la información.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo del Perú (2015), desde el año 2012 está impulsando en el país un programa llamado “Perú responsable”, este programa promueve la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en tres aspectos: generadora de empleo, empleabilidad y emprendimiento en la población a nivel nacional. Esto indica que en nuestro país la RSE ya es un tema importante en la agenda del estado.

De acuerdo a la presentado se infiere que la mayoría de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay no y/o nunca realizan acciones de responsabilidad social empresarial, con respecto a la dimensión de los grupos de interés internos el 59% (37) de las pequeñas empresas encuestadas no y/o nunca realizan acciones de RSE y así mismo con lo que respecta a la dimensión de los grupos de interés externos el 49% (30) de las pequeñas empresas no y/o nunca realizan acciones de RSE.



**Figura 3. Características de los grupos de interés internos de la Responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay.**

Fuente: Instrumento aplicado a los gerentes de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de abancay-2014

Se puede apreciar en relación a los grupos de interés internos de la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio, que del 100% (62) de todos los encuestados el 59% (37) no realizan o nunca realizan acciones de RSE y el 23% (14) a veces lo realiza.

La organización peru2021 ha definido como los grupos de interés internos a las acciones que se debe realizar con respecto a los accionistas y los colaboradores. Con respecto a los accionistas las acciones fundamentales que se debe realizar son: comprometer al más alto nivel de la empresa para que apuesten por una gestión con RSE, incorporar la RSE en el modelo de gestión de la

empresa y evaluar la gestión de la empresa bajo enfoque de la “Triple línea de resultados (económico, social y medio ambiental); con respecto a los colaboradores las acciones que se debe tener en cuenta son: el Balance de vida en la empresa, la capacitación y desarrollo profesional, las normas laborales y la negociación colectiva. (Canessa et al. 2005, p. 41).

En las tablas N° 3, 4 y 5 se muestra detalladamente las preguntas y respuestas concernientes a la dimensión de los grupos de interés internos según la variación de la frecuencia.

Del análisis de los datos recogidos en esta dimensión, se evidencia que con respecto al indicador accionistas las pequeñas empresas encuestadas optaron por responder con mayor frecuencia a las preguntas :“La empresa cuenta con mecanismos para nombrar miembros del directorio, que tomen en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a prácticas de RSE” 67,7% (42); “la empresa incorpora en la evaluación de su gestión aspectos económicos-financieros, sociales y ambientales” 64,5% (40) y “en el reporte de sostenibilidad la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes grupos de interés: colaboradores, comunidad, clientes, proveedores, gobierno y medio ambiente” 67,7 (42), estos fueron valorados como “No/Nunca”.

Con respecto al indicador colaboradores las pequeñas empresas encuestadas optaron por responder con mayor frecuencia a las preguntas: “la empresa posee una política de equilibrio trabajo – familia que aborde cuestiones

relativas a horario laboral y horas extras 54,8% (34); “la empresa cuenta con programas de desarrollo de carrera y un presupuesto anual para capacitaciones con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal 58,1% (36); “la empresa mantiene un programa de erradicación del analfabetismo, educación primaria o secundaria o enseñanza suplementaria entre sus empleados con metas y recursos definidos 71,0% (44); “la empresa al cerrar el periodo de prácticas, busca emplear a los jóvenes en la propia empresa y en caso de imposibilidad les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas” 59,7% (37); “la empresa posee un programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de plazas para ese público” 79% (49) y “la empresa permite la libertad de acción de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos al interior del local de trabajo” 69,4% (43), estos fueron valorados como No/Nunca; así también afirmaron a las preguntas: “la empresa considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con el debido acompañamiento, evaluación y orientación” 83,9% (52) y “La empresa tiene al total de los empleados inscritos y remunerados por planilla, así mismo ofrece beneficios adicionales a los exigidos por la ley” 51,6% (32) estos fueron valorados como Sí/Siempre.

La mayoría de pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay No/Nunca realizan acciones de responsabilidad empresarial con respecto a los accionistas y colaboradores; esto debido a los posibles desconocimientos que las pequeñas empresas tienen con respecto al tema de responsabilidad social

empresarial, ya que en el país este tema aun es nuevo en la agenda de los pequeños empresarios, es así que para el pequeño empresario es suficiente pagar sus tributos y estar en regla con las normas laborales y otras exigidas y conocidas; así mismo existe una escasa difusión del tema de RSE por parte del gobierno.



**Tabla 3:**

**Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Internos, con respecto al indicador accionistas de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.**

Preguntas de la dimensión de Grupos de Interés Internos - Indicador Accionistas de la RSE		1. ¿La empresa cuenta con mecanismos para nombrar miembros del directorio, que tomen en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a prácticas de responsabilidad social empresarial?			2. ¿En la visión, misión, políticas, prácticas o en la toma de decisiones de la empresa se considera algún valor o principio de Responsabilidad Social Empresarial?			3. ¿La empresa incorpora en la evaluación de su gestión aspectos económicos – financieros, sociales y ambientales?			4. ¿En el proceso de elaboración del reporte de sostenibilidad la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes grupos de interés: colaboradores, Comunidad, Clientes, Proveedores, Gobierno y Medio ambiente?		
		Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)
Validos	Sí/Siempre	6	9,7	9,7	6	9,7	9,7	4	6,5	6,5	2	3,2	3,2
	A veces	14	22,6	32,3	8	12,9	22,6	18	29,0	35,5	18	29,0	32,3
	No/Nunca	42	67,7	100,0	48	77,4	100,0	40	64,5	100,0	42	67,7	100,0
	Total	62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia al tabular los datos obtenidos de la encuesta.



