

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque de RSE en las Empresas
del Sector Construcción en la Región Cajamarca**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN
ESTRATÉGICA DE EMPRESAS OTORGADO POR LA PONTIFICIA
UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

PRESENTADO POR

Augusto Fernando Montjoy Beteta

Gaby Esther Reyes Díaz

Humberto Gallardo Peralta

Miltón César Coronado Llanos

Asesora: Kelly Rojas Valdez

Santiago de Surco, octubre de 2016

Agradecimientos

Queremos expresar un agradecimiento muy especial a:

La profesora Mg. Kelly Rojas Valdez, por el permanente asesoramiento y guía en el desarrollo de esta tesis.

Nuestras familias, por su incondicional apoyo para lograr esta meta personal y profesional.

Dedicatorias

A mi familia, motor de mi vida que me empuja día a día a seguir adelante sobre todo en estos dos últimos años de apoyo incondicional y paciencia en los fines de semana que estuve ausente por mi desarrollo personal y profesional.

Augusto Fernando Montjoy Beteta

A Dios, a mi familia por su cariño y apoyo constante en cada uno de los pasos que doy en mi vida, a Michaelito, que desde su partida se convirtió en mi estrella que guía mi camino.

Gaby Esther Reyes Díaz

A mis padres, a mi hija Delia Valentina, por su comprensión y apoyo en mi vida personal y profesional. A los que ya no están..., lucharon con el alma y el corazón, perdieron la batalla, naufragaron a mitad de travesía, a ellos un gran abrazo hasta la eternidad.

Humberto Gallardo Peralta

A Dios, en primer lugar, al amor de mi vida, Fernanda, mis hijos Zoe y André, que son mi aliciente para seguir superándome personal y profesionalmente, a mis padres, Consuelo y César, por su comprensión, apoyo y amor incondicional.

Miltón César Coronado Llanos

Resumen Ejecutivo

La Responsabilidad social empresarial ha adquirido en los últimos años una gran importancia al momento de evaluar la gestión que desempeñan las organizaciones en nuestro país, sobre todo al momento de dar una mirada a sectores que guardan relación con la minería en las provincias del Perú. Ante ello la motivación de la presente investigación es conocer el estado de la gestión de RSE en el sector construcción de la región Cajamarca, el cual ha sido obtenido como resultado de la aplicación de un cuestionario a cinco empresas de este sector, dichos cuestionarios utilizaron la herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021 que contempla los siguientes temas: (a) valores, transparencia y gobierno corporativo, (b) público interno, (c) medio ambiente, (d) proveedores, (e) consumidores y clientes, (f) comunidad, y (g) gobierno y sociedad. Estos cuestionarios estuvieron compuestos por preguntas de profundidad, binarias y cuantitativas que fueron analizadas y procesadas a través del sistema SPSS, así mismo se generaron datos estadísticos que permitieron definir el estado de la gestión como parte principal y en relación al objetivo de la presente investigación.

La interpretación de las puntuaciones ubica a valores, transparencia y gobierno en una etapa 3 es decir, está considerado dentro de sus estrategias empresariales, en público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes y comunidad en una etapa 2 es decir, se encuentran en un nivel intermedio entre la postura actual y futura en relación con estos grupos de interés, finalmente en su relación con gobierno y sociedad se ha calificado como etapa 1 es decir, están en una etapa básica. Estas puntuaciones permitieron definir que el sector construcción en la región Cajamarca se encuentra aún en una etapa 2 es decir, aún se encuentra en proceso de inclusión el desarrollo sostenible como parte de sus estrategias de RSE. Cabe mencionar que la presente investigación ha tenido una metodología cuantitativa, descriptiva, no experimental y transeccional, que puede ser base para investigaciones futuras en relación al tema definido.

Abstract

Corporate social responsibility has in recent years acquired great importance when assessing the management organizations play in our country, especially when you take a look at sectors related to mining in the provinces of Peru. Given this motivation of this research is to know the status of CSR management in the construction sector of the Cajamarca region, which has been obtained as a result of the application of a questionnaire to five companies in this sector, these questionnaires used the tool indicators Ethos-Peru 2021 that includes the following topics: (a) values, transparency and corporate governance, (b) internal public, (c) the environment, (d) suppliers, (e) consumers and customers, (f) community and (g) government and society. These questionnaires were composed of questions in depth, binary and quantitative that were analyzed and processed through the SPSS system and the same statistical data that allowed to define the status of management as principal and in relation to the objective of this research were generated.

The interpretation of scores located values, transparency and governance in a step 3 is considered within their business strategies, internal public, environment, suppliers, consumers and customers and community in a step 2 are at an intermediate level between the current and future position regarding these interest groups finally in their relationship with government and society has been described as step 1 are in a basic stage. These scores allowed to define the construction sector in the Cajamarca region is still in a stage 2 is, it is still in the process of including sustainable development as part of their CSR strategies. It is noteworthy that this research has had a quantitative, descriptive, not experimental and transactional methodology, which can be the basis for future research in relation to defined topic.

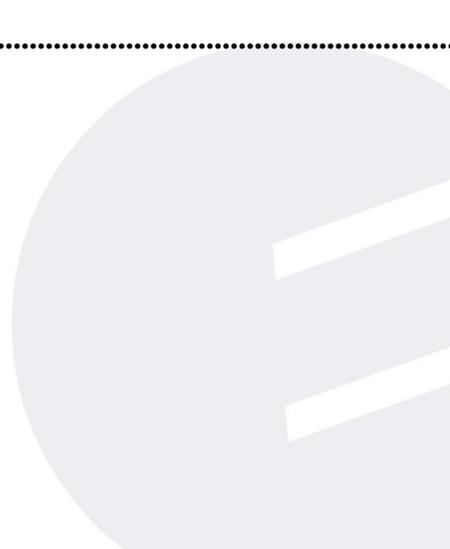
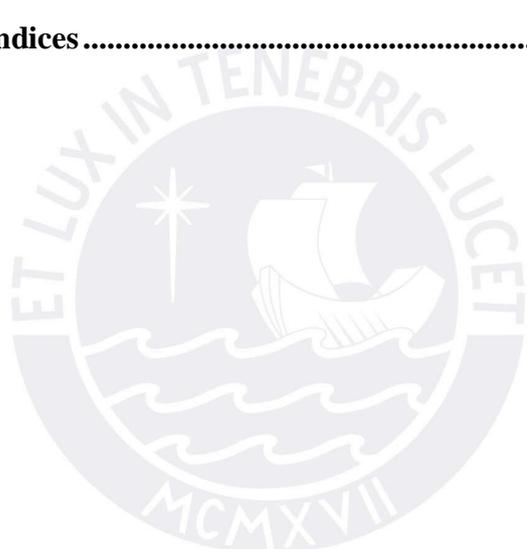
Tabla de Contenido