**Tabla 4:**

**Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Internos con respecto al indicador colaboradores de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.**

Preguntas de la dimensión de Grupos de Interés Internos - Indicador colaboradores de la RSE		5. Con respecto a sus colaboradores ¿la empresa Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras?			6. ¿La empresa promueve programas para combatir el estrés laboral como ejercicios físicos en el horario de trabajo u otros?			7. ¿La empresa cuenta con programas de desarrollo de carrera para su personal y un presupuesto anual para capacitaciones, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal?			8. ¿La empresa mantiene un programa de erradicación del analfabetismo, educación primaria o enseñanza suplementaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos?			9. ¿La empresa considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con el debido acompañamiento, evaluación y orientación?			10. ¿La empresa al cerrar el periodo correspondiente de prácticas, busca emplear a los jóvenes en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas?		
		Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)
Validos	Si/Siempre	9	14,5	14,5	10	16,1	16,1	11	17,7	17,7	4	6,5	6,5	52	83,9	83,9	14	22,6	22,6
	A veces	19	30,6	45,2	27	43,5	59,7	15	24,2	41,9	14	22,6	29,0	9	14,5	98,4	11	17,7	40,3
	No/Nunca	34	54,8	100,0	25	40,3	100,0	36	58,1	100,0	44	71,0	100,0	1	1,6	100,0	37	59,7	100,0
	Total	62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia al tabular los datos obtenidos de la encuesta.



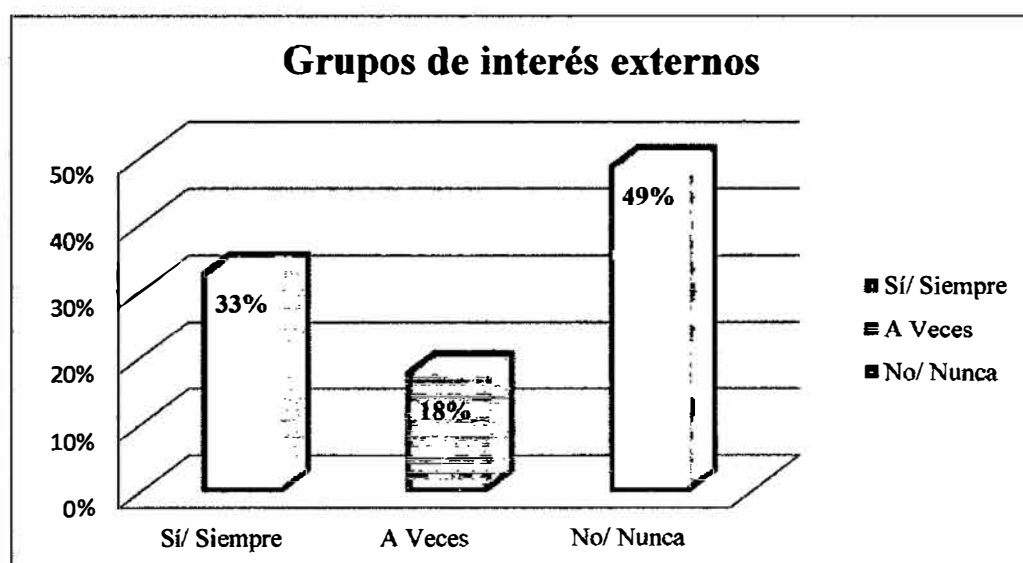
**Tabla 5:**

**Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Internos con respecto al indicador colaboradores de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.**

Preguntas de la dimensión de Grupos de Interés Internos – Indicador colaboradores de la RSE		11. ¿La empresa Ofrece un programa específico para la salud de la mujer embarazada y facilita la utilización de la flexibilidad de horario de lactancia conforme la legislación en vigencia?			12. ¿La empresa posee un programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de plazas para ese público?			13. ¿La empresa tiene al total de los empleados inscritos y remunerados por planilla, así mismo ofrece beneficios adicionales a los exigidos por la ley?			14. ¿La empresa utiliza el coaching como una técnica para el desarrollo personal de los empleados y adaptación al cambio?			15. ¿La empresa permite la libertad de acción de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos al interior del local de trabajo?			16. ¿Posee la empresa políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?		
		Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)
Validos	Sí/Siempre	23	37,1	37,1	3	4,8	4,8	32	51,6	51,6	14	22,6	22,6	9	14,5	14,5	39	62,9	62,9
	A veces	14	22,6	59,7	10	16,1	21,0	10	16,1	67,7	16	25,8	48,4	10	16,1	30,6	11	17,7	80,6
	No/Nunca	25	40,3	100,0	49	79,0	100,0	20	32,3	100,0	32	51,6	100,0	43	69,4	100,0	12	19,4	100,0
	Total	62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia al tabular los datos obtenidos de la encuesta.





**Figura 4. Características de los grupos de interés externos de la Responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014**

Fuente: Instrumento aplicado a los gerentes de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay-2014.

El grafico nos muestra que en cuanto a los grupos de interés Externos de la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio, que del 100% (62) de todos los encuestados el 49% (30) no o nunca realizan acciones de RSE y el 33% (14) sí o siempre realizan.

La organización peru2021 ha definido como los grupos de interés externos a las acciones que se debe realizar con respecto a los clientes, proveedores, gobierno, comunidad y medio ambiente. Con respecto a los cliente las acciones fundamentales que se debe realizar son: realizar marketing con causa social, marketing responsable y la adopción del sistema ISO 9000 u otro sistema de calidad; con respecto a los proveedores las acciones que se debe tener en cuenta son: Incentivar las prácticas de RSE en proveedores

mediante la adaptación de criterios de selección y transferir conocimientos; con respecto al gobierno las acciones que se debe tener en cuenta son: Realizar alianzas interinstitucionales, realizar acuerdos de cooperación y transferir conocimientos; con respecto a la comunidad las acciones que se debe tener en cuenta son: Apertura al dialogo, programa de desarrollo local (económico social) y voluntariado corporativo; así mismo con lo que respecta al medio ambiente son los siguientes: Adopción del sistema de gestión ambiental ISO 14001 u otro sistema de gestión ambiental, ecoeficiencia, producción más limpia (estrategia ambiental integrada aplicada a procesos, productos y servicios) e implementar una política de 3R's (reciclar, reducir y reusar) . (Canessa et al. 2005, p. 44).

En las tablas N° 6, 7, 8, 9 y 10 se muestra detalladamente las preguntas y respuestas concernientes a la dimensión de los grupos de interés externos según la variación de la frecuencia.

Del análisis de los datos recogidos en esta dimensión, se evidencia que con respecto al indicador clientes el 100% (62) de las pequeñas empres encuestadas optaron por responder “Sí/Siempre” a las preguntas: “La empresa al vender sus productos, utiliza solo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente” y “la empresa actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores o clientes”. Así también a la pregunta “la empresa cuenta con certificación de calidad como ISO 9000 u otro” 79% (49), optaron por responder “No/Nunca”.