Lista de Tablas	vi
Lista de Figuras.....	vii
Capítulo I: Introducción.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Problema de Investigación	3
1.3. Propósito de la Investigación	4
1.4. Justificación de la Investigación	5
1.5. Marco Conceptual	5
1.6. Preguntas de la Investigación.....	6
1.7. Limitaciones.....	7
1.8. Delimitaciones.....	8
1.9. Enfoque y Diseño de la Investigación.....	8
1.10. Resumen del Capítulo	8
Capítulo II: Revisión de la Literatura	10
2.1. Definiciones sobre Responsabilidad Social Empresarial.....	11
2.1.1. La teoría de la pirámide.....	11
2.1.2. Desarrollo sostenible	12
2.1.3. La teoría de los grupos de interés o stakeholders.....	13
2.2. La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y el Mundo	14
2.2.1. Historia de la responsabilidad social empresarial	14
2.2.2. El porqué de la responsabilidad social empresarial.....	17
2.2.3. Evolución histórica de la responsabilidad social empresarial	19
2.3. Beneficios y cuestionamientos a la responsabilidad social empresarial	21
2.3.1. El mejoramiento del desempeño financiero	21

2.3.2. La reducción de costos operativos.....	22
2.3.3. Mejora de la imagen de marca y de la reputación de la empresa.....	23
2.3.4. Críticas a la responsabilidad social empresarial.....	25
2.4. Estándares Mundiales.....	26
2.4.1. AA 1000	27
2.4.2. Domini 400 Social Index (DSI 400).....	27
2.4.3. Dow Jones Sustainability Index (DJSI).....	27
2.4.4. FTSE4Good.....	28
2.4.5. Iniciativa de Reporte Global (GRI)	28
2.4.6. ISO 26000.....	29
2.4.7. Lineamientos para empresas multinacionales OCDE	29
2.4.8. Los principios de The Caux Round Table - CRT.....	29
2.4.9. Principios globales de Sullivan	29
2.4.10. SA 8000.....	30
2.4.11. Ethos Perú 2021.....	30
2.5. Responsabilidad Social Empresarial y el Sector Construcción.....	31
2.5.1. El sector construcción.....	31
2.5.2. Delimitaciones y etapas del sector construcción	32
2.5.3. Importancia económica del sector construcción.....	33
2.5.4. Destinos de la producción del sector construcción.....	33
2.5.5. Las brechas del sector construcción	34
2.5.6. Institucionalidad del sector construcción	34
2.5.7. Riesgos laborales asociados al sector construcción.....	35
2.6. Modelo de Responsabilidad Social Empresarial Perú 2021	36
2.6.1. Accionistas e inversionistas.....	36

2.6.2. Colaboradores y sus familias.....	37
2.6.3. Clientes y consumidores.....	38
2.6.4. Proveedores	39
2.6.5. Gobierno.....	40
2.6.6. Comunidad	40
2.6.7. Medio ambiente.....	41
2.7. Resumen del Capítulo	42
Capítulo III: Metodología	43
3.1. Diseño de la Investigación	43
3.2. Consentimiento Informado.....	44
3.3. Participantes de la Investigación.....	44
3.4. Confidencialidad	45
3.5. Instrumentos de Medición o Métodos para Recopilar Datos	45
3.5.1. Valores, transparencia y gobierno	46
3.5.2. Público interno.....	46
3.5.3. Medio ambiente.....	47
3.5.4. Proveedores	47
3.5.5. Consumidores y clientes.....	47
3.5.6. Comunidad	48
3.5.7. Gobierno y sociedad.....	48
3.6. Análisis Estadísticos.....	49
3.7. Validez y Confiabilidad	52
3.8. Resumen del Capítulo	53
Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados.....	54
4.1. Perfil de los Informantes	54

4.2. Presentación de Resultados	55
4.2.1. Indicadores de profundidad Ethos-Perú 2021	55
4.2.2. Indicadores binarios Ethos-Perú 2021	58
Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones.....	78
5.1. Conclusiones	78
5.2. Recomendaciones.....	84
5.2.1. Recomendaciones prácticas.....	84
5.2.2. Recomendaciones para futuras investigaciones	86
5.2.2. Contribuciones.....	87
Referencias.....	89
Apéndices	95



Lista de Tablas

Tabla 1	. <i>Empresas del Sector Construcción de la Región Cajamarca</i>	45
Tabla 2	. <i>Puntajes por Temas de los Indicadores Ethos-Perú 2021</i>	50
Tabla 3	. <i>Puntajes Mínimos y Máximos para cada Etapa</i>	51
Tabla 4	. <i>Análisis de Confiabilidad</i>	52
Tabla 5	. <i>Distribución y Perfil del Informante</i>	55
Tabla 6	. <i>Etapa de los Indicadores Ethos-Perú 2021</i>	56
Tabla 7	. <i>Puntajes en Relación a Indicadores por Profundidad</i>	57
Tabla 8	. <i>Diagnóstico de Etapas del Estado de la Gestión de RSE en el Sector Construcción.</i>	57
Tabla B1	. <i>Puntaje Obtenido en Valores, Transparencia y Gobierno</i>	98
Tabla B2	. <i>Puntaje Obtenido en Medio Ambiente</i>	98
Tabla B3	. <i>Puntaje Obtenido en Proveedores</i>	99
Tabla B4	. <i>Puntaje Obtenido en Público Interno.</i>	100
Tabla B5	. <i>Puntaje Obtenido en Consumidores y Clientes</i>	101
Tabla B6	. <i>Puntaje Obtenido en Comunidad</i>	101
Tabla B7	. <i>Puntaje Obtenido en Gobierno y Sociedad</i>	102

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i>	Mapping del estado de la gestión con enfoque de RSE en el sector construcción.....	10
<i>Figura 2.</i>	Teoría de la pirámide o pirámide de Carroll.....	12
<i>Figura 3.</i>	Desarrollo sostenible.....	13
<i>Figura 4.</i>	Fases del GRI.....	28
<i>Figura 5.</i>	Flujo general de la actividad en construcción.....	33
<i>Figura 6.</i>	Estado de la gestión en RSE del sector construcción de la región Cajamarca.....	58
<i>Figura 7.</i>	Estado de la gestión en relación a valores, transparencia y gobierno corporativo.....	59
<i>Figura 8.</i>	Estado de la gestión en relación a público interno.....	63
<i>Figura 9.</i>	Estado de la gestión en relación a medio ambiente.....	68
<i>Figura 10.</i>	Estado de la gestión en relación a proveedores.....	70
<i>Figura 11.</i>	Estado de la gestión en relación a consumidores y clientes.....	72
<i>Figura 12.</i>	Estado de la gestión en relación a comunidad y empresas.....	74
<i>Figura 13.</i>	Estado de la gestión en relación a gobierno y sociedad.....	76
<i>Figura 14.</i>	Hoja de información para participar en la investigación.....	96
<i>Figura 15.</i>	Hoja de consentimiento para participar en el estudio.....	97

Capítulo I: Introducción

En la actualidad las empresas deben ser responsables con sus trabajadores, clientes, gobierno, y con el medio ambiente, la adecuada gestión con sus grupos de interés va a contribuir en la construcción de una sociedad mejor para vivir, con el esfuerzo común de todos los interesados. Para (Barroso, 2008a), la obtención de utilidades es necesaria en una empresa, y debe estar alineada de tal manera, que contribuya al desarrollo de prácticas éticas que puedan enfrentar los embates de la globalización, la pregunta es ¿cuáles son las herramientas que tenemos para realizar dichas prácticas?, ¿Es acaso una de ellas la responsabilidad social empresarial - RSE? Según (Barroso, 2008a), las empresas que manifiestan practicar RSE, realmente no lo hacen, ya sea por desconocimiento, falta de voluntad o por acciones de emprendimiento de tipo filantrópico, que no generan desarrollo ni bienestar a largo plazo para la sociedad.

1.1. Antecedentes

La Responsabilidad Social en el Perú ha adoptado diversas tendencias y connotaciones, de acuerdo con los ámbitos político, social y económico por los que ha atravesado la historia peruana (Franco, 2007). La primera aproximación al concepto de Responsabilidad Social proviene de tiempos prehispánicos, manifestado en el Principio de Reciprocidad Andina, el cual tenía como fin promover el espíritu asociativo y de colaboración, lo que permitió que la producción y distribución se articulen en lazos de parentesco, la cual se vio afectada con la conquista española (Portocarrero, Sanborn, Cueva, & Millán, 2000).

Portocarrero (2002) en el siglo XVI, la Iglesia Católica en el Perú tuvo como misión evangelizar y promover actividades de carácter filantrópico y caritativo, de esta manera su papel fue fundamental para que la sociedad prestara ayuda a los más necesitados y promoviera iniciativas dentro de las congregaciones religiosas a brindar asistencia, educación

y salud hasta el siglo XIX. En esta época, las cofradías o hermandades de diversos gremios, hacían filantropía con la finalidad de realizar actividades de: (a) orden religioso, (b) obras benéficas, (c) percepción de rentas, y (d) administración de bienes. Mientras por el otro lado, las élites coloniales realizaban obras de caridad y ayuda social a través de su aporte económico.

En la década de los 70's, el Perú sufrió reformas impuestas por el gobierno militar, quien alentó y favoreció la creación de sindicatos con la intención de generar presión en las decisiones internas de las empresas, creando gran incertidumbre en el empresario peruano, que tenía como único fin el existir y mantenerse en el mercado. Era impensable que las empresas se preocuparan por su entorno (Portocarrero, Sanborn, Llusera, & Quea, 2000), ya en la década de los 80's, el Perú vivía una recesión económica y violencia política, en la que la empresa era vista como el enemigo del desarrollo nacional, y por lo cual el estado se convierte en el protector de la industria pública, y los empresarios privados tenían la misión de seguir subsistiendo y posteriormente ser aceptados por la sociedad en general (Caravedo, 1996).

En la década de los 90's, el Perú se recupera económica y políticamente, implementándose una serie de reformas, donde se espera que el sector privado aporte económicamente en la resolución de los problemas sociales, en vista que el país salía triunfante de la guerra con el terrorismo y la sociedad estaba devastada, convirtiéndose en un aliado del Estado, haciendo que las empresas empiecen a adoptar posturas sociales, ante los cambios que se presentan en su entorno (Portocarrero et al., 2000), esta nueva tendencia, hace que las empresas sientan la presión de contribuir con el desarrollo del país, adoptando prácticas responsables con su entorno más cercano: (a) comunidad, (b) medio ambiente, y (c) trabajadores, llevando a las empresas a aliarse con organizaciones de la sociedad civil,

buscando un mismo fin común y motivando al sector privado incluso a formar sus propias fundaciones (Franco, 2007).

Para Barroso (2007), las empresas deben ser responsables con sus trabajadores, clientes, gobierno y el medio ambiente, colaborando en la construcción de una sociedad integradora de esfuerzos de los interesados, no solo obteniendo utilidades sino contribuyendo con el desarrollo de todos los que participan en la empresa, de tal manera que puedan afrontar la globalización y se desarrollen mediante prácticas éticas con todos sus stakeholders. El concepto se enfoca en intervenciones que no sean a corto plazo y que sean sostenibles en el tiempo, hablar de RSE es pensar en el largo plazo.

Para Cúneo (2005), la responsabilidad social empresarial es el medio por el cual los empresarios se pueden comprometer a participar activamente en el desarrollo sostenible del país y el mundo, liderando el tema de promover y estandarizar la RSE en el país a través de la organización sin fines de lucro Perú 2021, convirtiéndose en el motor de desarrollo e incorporación de la responsabilidad social y ambiental como herramienta de gestión que contribuya a: (a) la calidad de vida, (b) respeto a la ley, (c) solidaridad, (d) sentido de comunidad social, y (e) competitividad de su entorno, entre otros, como visión del Perú hacia el año 2021 (Franco, 2007). Si nos enfocamos en el sector construcción, para (Marquina et al., 2011) el sector construcción organiza actividades de responsabilidad social en: (a) recursos humanos, (b) logística, (c) proyectos, (d) relaciones institucionales, y (e) medio ambiente, actividades que están directamente relacionadas con los grupos de interés analizados por los indicadores Ethos-Perú 2021.

1.2. Problema de Investigación

Esta investigación buscará conocer el estado de la gestión del sector construcción en Cajamarca, basado en la gestión con enfoque de Responsabilidad Social Empresarial al año

2015. Los resultados de esta investigación contribuirán a tener una idea del estado de la gestión con enfoque en la RSE.

1.3. Propósito de la Investigación

El propósito general de la presente investigación es conocer el estado de la gestión de las empresas del sector construcción en la región Cajamarca, basándose en el enfoque de responsabilidad social empresarial aplicada en dicha gestión, tomando como base de estudio los indicadores Ethos-Perú 2021, y cuyos objetivos específicos de estudio son los siguientes siete temas:

Valores, transparencia y gobierno corporativo. Conocer el estado de la gestión con respecto a los valores, la transparencia y el gobierno corporativo en empresas de construcción en la región Cajamarca, de acuerdo a los indicadores Ethos-Perú 2021.

Público interno. Conocer el estado de la gestión con respecto al público interno en empresas de construcción en la región Cajamarca, de acuerdo a los indicadores Ethos-Perú 2021.

Medio ambiente. Conocer el estado de la gestión con respecto al medio ambiente en empresas de construcción en la región Cajamarca, de acuerdo a los indicadores Ethos-Perú 2021.

Proveedores. Conocer el estado de la gestión con respecto a los proveedores en empresas de construcción en la región Cajamarca, de acuerdo a los indicadores Ethos-Perú 2021.

Consumidores y clientes. Conocer el estado de la gestión con respecto a los consumidores y clientes en empresas de construcción en la región Cajamarca, de acuerdo a los indicadores Ethos-Perú 2021.

Comunidad. Conocer el estado de la gestión con respecto a la comunidad en empresas de construcción en la región Cajamarca, de acuerdo a los indicadores Ethos-Perú 2021.

Gobierno y sociedad. Conocer el estado de la gestión con respecto al gobierno y sociedad en empresas de construcción en la región Cajamarca, de acuerdo a los indicadores Ethos-Perú 2021.

1.4. Justificación de la Investigación

La tendencia mundial del consumidor consciente y ecológicamente amigable con el medio ambiente, ha contribuido a replantear la estrategia de las organizaciones con la finalidad de mantenerse competitivos y sostenibles en el tiempo. En este sentido, los temas ambientales y de carácter social son una acción necesaria y lógica en el proceso de transformación e identificación de las debilidades y oportunidades que tienen con sus stakeholders, con el fin de maximizar el estado de sus resultados tanto en lo social, como ambiental y económico. Es por ello que se hace imperante la necesidad de las organizaciones el diagnosticar y conocer el estado de su gestión en temas sociales y ambientales, para garantizar su utilidad y confiabilidad. Es así que la tendencia global conlleva usar reportes como el Global Report Initiative - GRI y el reporte de la Fundación Ethos; cuyos indicadores son reconocidos mundialmente (Vives & Peinado-Vara, 2011).