Con respecto al indicador proveedores las pequeñas empresa encuestadas optaron por responder con mayor frecuencia a las preguntas: “La

empresa adopta políticas de selección y evaluación de proveedores incluyendo otros factores aparte de calidad, precio y plazo como criterios específicos de responsabilidad social” 83,9% (52) y “La empresa tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendición de cuentas”, ambas fueron valoradas como” 80,6% (50), ambas fueron valoradas como “No/Nunca”.

En el caso del indicador gobierno las pequeñas empresas encuestadas optaron por responder con mayor frecuencia a las preguntas “La empresa desarrolla acuerdos de cooperación con instituciones civiles o del estado con el fin de alcanzar un mismo objetivo” 51,6% (32) y “La empresa tiene programas como capacitación, cursos, seminarios, etc. dirigidos al sector público con el fin de transferir sus conocimientos, valores principios con el objetivo de que cuenten con los conocimientos adecuados para realizar un servicio con mayor eficiencia” 53,2% (33), ambos fueron valorados como “No/Nunca”.

Para el indicador comunidad las pequeñas empresas encuestadas optaron por responder con mayor frecuencia a las preguntas “La empresa Participa en espacios de diálogo locales (grupos locales, mesas de diálogo, etc) para así realizar estudios bases de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad y realiza seguimiento del mismo” 59,7% (37) y “La empresa moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios, realizando donaciones de productos y/o recursos financieros, cede instalaciones, etc.” 66,1% (41), ambos fueron valorados

56



como “Sí/Siempre”; en el caso de la pregunta “La empresa ejecuta programas de creación de cadenas productivas locales, desarrollo de un plan de micro créditos, empleo de mano de obra local, entre otros” 61,3% (38) optaron por responder “No/Nunca”.

Con respecto al indicador medio ambiente las pequeñas empresas encuestadas optaron por responder con mayor frecuencia a las preguntas: “La empresa cuenta con certificación de medio ambiente como el ISO 14001 (Sistema de gestión Ambiental) u otra como parte de su gestión ambiental para así tratar sistemáticamente los asuntos ambientales” 75,8% (47); “La empresa desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación para el consumo responsable de agua y de energía” 59,7% (37) y “La empresa tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable” 58,1% (40), estas fueron valoradas como “No/Nunca”; en caso de la pregunta “La empresa desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación con base en los 3Rs Reciclar, Reducir y Reusar” 61,3% (38), esta fue valorada como “Sí/ Siempre”.

La mayoría de pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay No/Nunca realizan acciones de responsabilidad empresarial frente a los grupos de iteres externos, esto se refleja en las acciones que vienen realizando; con respecto a los clientes el total de los encuestados respondieron tener argumentos verdaderos para convencer al cliente a la hora de vender un producto y el material de comunicación hacia el cliente es actualizado siempre; en caso del indicador comunidad la mayoría de los pequeños empresarios informan que siempre realizan trabajo voluntario esto lo relacionan con las chocolatadas que ofrecen por fiestas navideñas; en caso del indicador medio

ambiente la mayoría informa que si desarrollan periódicamente campañas internas y/o externas con base en las 3Rs (reciclar, reducir y reusar) y en caso de los otros indicadores (proveedores, gobierno, y medio ambiente) la mayoría no/nunca realiza acciones de RSE; esto debido a la poca información que manejan los pequeños empresarios con respecto al tema de RSE.



**Tabla 6:**

**Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador clientes de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.**

Preguntas de la dimensión de Grupos de Interés Externo – Indicador clientes de la RSE		17. ¿La empresa ha realizado alguna vez actividades de marketing con el propósito de contribuir con alguna organización social sin fines de lucro, asociando su imagen y/o producto en virtud de un beneficio en común?			18. ¿La empresa al vender sus productos, utiliza sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?			19. ¿La empresa actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos?			20. ¿La empresa cuenta con certificación de calidad como ISO 9000 u otro?		
		Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)
Validos	Sí/Siempre	22	35,5	35,5	62	100,0	100,00	62	100,0	100,00	6	9,7	9,7
	A veces	20	32,3	67,7	0	0,0		0	0,0		7	11,3	21,0
	No/Nunca	20	32,3	100,0	0	0,0		0	0,0		49	79,0	100,0
	Total	62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia al tabular los datos obtenidos de la encuesta.



**Tabla 7:**

**Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador proveedores de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.**

Preguntas de la dimensión de Grupos de Interés Externo – Indicador proveedores de la RSE		21. ¿La empresa adopta políticas de selección y evaluación de proveedores incluyendo otros factores aparte de calidad, precio y plazo como criterios específicos de responsabilidad social?			22. ¿La empresa tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendición de cuentas?		
		Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)
Validos	Si/Siempre	6	9,7	9,7	5	8,1	8,1
	A veces	4	6,5	16,1	7	11,3	19,4
	No/Nunca	52	83,9	100,0	50	80,6	100,00
	Total	62	100,0		62	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia al tabular los datos obtenidos de la encuesta.



**Tabla 8:**

**Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador gobierno de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.**

Preguntas de la dimensión de Grupos de Interés Externo – Indicador gobierno de la RSE		23. ¿La empresa adopta o desarrolla una alianza con organismos públicos o de la sociedad civil con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria, etc.?			24. ¿La empresa desarrolla acuerdos de cooperación con instituciones civiles o del estado con el fin de alcanzar un mismo objetivo?			25. ¿La empresa tiene programas como capacitación, cursos, seminarios, etc. dirigidos al sector público con el fin de transferir sus conocimientos, valores principios con el objetivo de que cuenten con los conocimientos adecuados para realizar un servicio con mayor eficiencia?		
		Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)
Validos	Sí/Siempre	19	30,6	30,6	4	6,5	6,5	18	29,0	29,0
	A veces	14	22,6	53,2	26	41,9	48,4	11	17,7	46,8
	No/Nunca	29	46,8	100,0	32	51,6	100,0	33	53,2	100,0
	Total	62	100,0		62	100,0		62	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia al tabular los datos obtenidos de la encuesta.