La presente investigación se estructura y aplica como precedente para futuras investigaciones y para conocer el estado de la gestión de responsabilidad social y desarrollo sostenible aplicado por las empresas del sector construcción en Cajamarca, aplicando los indicadores Ethos Perú 2021, indicadores adaptados de la Fundación Ethos a la realidad peruana.

1.5. Marco Conceptual

El sector construcción se orienta hacia la construcción sostenible basada en cuatro pilares fundamentales de desarrollo: (a) social, (b) ecológico, (c) económico, y (d) político, donde la responsabilidad social empresarial es el enfoque de la gestión que enmarca a estos

cuatro pilares. La construcción sostenible según (Alavedra, 1997), se dirige hacia una reducción de los impactos ambientales causados por los procesos de construcción.

En el Perú la Asociación Civil Perú 2021, brinda una herramienta estandarizada de gestión de Negocios Sustentables y Responsables, que tiene como objetivo la utilización de un único patrón de indicadores de RSE. Estos indicadores fueron adaptados a la realidad peruana en el año 2006 con la participación de empresas reconocidas a nivel nacional e internacional, tomando como base los indicadores de la Fundación Ethos, permitiendo a las empresas emprender un proceso de autoaprendizaje, sensibilización, evaluación y seguimiento en el camino de incorporar la responsabilidad social en el planeamiento estratégico, monitoreo y desempeño general de su gestión empresarial (Perú 2021, 2015).

Según Carpio (2012), los indicadores Ethos Perú 2021, “son una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de responsabilidad social empresarial, diseñados para colaborar con las empresas en el desarrollo de sus políticas y en la planificación estratégica de sus acciones de responsabilidad social”. Según (Vives & Peinado-Vara, 2011), estos indicadores son considerados confiables en los resultados y sencillos de aplicar para diagnosticar o conocer el estado de la gestión de RSE en las organizaciones, esto nos permitirá saber si el estado de la gestión de responsabilidad social y desarrollo sostenible por las empresas del sector construcción satisfacen la necesidad del mercado en Cajamarca; siendo un marco referencial para poder brindar sugerencias y recomendaciones sobre los resultados obtenidos.

1.6. Preguntas de la Investigación

La pregunta que busca responder la presente investigación es ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015?

Para dicho fin se analizarán siete temas específicos, que permitirá conocer exactamente donde podemos mejorar y potenciar nuestras estrategias de RSE:

- ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015, respecto a Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo?
- ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015, respecto a Público Interno?
- ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015, respecto a Medio Ambiente?
- ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015, respecto a Proveedores?
- ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015, respecto a Consumidores y clientes?
- ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015, respecto a Comunidad?
- ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015, respecto a Gobierno y Sociedad?

1.7. Limitaciones

Esta investigación busca conocer el estado de la gestión con enfoque en responsabilidad social empresarial en el sector construcción en Cajamarca, encontrando las siguientes limitaciones: (a) empresas reacias a brindar información, (b) la aplicación del cuestionario Ethos Perú 2021 abarca diversos aspectos de la gestión empresarial, ante ello

existe la probabilidad que el encuestado desconozca a detalle cada uno de ellos, basando su respuesta en una apreciación personal, (c) tiempo limitado de los ejecutivos para brindar la información y contestar el cuestionario, y (d) al ser la herramienta de medición un cuestionario on-line, la probabilidad de que la pregunta sea mal interpretada es alta.

1.8. Delimitaciones

Las delimitaciones del estudio se centran en empresas relacionadas al sector construcción en Cajamarca, restringiendo a estas empresas a ciertos criterios de rigurosidad, tales como: (a) ser una empresa formal e inscrita en SUNAT, (b) haber facturado y declarado en el último año 10 millones de soles, (c) tener en planilla de personal mínimo a 10 colaboradores, y (d) que las personas seleccionadas para aplicar el cuestionario tengan un cargo mínimo de jefatura dentro de la organización.

1.9. Enfoque y Diseño de la Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional o transversal. Al recolectar información de las empresas seleccionadas del sector construcción en Cajamarca a través de los cuestionarios sobre cada una de los siete temas de los indicadores Ethos Perú 2021 y reportar lo que arrojan dichos datos, se tiene un alcance descriptivo. Según Hernández, Baptista y Fernández (2010), en este proceso de investigación cuantitativa no experimental no se manipulan deliberadamente las variables, lo que se hace es observar fenómenos en su contexto natural para posteriormente ser analizados. Es transeccional porque solo se recolectan los datos en un solo momento y en un tiempo único.

1.10. Resumen del Capítulo

El presente capítulo da a conocer la evolución que tiene la RSE en el Perú, como es que las empresas a través de su gestión deben lograr establecer vínculos que muestren responsabilidad con sus grupos de interés, teniendo como pilares los aspectos sociales,

económicos, políticos y medio ambientales. La tendencia mundial actual del consumidor ha contribuido a replantear la estrategia de las organizaciones con la finalidad de mantenerse competitivos y sostenibles en el tiempo. En este sentido, los temas ambientales y de carácter social son una acción necesaria y lógica en el proceso de transformación e identificación de las debilidades y oportunidades. Dichas prácticas hoy en día no son ajenas a nuestro país y ya se están replicando en algunos sectores, tal es así que por ejemplo en el sector construcción a través de una gestión adecuada se desea llegar hacia una construcción sostenible, teniendo como objetivo principal generar el menor impacto posible a nuestro medio ambiente.

El objetivo de nuestro estudio es el de conocer el estado de la gestión con enfoque en responsabilidad social empresarial en el sector construcción en la Región Cajamarca en el año 2015, utilizando los indicadores Ethos Perú 2021, planteando en la misma las limitantes y delimitaciones con las que contamos, para ello utilizaremos un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional o transversal, el cual se ajusta a este tipo de investigación ya que se recolectará información y se reportará lo que arrojan dichos datos, no se manipulan deliberadamente las variables, se observará el fenómeno en su contexto natural para posteriormente ser analizado y se recolectarán los datos en un solo momento.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

En este capítulo, se revisará literatura relacionada a la Responsabilidad Social Empresarial - RSE, conceptos básicos utilizados y aceptados mundialmente, estándares globales, pros y contras de la RSE, focalizando el tema en el sector construcción y la aplicación de Ethos Perú 2021, como herramienta de diagnóstico y conocimiento del estado de la gestión con enfoque en RSE en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015.