**Tabla 9:**

**Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador comunidad de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.**

Preguntas de la dimensión de Grupos de Interés Externo – Indicador comunidad de la RSE		26. ¿La empresa Participa en espacios de diálogo locales (grupos locales, mesas de diálogo, etc) para así realizar estudios bases de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad y realiza seguimiento del mismo?			27. ¿La empresa ejecuta programas de creación de cadenas productivas locales, desarrollo de un plan de micro créditos, empleo de mano de obra local, entre otros?			28. ¿La empresa moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios, realizando donaciones de productos y/o recursos financieros, cede instalaciones, etc.?		
		Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)
Validos	Sí/Siempre	37	59,7	59,7	10	16,1	16,1	41	66,1	66,1
	A veces	11	17,7	77,4	14	22,6	38,7	14	22,6	88,7
	No/Nunca	14	22,6	100,0	38	61,3	100,0	7	11,3	100,0
	Total	62	100,0		62	100,0		62	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia al tabular los datos obtenidos de la encuesta.



**Tabla 10:**

**Resumen de preguntas y valores referidos a la dimensión de Grupos de Interés Externos con respecto al indicador medio ambiente de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.**

Preguntas de la dimensión de Grupos de Interés Externos – indicador medio ambiente de la RSE		29. ¿La empresa cuenta con certificación de medio ambiente como el ISO 14001 (Sistema de gestión Ambiental) u otra como parte de su gestión ambiental para así tratar sistemáticamente los asuntos ambientales?			30. ¿La empresa desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación para el consumo responsable de agua y de energía?			31. ¿La empresa tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovable?			32. ¿La empresa Provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la disposición final de sus productos?			33. ¿La empresa desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación con base en los 3Rs Reciclar, Reducir y Reusar?		
		Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)	Fr.	%	%(A)
Validos	Sí/Siempre	11	17,7	17,7	14	22,6	22,6	5	8,1	8,1	11	17,7	17,7	38	61,3	61,3
	A veces	4	6,5	24,2	11	17,7	40,3	17	27,4	35,5	18	29,0	46,8	12	19,4	80,6
	No/Nunca	47	75,8	100,0	37	59,7	100,0	40	58,1	100,0	33	53,2	100,0	12	19,4	100,0
	Total	62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0		62	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia al tabular los datos obtenidos de la encuesta.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1. CONCLUSIONES

- ❖ La responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay es aún una práctica incipiente en el accionar de estas pequeñas empresas de este sector y provincia; ya que la mayoría de estas no/nunca realizan acciones de responsabilidad social empresarial frente a sus grupos de interés.
- ❖ Las características que presentó los grupos de interés internos de la responsabilidad social empresarial con respecto al indicador accionistas fueron las siguientes: La mayoría de las pequeñas empresas encuestadas no/nunca identifican y comprometen al más alto nivel de la empresa para que apuesten por una gestión con RSE; con respecto al modelo de gestión empresarial, estas no incluyen la RSE en la visión, misión, políticas y prácticas de la empresa; y en el caso de la evaluación de la gestión empresarial bajo el enfoque de la “Triple línea de resultados” o el Reporte de Sostenibilidad, la mayoría no/nunca lo realizan ya que estas evalúan únicamente en base al desempeño económico. En caso del indicador colaboradores las características presentadas fueron las siguientes: La de las pequeñas empresas no/nunca realizan acciones de balance de vida en la empresa (políticas que aborden cuestiones relativas a horario laboral, horas extras y actividades para combatir el estrés laboral); en el caso de contar con programas de desarrollo de carrera para su personal y un presupuesto anual para capacitaciones, la mayoría de estas pequeñas empresas no/nunca cuentan con programas de desarrollo de carrera y menos con un presupuesto para cubrir capacitaciones de personal; en su mayoría de las pequeñas empresas encuestadas si/siempre ofrecen

buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal a los practicantes, pero en el caso de empleabilidad a los jóvenes practicantes ya sea en la propia empresa u otras empresas aliadas la mayoría no/nunca ofrecen dicha empleabilidad; con respecto a las normas laborales un gran número de las pequeñas empresas encuestadas no/nunca ofrecen un programa específico para la salud de la mujer embarazada y la utilización del horario de lactancia, asimismo la mayoría no/nunca cuentan con programas de contratación a personas con discapacidad y un poco más de la mitad de estas pequeñas empresas si/siempre remuneran a su colaboradores a través de planilla y les ofrecen los beneficios exigidos por ley; con respecto a la utilización del coaching como una técnica para el desarrollo personal de sus empleados y adaptación al cambio, la mayoría de estas pequeñas empresas no/nunca utilizan esta herramienta de gestión; la mayoría de los encuestados no/nunca tuvieron sindicatos de trabajadores de su empresa.

- ❖ Las características que presento los grupos de interés externos de la responsabilidad social empresarial con respecto al indicador clientes fueron los siguientes: En el tema de realizan acciones de marketing con causa social solo un pequeño porcentaje (35,5%) de las pequeñas empresas encuestadas si/siempre realizan dichas acciones; en el caso de realizan acciones de marketing responsable el total de pequeñas empresas encuestadas si/siempre realizan dichas acciones; en el tema de la certificación de calidad ISO 9000 la mayoría de las pequeñas empresas encuestadas indicaron que no/nunca cuentan con dicha certificación. Con respecto al indicador proveedores las características fueron las siguientes: la mayoría de las pequeñas empresas encuestadas no/nunca adoptan políticas de selección y evaluación de proveedores donde incluyan criterios específicos de responsabilidad social; y en el tema de transfieren conocimientos, valores y

principios (buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada, etc.) a sus proveedores, la mayoría no/nunca realizan. Con respecto al indicador Gobierno las características fueron las siguientes: Un número más de la mitad del total de las pequeñas empresas encuestadas indicaron que no/nunca desarrollan acuerdos de cooperación con instituciones civiles o del estado con el fin de alcanzar un mismo objetivo; y menos de la mitad del total de los encuestados indicaron que no/nunca desarrollan alianzas con organismos públicos o de la sociedad civil con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, incentivar la generación de renta y/o de empleo, etc.; solo un poco más de la mitad de las pequeñas empresas encuestadas indicaron que no/nunca tienen programas como capacitación, cursos, seminarios, etc. dirigidos al sector público con el fin de transferir sus conocimientos, valores, principios, etc. Las características que presento el indicador comunidad fueron los siguientes: La mayoría de las pequeñas empresas encuestadas si/siempre participan en espacios de diálogo locales (grupos locales, mesas de diálogo) para identificar los problemas y/o necesidades de la comunidad donde se desarrollan; con respecto a la ejecución de programas de creación de cadenas productivas locales, desarrollo de un plan de micro créditos, empleo de mano de obra local, entre otros la mayoría de las pequeñas empresas encuestadas indicaron que no/nunca ejecutan dichos programas; la mayoría de las pequeñas empresas encuestadas indicaron que si/siempre desarrollan voluntariado corporativo (como chocolatadas, donaciones en temporada de friajes, etc). Y para el indicador medio ambiente las características observadas fueron las siguientes: La mayoría de las pequeñas empresas encuestadas indicaron que no/nunca cuentan con certificación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001; con respecto a