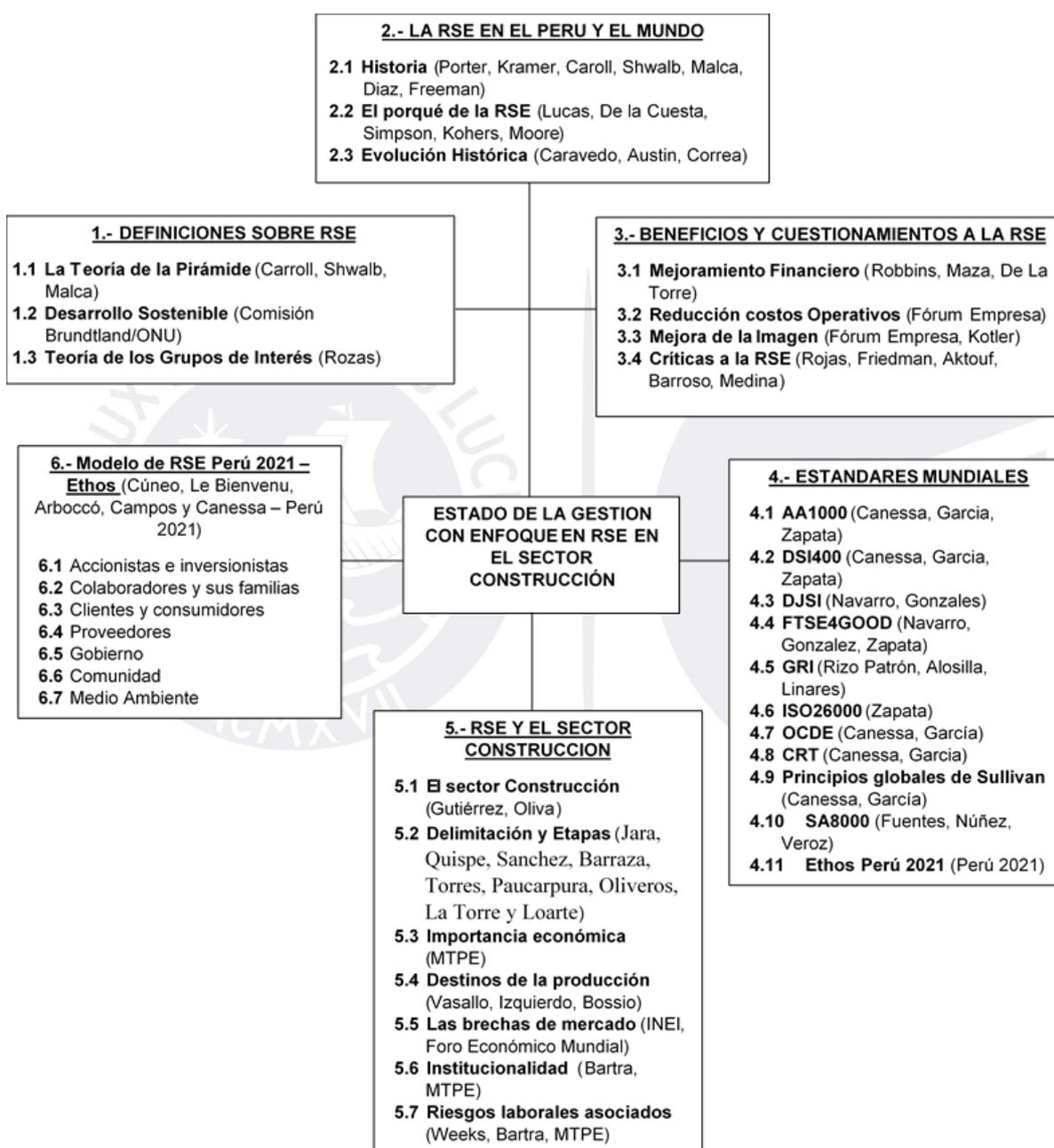


Figura 1. Mapping del estado de la gestión con enfoque de RSE en el sector construcción.

2.1. Definiciones sobre Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social como concepto no es nueva. Bowen (1953) sugirió que se debe tomar en cuenta el impacto social de las decisiones que toman las empresas, a partir de este aporte se observa que la responsabilidad social atraviesa por su primera etapa filosófica en los años 60's, seguida de una etapa de especificación de responsabilidades de la empresa y trasladando el discurso filosófico a la gestión empresarial en los años 70's. La tercera etapa integra el discurso social responsable a la dirección estratégica a través de la teoría de los stakeholders en los años 80's, y finalmente se pasa de ver a la Responsabilidad Social Empresarial – RSE, como fenómeno aislado de la empresa a considerarla transversal dentro de las diferentes áreas de la empresa. Drucker (1996) afirmó que es responsabilidad de cada empresa el efecto que tenga en sus empleados, el entorno, sus clientes y en cualquier cosa o persona que toque la decisión tomada por la organización.

2.1.1. La teoría de la pirámide

Carrol (1991) planteó cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas cada una como cuatro niveles de una pirámide, siendo cada responsabilidad la base o inicio de la otra: (a) económicas, (b) legales, (c) éticas, y (d) filantrópicas.

Responsabilidades económicas. Son la base de la pirámide y son entendidas como la ganancia aceptable que obtiene la empresa por la producción de bienes o servicios que desean o quieren los consumidores.

Responsabilidades legales. Relacionado con el cumplimiento de la ley y de las regulaciones del estado, y las reglas básicas que rigen las operaciones del negocio.

Responsabilidades éticas. Referido a hacer lo correcto, justo y razonable, evitando o minimizando el daño a los grupos con los que se relaciona la empresa. Implica el respetar aquellas prácticas y actividades que la sociedad y sus miembros rechazan, aunque estas sean permitidas y legales por la ley.

Responsabilidades filantrópicas. Relacionado a aquellas actividades o programas corporativos que promueven el bienestar social y la mejora de la calidad de vida de la población.

En la Figura 2, se muestra gráficamente la teoría de la pirámide, donde se aprecia que la RSE implica que la empresa obtiene ganancias del producto o servicio que ofrece obedeciendo la ley, siendo éticos en sus acciones y comportándose como un buen ciudadano corporativo (Schwalb & Malca, 2004).



Figura 2. Teoría de la pirámide o pirámide de Carroll.
Tomado de "El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y el Mundo," por G. Canessa y E. García, 2005, p. 17, Lima, Perú: Siklos.

2.1.2. Desarrollo sostenible

La Comisión Brundtland/ONU, plantea que el desarrollo sostenible es aquel desarrollo que permite satisfacer las necesidades de la generación de hoy, sin perjudicar a las generaciones futuras de poder satisfacer sus necesidades. Esta definición es mundialmente aceptada e implica el desarrollo equilibrado de tres dimensiones: (a) económica, (b) ambiental, y (c) social, tal como se aprecia en la Figura 3.

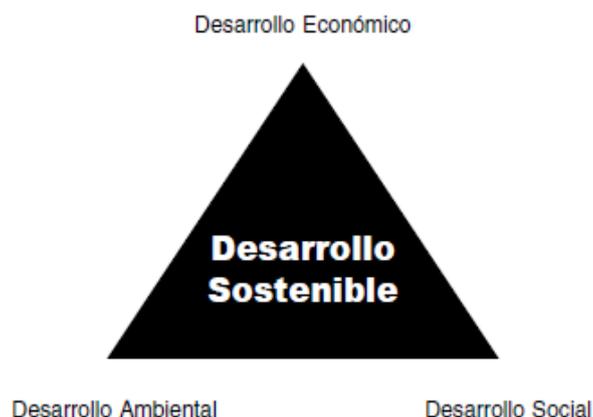


Figura 3. Desarrollo sostenible.

Tomado de “El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y el Mundo,” por G. Canessa y E. García, 2005, p. 15, Lima, Perú: Siklos.

Dimensión económica. Esta dimensión no sólo se basa en la información financiera de la organización o empresa, sino que va más allá e incluye factores como: (a) los salarios y beneficios sociales del personal, (b) la productividad laboral, (c) creación de empleo para la sociedad, (d) gastos incurridos en investigación y desarrollo, (e) gastos en capacitaciones del personal, entre otros.

Dimensión ambiental. Esta dimensión involucra los impactos de los productos, procesos y servicios que ofrece la organización frente al medioambiente: (a) agua, (b) aire, (c) tierra, (d) biodiversidad, y (e) salud humana.

Dimensión social. Esta dimensión incluye: (a) seguridad y salud en el área de trabajo, (b) rotación de personal, (c) derechos laborales del personal, (d) derechos humanos, (e) salarios y condiciones laborales del personal que labora en empresas que brindan servicios tercerizados, y (f) la relación de la organización con su comunidad.

2.1.3. La teoría de los grupos de interés o stakeholders

Según Rozas (2009), los grupos de interés o stakeholders estaban constituidos por todas aquellas personas o grupos de personas que son afectadas de algún modo por las acciones o decisiones que ejecuta la organización y ante quienes debe responder. Es por ello que los directivos deben alinear procesos y objetivos que no se contrapongan con los de estos

grupos de interés. Es decir, encontrar la manera de que los principales grupos de interés: (a) propietarios, (b) empleados, (c) clientes y proveedores, (d) comunidades locales y gobierno, y (e) la sociedad en general, independientemente del sector al que pertenezca la empresa, logren sus objetivos, sin afectar los objetivos del otro.

2.2. La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y el Mundo

2.2.1. Historia de la responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial - RSE se comenzó a estudiar y desarrollar formalmente en el siglo XX (Schwalb & Malca, 2008). Previamente se entendía por RSE a las tareas de filantropía y conceptualmente fue manejado con carácter filosófico sin gestión de por medio, en lugar de ser considerado como parte estratégica de las empresas como lo es hoy en día. Específicamente a mitad de siglo comenzó a aparecer literatura entorno a la RSE, en donde se introduce la idea de que las empresas deberían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones (Bowen, 1953), pero recién en los años 60 y 70 el concepto se fue expandiendo (Carroll, 1999). Se comenzó a desarrollar estudios, organizar seminarios y difundir en forma general la responsabilidad social, conjuntamente con el consumidor en su calidad de ciudadano empezó a exigir transparencia a las empresas en su forma de operar y actuar.

Se comenzó a forjar el concepto de contrato social que señalaba nuevas demandas de la sociedad hacia las empresas, lo cual mostraba un vínculo de responsabilidad de las empresas y por otro lado exigencias sociales por este vínculo (Anshen, 1970). La teoría de Friedman (1970) respaldaba que la única responsabilidad de la empresa debía centrarse en garantizar el retorno de la inversión al accionista y que destinar recursos para cualquier otra causa constituía un acto irresponsable de los encargados del negocio, empezó a ser desplazada por la idea que la empresa tenía responsabilidad por otros. Según Freeman (1990),

un stakeholder puede ser cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa.

Este es el punto de partida para que las empresas comenzaran a tener mayor responsabilidad sobre todo lo que las rodea, puesto que se reconoce que no son simplemente manejadas sobre la base de los intereses de los accionistas, sino que también existe un rango entre personas y entidades que tienen también interés legítimo en la empresa (Díaz, Filomeno, & Rizo-Patron, 2007). En 1983, se habla sobre el concepto de desarrollo sostenible considerado como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades, introducido por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, creado por la Asamblea General de las Naciones Unidas. En esta década se empieza a acuñar el término sostenibilidad y a pensar que la base de la competitividad empresarial y desarrollo sostenible no puede tener lugar sin pensar a la vez en el aspecto económico, social y ambiental (Schwalb & Malca, 2004).

En los años 90 el concepto de RSE se fue fortaleciendo aún más dejando en claro 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 (Drucker, 1996). Carroll (1991) planteó que existen cuatro responsabilidades de las empresas que forman una pirámide puesto que cada una sirve como cimiento a la siguiente, estos cuatro niveles de responsabilidades definidos fueron: (a) económicas, referidas a la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan; (b) legales, que tiene que ver con el cumplimiento de la ley, regulaciones y reglas básicas con los cuales los negocios deben operar; (c) éticas, en relación a hacer lo correcto, justo y razonable así como minimizar el impacto en todos los grupos con los cuales se relacione la empresa y; (d) filantrópicas,

referida a aquellas acciones corporativas que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa.

Desde 1994 en el Perú existe la asociación civil Perú 2021 sin fines de lucro, creada por un grupo de empresarios peruanos comprometidos con el país, con la misión de contribuir con el desarrollo nacional mediante el logro de una visión compartida de largo plazo, donde la empresa se convierta en un motor de desarrollo incorporando la responsabilidad social como una herramienta fundamental de su gestión para lograr el desarrollo sostenible. Según Perú 2021 la responsabilidad social empresarial es una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los grupos de interés que están alrededor de la empresa, como: (a) accionistas, (b) colaboradores y sus familias, (c) comunidad, (d) clientes, (e) proveedores, (f) medio ambiente y, (g) gobierno.

En 1998 se funda en Brasil el Instituto ETHOS de responsabilidad social con compañías asociadas interesadas en desarrollar actividades para movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a administrar sus negocios de forma socialmente responsable como parte de su filosofía organizacional. Luego en el 2006, la asociación Perú 2021 adopta los indicadores ETHOS a la realidad peruana como una herramienta de autoaprendizaje, sensibilización, evaluación y seguimiento de la gestión de las empresas en el camino de incorporar la responsabilidad social en el plan estratégico de las empresas en el Perú.

En el año 2000 la Organización de las Naciones Unidas lanza la iniciativa del Pacto Global mediante el cual insta a las empresas a que se comprometan a cumplir nueve principios fundamentales de desarrollo sostenible, pero los escándalos financieros de inicios de siglo XXI como el sonado caso ENRON entre otros hacen que en el 2004 se incluyera un décimo principio referido a la erradicación de la corrupción. En el mismo lineamiento se define las metas del milenio ese mismo año con el objetivo de combatir algunos males

sociales como: (a) la pobreza, (b) el hambre, (c) las enfermedades, (d) el analfabetismo, (e) el daño al medio ambiente y, (f) la discriminación contra la mujer.

La Guía de Sostenibilidad (GRI), busca preparar y publicar los reportes estandarizados en materia económica, social y ambiental para que sean aceptados mundialmente al igual que los reportes financieros. Por último, desde ese mismo año el Comité de Consumidores de la International Standards Organization (ISO) se reunió con el fin de lanzar a discusión el desarrollo de una nueva ISO que cubra todos los aspectos de responsabilidad social empresarial la cual fue publicada y puesta en vigencia a partir de noviembre del 2010 con el nombre de ISO 26000. Mientras tanto Porter & Kramer (2003) determinaron que es a través de una estrategia en RSE que una compañía puede lograr el más significativo impacto social y cosechar los mayores beneficios comerciales, con lo cual se concluye el paso de la RSE de una etapa filantrópica y filosófica a través de unas cuantas décadas, a ser parte de la estrategia de las empresas para mejorar su competitividad.