desarrollar prácticas de eco eficiencia la mayoría indicaron que no/nunca reducen la cantidad de materia prima necesaria para generar los servicios que ofrecen; y la mayoría de estas pequeñas empresas encuestadas si/siempre desarrollan periódicamente campañas internas y/o externas de educación con base en las 3Rs Reciclar, Reducir y Reusar.



## 4.2. RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda a las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, tomar conciencia de sus actos que vienen realizando frente a sus grupos de interés internos y externos ya que el desarrollo sostenible de la provincia de Abancay se puede lograr gracias a las empresas responsables, que practiquen la RSE. El realizar acciones de RSE no significa un gasto más para la empresa sino una inversión porque a mediano y/o largo plazo traerá consigo tres ventajas importantes: el mejoramiento del desempeño financiero, la reducción de los costos operativos de las empresas y la mejora de la imagen de marca y la reputación de la empresa.
- ❖ Se sugiere a las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, contar con mecanismos para nombrar a los miembros del directorio que tomen en consideración a parte del direccionamiento estratégico de la organización, prácticas relativas a RSE; ya que al realizar acciones de RSE con respecto a los accionistas trae consigo beneficios múltiples uno de ellos la mejora del desempeño financiero y comercial de la empresa. Con respecto a los colaboradores las pequeñas empresas deben implementar programas para combatir el estrés laboral, programas de desarrollo de carrera que cuenten con un presupuesto anual, programas para la contratación de personas con discapacidad y cumplir con los beneficios que los colaboradores tienen de acuerdo a ley; de igual forma estas acciones trae beneficios múltiples a la empresa como la reducción de costos operativos, reducción de estrés laboral, mejora el clima organizacional y brinda aspecto humano a la empresa y le pone en contacto directo con la sociedad.

- ❖ Con respecto a la dimensión grupos de interés externos de la RSE de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay se recomienda que deben empezar a realizar con mayor frecuencia acciones de RSE frente a sus stakeholders (clientes, proveedores, gobierno, comunidad y medio ambiente), con respecto a los clientes ofrecer productos de calidad, realizar marketing responsable y marketing con causa social trae muchas ventajas como tener clientes satisfechos y ser reconocidos en la sociedad como una empresa responsable; en caso de los proveedores se debe adoptar criterios de selección como prácticas de RSE, esto asegura a la empresa insumos y servicios sostenibles y poder desarrollar alianzas de RSE; con respecto al indicador gobierno las pequeñas empresas deben desarrollar con más frecuencia alianzas interinstitucionales y/o acuerdos de cooperación con el objetivo de mejorar los problemas (educación, salud, trabajo infantil y/o trabajo forzado, generación de empleo, etc.) que aquejan a la provincia de Abancay, realizar estas acciones trae como consecuencia a la empresa la apertura de oportunidades de trabajo social, mejora de la comunicación, etc; en caso del indicador comunidad se recomienda conocer a fondo las necesidades o problemas que presenta la comunidad donde se desarrolla la pequeña empresa, para poder enfrentarlos a través del desarrollo de planes integrales como empleo de mano de obra local, voluntariado corporativo, entre otros y con respecto al indicador medio ambiente se recomienda a las pequeñas empresas, más que adoptar un sistema de gestión ambiental, poner en práctica la eco eficiencia (crear más bienes y servicios utilizando menos recursos y creando menos basura y contaminación), implementar como política de empresa las 3 R's (reducir, reusar, reciclar) y la producción más limpia usando tecnologías limpias.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros y Trabajos de Investigación

Asociación Civil Perú 2021. (s.f.). Recuperado el 09 de 08 de 2014, de [www.peru2021.org](http://www.peru2021.org)

Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina.

Bateman, T., & Snell, S. (2005). Administración: Un nuevo panorama competitivo. Cuarta edición, 150-151. México: McGraw-Hill Interamericana.

Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México: Pearson Prentice Hall.

Brugha, R. & Varvasovszky, Z. (2000). "Stakeholder analysis: a review", Health Policy Plan.

Canessa Illich, G., & García Vega, E. (2005). El ABC de la responsabilidad social en el Perú y en el mundo. Perú 2021.

Castillo Palacios. (2007) Lima, Escuela de Graduados, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Chiavenato, I. (1993). Iniciación a la Organización y Técnica Comercial. Mexico: McGraw-Hill.

Charaja, C. (2009). EL MAPIC en la metodología de la investigación. Puno.

Díaz, D., Filomeno, M., & Rizo Patrón, C. (2007). Relación y Compromisos con los Grupos de Interés. Hacia una Responsabilidad Social Empresarial estratégica. Lima: PERÚ 2021.

Freyre Valladolid, Mayela; *Gestión en el Tercer Milenio*, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM (Vol. 8, N° 16, Lima, diciembre 2005).

Lorca, P. (2003). "La creación de valor en la empresa y los stakeholders", Harvard Deusto Finanzas y Contabilidad.

Martinez, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Colección Biblioteca del Profesional.

Mendoza, V. (2006). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos.

Ministerio de la Producción. *Mipyme 2012 Estadísticas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo 2013 *Anuario Estadístico Sectorial 2013* Lima Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Publicaciones Vértice. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Málaga: Publicaciones Vértice.

Solano Cornejo, D. (2009). *Responsabilidad social estrategias eostenibles para el desarrollo y la competitividad*. Lima: Universidad ESAN.

Suárez, J. (2007). "Relaciones entre organizaciones y stakeholders: necesidad de una interacción mutua entre los diversos grupos de interés".

Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial. (s.f.). (2013). Lima.