2.2.2. El porqué de la responsabilidad social empresarial

De la Cuesta (2004) manifestó que la responsabilidad social empresarial en los últimos años despierta un enorme interés en el sector empresarial, escuelas de negocios, inversionistas y gobierno. Ya en los años noventa van apareciendo iniciativas empresariales de incorporar códigos y normas que encaminan a las empresas a ser más éticas, sostenibles y respetuosas con la sociedad y el medio ambiente; siendo la mayoría de estas iniciativas de carácter voluntario y que tienen como fin animar a las empresas a desarrollar estrategias empresariales con visión moral, económica y social. Conseguir que estas demandas sociales se traduzcan en buenas prácticas de gestión que produzcan beneficios a todos los involucrados, gracias a la contribución de los diferentes agentes sociales e instituciones con gestión de aspectos ligados a la RSE.

Una cuestión moral. De la Cuesta (2004) evidenció que las empresas tienen un papel social dentro de la sociedad a la que reclaman no sólo la ética individual de las personas que componen la organización sino al ente en sí. Se trata de individuos o grupos de individuos que desean y reclaman un comportamiento responsable de la empresa, primando el interés colectivo sobre el individual, exigiendo a las empresas un comportamiento más respetuoso con la sociedad, con la naturaleza y en especial con los grupos de interés con menor poder de negociación. El argumento a favor de la RSE es un argumento moral que no analiza beneficios económicos al asumir estas estrategias de gestión, ya que el abaratar costes no justifica contratar o subcontratar servicios o productos hechos por menores de edad en condiciones casi de explotación, deforestar la selva tropical, malgastar recursos naturales escasos o contaminar el medioambiente poniendo en peligro la salud y la vida humana, imponiendo reglas de juego en beneficios de unos pocos grupos de poder, aduciendo que es necesario realizarlo para beneficiar a la sociedad.

Una cuestión de negocios. De la Cuesta (2004) argumentó a favor de la RSE en base al supuesto que esta estrategia genera vínculos existentes o potenciales entre la empresa, sus stakeholders y los resultados económicos. Bajo este argumento no se hace necesario regular ni introducir mecanismos que obliguen a las empresas a ser respetuosas con su medio social y natural del desarrollo de sus actividades, ya que son cada día más los inversores que reclaman información no financiera para participar dentro de un negocio. Simpson y Kohers (2002) manifestaron que los buenos resultados sociales y medioambientales, otorgan un beneficio en la cuenta de resultados aumentando el valor económico de la empresa, reduciendo el riesgo (Moore, 2001), atrayendo y reteniendo empleados motivados (Backhaus, Stone, & Heiner, 2002) e incrementando la lealtad del consumidor y mejorando la imagen o reputación corporativa de la empresa (Maignan, Ferrel, & Hult, 1999), obteniendo acceso al volumen de fondos de inversiones socialmente responsables, ganando en eficacia por la mejor gestión de

costes, y siendo más competitiva en licitaciones donde los países tienen legislación al respecto.

Una cuestión económica. Desde una perspectiva macroeconómica, los criterios de RSE contribuyen al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta y los inversores son conscientes de ello, así como de la importancia de los aspectos medioambientales, la calidad en la educación, la formación y la investigación y desarrollo. Según Lucas (1998), los retornos sociales al largo plazo de contar con mano de obra calificada y preparada oscilan entre 1,6 y 1,7 veces los retornos privados alcanzados por una empresa con políticas adecuadas de formación. El buen gobierno corporativo realiza gestiones que salvaguardan los intereses de los inversionistas y propietarios de las compañías y estos a su vez han desarrollado instrumentos como la elaboración de directrices y políticas que deben tomarse en cuenta a la hora de realizar votaciones sobre aspectos particulares, redacción de informes y publicación de resultados con la finalidad de reenviarlos a las demás empresas de la cartera de inversión, aprobando o desaprobandando acciones que alguna de ellas haya tomado en detrimento de las otras, para finalmente poder calificar a cada uno de las empresas de la cartera, de acuerdo a los criterios inicialmente redactados.

Una cuestión social. Un debate sobre la RSE es si las empresas se deben autorregular y voluntariamente adoptar posturas enfocadas en RSE o si estas deben tener un mínimo de reglamentación; lo cierto es que paulatinamente se está pasando de un enfoque voluntario a uno reglamentista, en el que se den las pautas mínimas necesarias para incentivar y premiar o castigar a las empresas que sean socialmente responsables.

2.2.3. Evolución histórica de la responsabilidad social empresarial

En las últimas décadas del siglo pasado el término Responsabilidad Social Empresarial - RSE, fue ampliamente debatido en los diferentes ámbitos empresariales y académicos a nivel mundial. Este término se utiliza cada vez más cada año y esta

relacionando con temas de derechos humanos, laborales y corrupción, siendo utilizado bajo dos aspectos muy diferentes, describir lo que está haciendo y describir lo que debería hacer una empresa, dicho en otras palabras, un enfoque descriptivo y uno normativo; pero para poder entender mejor este concepto, los adentraremos a la evolución histórica del mismo (Correa, 2007).

Fase inicial. Durante el siglo XIX e inicios del siglo XX no existe la responsabilidad social empresarial como tal, ya que en ese entonces las instituciones u organizaciones eran quienes planteaban soluciones a temas sociales.

Primera fase. Durante la primera mitad del siglo XX las empresas sienten la necesidad de ayudar a la sociedad a través de actividades filantrópicas muy puntuales.

Segunda fase. Durante la segunda mitad del siglo XX la sociedad toma conciencia sobre la capacidad que tienen las empresas para intervenir y solucionar problemas sociales, al reconocer que sus actividades ocasionan daños en el entorno donde se desenvuelven. Es aquí cuando el Estado interviene imponiendo normas que salvaguardan los intereses públicos y los recursos naturales de la sociedad.

Tercera fase. En la década de 1960 las organizaciones, instituciones y el Gobierno buscan soluciones para encarar el cambio social, caracterizándose por la mezcla de obligaciones y normas dictadas por el Estado, de tal forma que la interrelación es influenciada e incluso impuesta por otros grupos sociales. Para Austin (2005) esta relación evolucionó en tres etapas: (a) cambios de la sociedad, referido a los valores sociales adoptados que implican una nueva forma de ver el orden social existente y por consiguiente nuevas exigencias sociales a las organizaciones, (b) cambios en la relación organización/sociedad, referido a la concentración de poder en unas pocas organizaciones, lo que implica mayor poder de ellas y menor capacidad de gestionar nuevas formas de operar en la sociedad, y (c) cambios internos en la organización, referido a la creciente diversificación

de propiedades que tienen las empresas, haciendo que las decisiones empresariales sean tomadas con mayor cautela e incluso se considere el uso de arbitrajes.

Para Caravedo (2004), la caridad es la relación de la acción de proyección social con la sociedad, más no la acción de la empresa con la sociedad. Ya en 1950 el Gobierno de los Estados Unidos implementa mecanismos tributarios para incentivar las contribuciones caritativas, siendo en la década de los 60 que se plantea la idea de Responsabilidad Social Empresarial y es que durante la segunda mitad del siglo XX se gesta la sensibilidad social frente a los temas éticos en los negocios. La globalización, la liberación del comercio y sus reformas regulatorias son las que han determinado la evolución de la RSE, teniendo como entes reguladores el desarrollo ambiental sostenible y los códigos del buen gobierno corporativo, en donde la competitividad es un factor clave para la supervivencia de las organizaciones.