Valderrama Espinoza, S. (2005). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.



Valencia, W. A. (2013). Gerencia de la Inversion Social. Lima.

### **Linkografía**

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. En: [http://europa.eu/eur-lex/es/com/gpr\(2001/com2001-0366es01.pdf](http://europa.eu/eur-lex/es/com/gpr(2001/com2001-0366es01.pdf). Visitado el 07 de febrero de 2015.

FINZI, Sergio (2004). RSE, una nueva mirada sobre el público interno. Sitio web en: <http://www.iarse.org/site/modules.php?name=News&file=article&sid=502>. Visitado 04 de diciembre del 2014.

Ministerio de la Producción. Sitio web: [http://observatorioempresarial.produce.gob.pe/sist\\_remype\\_06\\_1.php?u=03&cod=APURIMAC](http://observatorioempresarial.produce.gob.pe/sist_remype_06_1.php?u=03&cod=APURIMAC). Visitado el 16 de octubre del 2014.

Peláez, P. (07 de febrero de 2015). Peru2021. Recuperado el 07 de febrero de 2015, de Peru2021: <http://issuu.com/peru2021/docs/informe>.

Tito González S. La responsabilidad Social de la empresa, un buen negocio. Colombia. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/ressocemptito.htm>. Visitado el 16 de octubre del 2014.

Franco Concha, Pedro (2004). Las empresas peruanas en el camino hacia la responsabilidad social empresarial. Sitio web en: <http://www.peru2021.org/art/LasempresasperuanasenelcaminohacialaRSE.pdf>. Visitado el 04 de diciembre del 2014.

Franco Concha, Pedro (2004). ¿Es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) viable para la empresa peruana?, visitado el 04 de diciembre del 2014, Sitio web en: <http://www.peru2021.org/art/EslaRSEviableparalaempresaperuana.pdf>.



# ANEXOS



## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A .....	I
Operacionalización de la Variable .....	I
ANEXO B.....	II
Cuestionario de Encuesta.....	II
ANEXO C.....	VI
Validación de instrumento .....	VI
ANEXO D .....	VII
Abreviaturas más Utilizadas. ....	VII
ANEXO E.....	VIII
Matriz general de respuestas recogidas de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014. ....	VIII



ANEXO A

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN LA PROVINCIA DE ABANCAY, 2014”

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b> ¿Cómo es la responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio en la provincia de Abancay, 2014?</p> <p><b>Problema Específico N°01:</b> ¿Cuáles son las características de los grupos de interés internos, de la responsabilidad social empresarial y de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay, 2014?</p> <p><b>Problema Específico N° 02:</b> ¿Cuáles son las características de los grupos de interés externos, de la responsabilidad social y empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay, 2014.</p>	<p><b>Objetivo General</b> Describir la responsabilidad social empresarial, en las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay, 2014.</p> <p><b>Objetivo Especifico N°01:</b> Determinar las características de los grupos de interés internos de la responsabilidad social empresarial de las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay, 2014.</p> <p><b>Objetivo Especifico N°02:</b> Determinar las características de los grupos de interés externos, de la responsabilidad social empresarial, de las pequeñas empresas de la Provincia de Abancay, 2014.</p>	<p>1.Responsabilidad Social Empresarial</p>	<p>1.1. Grupos de interés internos</p> <p>1.2. Grupos de interés externos</p>	<p>1.2.1. Accionistas</p> <p>1.2.2. Colaboradores</p> <p>1.2.3. Clientes</p> <p>1.2.4. Proveedores</p> <p>1.2.5. Gobierno</p> <p>1.2.6. Comunidad</p> <p>1.2.7. Medio ambiente</p>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> Básica.</p> <p><b>Nivel de Investigación:</b> Descriptivo.</p> <p><b>Método de la Investigación:</b> Deductivo.</p> <p><b>Diseño de la Investigación:</b> Diseño transversal– descriptivo.</p> <p><b>Población:</b> 74 Pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay.</p> <p><b>Muestra:</b> Para calcular la muestra se aplicó la siguiente fórmula: <math>n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}</math></p> <p>Aplicando la formula sale 62 encuestas.</p> <p><b>Recolección de Información:</b> <b>Técnicas:</b> Encuestas Toma de Información Análisis Documental</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionarios Fichas bibliográficas Guías de análisis documental</p> <p><b>Análisis de Datos:</b> Tabulaciones, cuadros estadísticos, SPSS N°19, Word 2013 y Excel 2013.</p> <p><b>Periodo de la Investigación:</b> Enero 2014 – Mayo 2015</p> <p><b>Presupuesto:</b> Costo total S/. 6068.00</p>



## ANEXO B

### CUESTIONARIO DE ENCUESTA.



#### UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC EGRESADO DE LA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

*Esta encuesta se realiza con el objetivo de describir la Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas empresas del sector comercio de la Provincia de Abancay, 2014.*

**LEA ATENTAMENTE LAS PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO Y MARQUE CON UN "X" LA ALTERNATIVA QUE CREA CONVENIENTE.**

#### DATOS GENERALES

**Años de actividad de la empresa:**

1. 1 a 3 años
2. 4 a 6 años
3. 7 a más años

**Dimensión: Grupos de interés internos**

**Indicador: Accionistas**

Cuestionario	Si/ Siempre	A Veces	No/ Nunca
1. ¿La empresa cuenta con mecanismos para nombrar miembros del directorio, que tomen en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a prácticas de RSE?	1	2	3
2. ¿En la visión, misión, políticas, prácticas o en la toma de decisiones de la empresa se considera algún valor o principio de Responsabilidad Social Empresarial?	1	2	3
3. ¿La empresa incorpora en la evaluación de su gestión aspectos económicos – financieros, sociales y ambientales?	1	2	3
4. ¿en el proceso de elaboración del reporte de sostenibilidad la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes grupos de interés: colaboradores, Comunidad, Clientes, Proveedores, Gobierno y Medio ambiente?	1	2	3

## Indicador: Colaboradores

Cuestionario	Sí/ Siempre	A Veces	No/ Nunca
5. Con respecto a sus colaboradores ¿la empresa Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras?			
6. ¿La empresa promueve programas para combatir el estrés laboral como ejercicios físicos en el horario de trabajo u otros?			
7. ¿La empresa cuenta con programas de desarrollo de carrera para su personal y un presupuesto anual para capacitaciones, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal?			
8. ¿La empresa mantiene un programa de erradicación del analfabetismo, educación primaria o enseñanza suplementaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos?			
9. ¿La empresa considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con el debido acompañamiento, evaluación y orientación?			
10. ¿La empresa al cerrar el periodo correspondiente de prácticas, busca emplear a los jóvenes en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas?			
11. ¿La empresa Ofrece un programa específico para la salud de la mujer embarazada y facilita la utilización de la flexibilidad de horario de lactancia conforme la legislación en vigencia?			
12. ¿La empresa posee un programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de plazas para ese público?			
13. ¿La empresa tiene al total de los empleados inscritos y remunerados por planilla, así mismo ofrece beneficios adicionales a los exigidos por la ley?	1 (Si a todos)	2 (A algunos)	3 (No a nadie)
14. ¿La empresa utiliza el coaching como una técnica para el desarrollo personal de los empleados y adaptación al cambio?			
15. ¿La empresa permite la libertad de acción de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos al interior del local de trabajo?			
16. ¿Posee la empresa políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos?			

...

## Dimensión: Grupos de Interés Externos

### Indicador: clientes

Cuestionario	Sí/Siempre	A Veces	No/ Nunca
17. ¿La empresa ha realizado alguna vez actividades de marketing con el propósito de contribuir con alguna organización social sin fines de lucro, asociando su imagen y/o producto en virtud de un beneficio en común?			
18. ¿La empresa al vender sus productos, utiliza sólo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente?			
19. ¿La empresa actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos?			
20. ¿La empresa cuenta con certificación de calidad como ISO 9000 u otro?			

### Indicador: Proveedores

Cuestionario	Sí/Siempre	A Veces	No/ Nunca
21. ¿La empresa adopta políticas de selección y evaluación de proveedores incluyendo otros factores aparte de calidad, precio y plazo como criterios específicos de responsabilidad social?			
22. ¿La empresa tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendición de cuentas?			

### Indicador: Gobierno

Cuestionario	Sí/Siempre	A Veces	No/ Nunca
23. ¿La empresa adopta o desarrolla una alianza con organismos públicos o de la sociedad civil con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria, etc.?			
24. ¿La empresa desarrolla acuerdos de cooperación con instituciones civiles o del estado con el fin de alcanzar un mismo objetivo?			
25. ¿La empresa tiene programas como capacitación, cursos, seminarios, etc. dirigidos al sector público con el fin de transferir sus conocimientos, valores principios con el objetivo de que cuenten con los conocimientos adecuados para realizar un servicio con mayor eficiencia?			



**I. INFORMACION GENERAL**

**1.1. DEL EXPERTO**

Apellidos y Nombres: Marina Vilca Cáceres

**1.2. DEL AUTOR DEL INSTRUMENTO**

Proyecto de Investigación: "La Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas Empresas del sector Comercio de la provincia de Abancay, 2014"

Responsable/s: Doris Caballero Ramirez

Instrumento:

Cuestionario  (x)  
 Formato de entrevista  ( )

**1.3. FACTORES DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**

Nº	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	Formulación con lenguaje apropiado				70%	
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables				69%	
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología			50%		
4	ORGANIZACIÓN	Muestra una organización lógica				75%	
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad				70%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias			50%		
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teórico científicos			50%		
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices				75%	
9	METODOLOGÍA	Responde al propósito del problema				70%	
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno				70%	
TOTAL					50%	71.3%	

**II. OPINION DE EXPERTO**

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

- Se valida
- No se valida

Abancay, 05 de Mayo del 2015.

Firma y sello del experto:

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC  
  
 Lic. Adm. Marina Vilca Cáceres  
 DOCENTE ASOCIADO

DNI N°  
 Teléfono



**ANEXO D**  
**ABREVIATURAS MÁS UTILIZADAS.**

**RSE:** Responsabilidad Social Empresarial

**MYPES:** Micro y Pequeñas Empresas

**OIT:** Organización Internacional del Trabajo

**ISO:** International Organization for Standardization

**3 R's:** Reducir, Reusar, Reciclar



## ANEXO E

### Matriz general de respuestas recogidas de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.

VARIABLE DE ESTUDIO: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL																																			
Nro.	Datos Generales	Dimensión 1: Grupos de Interes Internos															Dimensión 2: Grupos de Interes Externos																		
		Ind. 1.1. Accionistas					Ind. 1.2. Colaboradores					Ind. 2.1. Clientes					Ind. 2.2. Proveedores				Ind. 2.3. Gobierno			Ind. 2.4. Comunidad			Ind. 2.5. Medio Ambiente								
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	
1	1	2	3	3	3	2	2	3	3	1	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	1	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	3	1		
2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	1	2	1	2	3	1	1	2	3	1	1	
3	1	1	2	3	3	1	3	3	3	1	3	1	3	1	3	1	2	3	1	1	1	3	3	1	3	1	1	1	1	1	3	3	3	2	1
4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	2	3	1	1	1	3	1	3	2	3	3	1	3	2	3	2	2	3	1
5	2	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1	1	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	
6	1	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	1	2	3	1	1	1	1	1	3	2	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	2	
7	3	3	3	2	2	3	3	2	3	1	3	1	3	1	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	3	3	3	1
8	1	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	1	1	3	2	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1
9	1	2	3	1	1	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	1	1	3	1	3	1	2	2	2	1	
10	1	3	3	1	3	3	3	2	3	1	2	3	3	3	2	2	1	1	1	1	3	3	3	1	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1
11	3	3	3	2	2	1	3	2	2	1	3	1	3	3	3	3	1	2	1	1	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	1	3	
12	1	1	3	2	2	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1	1	3	2	1	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	1
13	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	3	1	1	1	2	2	3	1	3	3	1	1
14	2	3	2	3	3	2	3	3	1	3	1	3	1	3	2	2	1	1	1	1	2	2	3	1	3	1	1	3	2	3	3	2	2	2	1
15	1	3	3	2	3	2	2	3	3	1	3	1	3	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	1	
16	1	3	3	2	3	1	2	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	2	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	2	3	1	
17	1	3	3	3	3	3	2	2	3	1	1	3	2	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	2	1
18	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	2	3	2	1	3	1	3	2	3	2	2	3	3	
19	1	3	3	3	3	1	2	3	3	2	2	1	3	3	1	3	1	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	3	1	3	1	3	3	1	
20	1	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	2	1	1	1	3	3	1	3	3	2	3	1	1	2	3	2	2	
21	2	3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	1	3	1	2	1	1	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	2	2	2	1
22	1	2	3	2	2	2	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	1	2	1	1	1	3	3	1	3	3	1	2	1	3	1	3	3	2	
23	1	3	2	3	3	2	1	3	3	1	3	1	3	1	2	2	1	2	1	1	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	
24	3	2	3	1	2	2	1	3	3	1	3	2	2	1	2	3	1	2	1	1	3	1	3	1	2	1	1	1	1	3	3	3	2	3	
25	1	3	3	2	1	2	2	3	3	1	3	2	3	2	3	3	1	2	1	1	1	3	3	1	2	2	3	3	1	1	1	3	3	1	
26	1	3	3	2	2	3	1	3	2	1	3	1	3	2	1	2	1	3	1	1	1	3	3	1	2	1	1	3	1	3	3	2	2	2	
27	2	3	3	2	3	1	2	3	2	1	3	2	3	2	1	3	1	2	1	1	1	3	3	3	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	1
28	1	2	3	3	2	1	1	3	2	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3
29	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	1	
30	1	2	3	3	3	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3	3	3	2	1	1	1	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	

Fuente: Resultado de aplicación de instrumento de encuesta a los gerentes de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.



VARIABLE DE ESTUDIO: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Nro.	Datos Generales	Dimension 1: Grupos de Interes Internos														Dimension 2: Grupos de Interes Externos																			
		Ind. 1.1. Accionistas						Ind. 1.2. Colaboradores								Ind. 2.1. Clientes				Ind. 2.2. Proveedores		Ind. 2.3. Gobierno			Ind. 2.4. Comunidad				Ind. 2.5. Medio Ambiente						
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	
31	3	3	1	3	3	3	2	2	3	1	1	1	2	3	1	3	1	2	1	1	3	3	3	3	1	3	3	1	2	2	1	1			
32	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	3	3	1	3	1	1	3	1	3	2	3	3	1	2	1	3	1	3	3	2	
33	1	1	2	3	3	3	3	1	2	1	1	2	3	3	1	2	2	3	1	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3	2	3	2	1	
34	3	1	2	3	3	2	1	1	1	1	3	2	3	3	2	3	1	3	1	1	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	1	1	3	3	
35	2	3	3	3	3	2	1	1	3	1	1	3	3	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	2	3	1	2	1	3	2	3	3	1		
36	2	3	3	3	3	3	2	2	3	1	1	3	3	3	1	3	1	2	1	1	3	3	3	2	1	1	3	2	1	1	3	3	2		
37	2	3	3	3	3	3	2	3	1	1	3	3	1	1	3	3	1	2	1	1	3	3	3	2	3	1	1	1	3	3	2	3	2		
38	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	3	3	1	1	3	1	3	1	3	1	3	3	3	2	1	
39	1	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	3	3	1	3	1	1	1	1	1	3	3	3	2	3	1	3	2	3	3	3	3	3		
40	2	2	3	2	2	3	3	3	2	1	3	3	3	1	2	3	1	2	1	1	3	3	3	2	2	3	3	1	1	3	1	1	1		
41	2	3	3	2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	1	3	1	1	2	3	3	2	2	3	1	3	3	1	3	2	3		
42	2	1	3	2	2	3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	3	1	3	3	1	2	2	1	3	3	3	2	2	
43	2	2	3	3	3	3	3	1	2	1	3	2	2	2	3	2	3	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	1	3	1	2	3	2		
44	3	2	3	3	3	3	3	1	2	1	3	2	2	1	1	2	3	1	1	1	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	1		
45	2	2	3	3	3	3	2	1	3	1	3	3	2	2	1	2	3	3	1	1	3	1	3	1	2	2	1	2	3	1	1	3	2	1	
46	2	2	3	3	3	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	1	1	3	3	1	2	2	1	1	3	1	3	3	2	3	3	
47	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	3	3	1	2	3	1	3	1	1	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	1		
48	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	3	1	3	2	3	3	1	1	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	1	1	
49	1	3	2	3	3	1	2	3	3	1	2	1	3	2	2	3	1	3	1	1	3	3	2	3	3	1	3	1	3	1	1	3	3		
50	2	3	1	3	3	1	2	1	3	1	2	2	3	1	3	3	1	2	1	1	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	1	
51	1	3	3	3	3	2	1	3	3	2	1	1	3	2	2	3	2	3	1	1	3	1	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	1	1	
52	2	3	3	3	3	2	3	1	3	2	3	2	3	1	3	3	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	3	1	3	3	2	3	3
53	2	3	3	3	3	2	3	1	3	1	1	1	3	1	1	3	2	1	1	1	2	3	2	1	2	3	2	1	1	3	3	3	2	1	
54	2	3	1	3	3	2	1	2	3	1	2	1	3	1	3	3	1	1	1	1	3	3	1	2	3	1	3	3	3	3	1	3	1	1	
55	2	3	3	3	3	2	1	3	3	1	3	2	3	3	1	3	1	1	1	1	3	3	3	3	2	1	2	1	3	3	3	3	2	2	
56	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3	2	1	1	1	3	3	2	3	2	1	2	1	1	3	3	1	1		
57	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3	3	2	3	2	2	1	1	2	3	3	3	3	2	3	1	1	2	3	2	1	1	
58	1	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	2	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	
59	2	1	3	2	2	3	2	3	3	1	3	3	1	1	2	3	3	3	1	1	3	3	3	1	2	3	2	1	3	2	1	1	1		
60	1	2	2	2	2	3	2	3	3	1	3	3	2	1	2	3	3	3	1	1	3	3	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1		
61	1	3	1	2	2	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	1	2	1	1	3	3	3	1	2	1	3	3	2	2	3	3	3	3	
62	2	3	3	2	2	3	3	3	3	1	1	1	3	1	3	3	1	1	1	1	3	3	2	1	2	3	3	1	3	3	3	1	1		

Fuente: Resultado de aplicación de instrumento de encuesta a los gerentes de las pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de Abancay, 2014.