2.3. Beneficios y cuestionamientos a la responsabilidad social empresarial

Para Fórum Empresa, podemos agrupar los beneficios de la RSE en 3 grandes ventajas: (a) mejoramiento del desempeño financiero, (b) la reducción de los costos operativos, y (c) la mejora de la imagen de la marca y reputación de la empresa; sin embargo, no todos comparten estos criterios y existen cuestionamientos o críticas a la RSE.

2.3.1. El mejoramiento del desempeño financiero

Este es uno de los puntos que causa mayor discusión entre empresarios y académicos, por ello se han encargado numerosos estudios para determinar la relación entre la responsabilidad social y el desempeño financiero de las empresas. La universidad De Paul, del estado de Illinois en Estados Unidos, realizó un estudio en 1997, demostrando que empresas con compromisos éticos, tenían un mejor desempeño financiero frente a las que no lo tenían, tomando como referencia las ventas y los ingresos anuales. En 1999 la Business and Society Review, publicó un estudio donde 300 empresas que hicieron público su

compromiso social y ético y sobre todo lo asumieron, mostraron un desempeño tres veces superior frente a las que no lo hicieron.

La Universidad de Harvard descubrió que las empresas con acciones repartidas entre empleados y accionistas, mostraron un crecimiento cuatro veces mayor financieramente y una tasa de crecimiento de empleabilidad ocho veces mayor frente a las enfocadas solo en accionistas. El índice Dow Jones Sustainability Group muestra que las compañías con enfoque sostenible económico y gran respeto a lo ambiental y ético, superan a otras compañías del mercado de valores. La Social Investment Forum indicó que el índice Domini Social 400, que sigue los movimientos de acciones de 400 empresas que cumplen con ciertos criterios sociales, superó desde 1990 hasta 1999 al Standard & Poors (Robbins, 1996).

Otro aspecto a tener en cuenta es la administración de intangibles, ya que las empresas tienen un valor de mercado más alto que su valor en libros, debido a la importancia de los activos intangibles de las organizaciones. El valor en libros de una empresa que cotizaba en la Bolsa de Valores de Nueva York, era casi el mismo que su valor en libros hasta el año 1990, para el año 2002, esta relación es de tres a uno según la Reserva Federal de Estados Unidos, esto significa que, de cada nueve dólares de una acción, seis dólares son atribuidos a los activos intangibles de la empresa (Alonso-Almeida et al., 2012). En este sentido, las empresas pueden generar valor mediante la administración eficaz de sus activos intangibles, gracias a la responsabilidad social.

2.3.2. La reducción de costos operativos

Las empresas deben considerar que actualmente las iniciativas y/o estrategias que se generen pueden tener un enfoque en RSE y generar de ese modo una ventaja competitiva, puede estar orientado a reducir costos, gastos e improductividad. Un claro ejemplo de esta propuesta son las iniciativas que las empresas han seguido para reducir el efecto invernadero, ello trae como consecuencia un incremento en eficiencia energética, pero al mismo tiempo se

ha generado una reducción del gasto. Así mismo en las campañas de reciclaje y optimización en el uso de recursos, los mismos que permiten contribuir con objetivos medioambientales y a su vez generan ahorro e incluso nuevos ingresos con la venta de materiales reciclados.

Lo expuesto por Forum Empresa, nos puede indicar que los costos se reducen en planta, materiales y otros sin embargo el recurso humano también se ve involucrado en este proceso, se generan políticas sociales atractivas para los colaboradores, lo cual permite tener un personal motivado y recurso humano calificado con intención de formar parte de estos equipos de trabajo. Sobre este esquema de trabajo, existe una reducción de ausentismos y un claro rendimiento e incremento de la producción, esto a su vez conlleva a una reducción de costo en proceso de nuevas contrataciones y capacitación de personal nuevo.

Existen casos concretos de éxito en reducción de costos, ello como consecuencia de las políticas medioambientales en prevención de contaminación y optimización en el uso de recursos, la Dow Chemical Co. y la National Resource Defense Council - NRDC se asociaron para un proyecto de tres años que tiene como objetivo, la reducción de la producción de 26 químicos tóxicos a tan solo uno, en una de las plantas de Dow Chemical. La inversión de 3.1 millones de dólares le está ahorrando a la empresa 5.4 millones al año y, para muchos de sus negocios, se ha incrementado la calidad de los productos y la capacidad de producción. Esta empresa química planea replicar este proyecto en una planta petroquímica mayor.

2.3.3. Mejora de la imagen de marca y de la reputación de la empresa

La RSE se ha convertido en los últimos años en un punto de suma importancia a considerar por grandes compañías al momento de generar sus objetivos estratégicos, sin duda esto se replica en empresas con deseos de crecimiento, este proceso de conciencia que se está generando indudablemente es interiorizado por los consumidores que son atraídos por marcas y compañías que tengan sustentado su crecimiento en temas relacionados a la RSE. Si bien es cierto, esto aún no ha tomado la fuerza que se requiere para contribuir responsablemente con

la sociedad y medioambiente en general, se ha logrado construir un camino que está generando lineamientos claros para poder emprender futuras compañías y consumidores con exigencias de cumplimiento con la RSE. Como parte de este camino a seguir, los medios informativos juegan un papel muy importante, por ejemplo, la revista Fortune ha incluido dentro de los criterios para determinar las empresas más destacadas según su encuesta anual, el factor de responsabilidad social; este criterio acompaña a otros dos aspectos importantes de la medición, solidez financiera y calidad en administración.

Por otro lado, las empresas utilizan sus medidas de RSE como medio para reforzar su posicionamiento de marca, un ejemplo de ello es lo que se vive actualmente en EEUU, en donde los consumidores gastan 110 mil millones de dólares en productos que se identifican como “socialmente o ambientalmente progresivos”. De la misma manera estas empresas están abriendo un campo beneficioso con instituciones financieras y aseguradoras, de acuerdo al informe del Aspen Institute, en el que se indica un mejor posicionamiento de las empresas con objetivos estratégicos alineados a RSE. Definitivamente la buena imagen y consolidación de la marca, generan un mejor posicionamiento de las empresas en la mente de los consumidores, quienes reconocen y valoran el compromiso de las compañías con la comunidad y el medioambiente, generando lazos de confianza y apoyo, sobre todo esto se refleja en épocas de crisis, conflictos y poder de elección para que una empresa mantenga su permanencia en el mercado (Fórum Empresa, 2002).

Es claro que esta tendencia se da con mayor fuerza en países desarrollados, sin embargo, son modelos que se replican con posterioridad en el mundo, los consumidores pueden castigar a las empresas que no cumplen con medidas socialmente responsables, generando grandes pérdidas e incluso su eliminación. Es importante que en las medidas de generación de valor que se busca impactar en los clientes, exista una clara diferenciación no solo en lo que se ofrece, si no en el proceso de generación del mismo. No podemos dejar de

mencionar un factor importante para dar a conocer una empresa y su actividad, el marketing permite impactar en el consumidor, es por ello que debe existir estrategias de marketing socialmente responsable, uno de los más reconocidos estudiosos del marketing, definió el marketing social como: un proceso en el cual una empresa adopta sus decisiones de marketing con un triple objetivo: (a) su interés empresarial, (b) la satisfacción del consumidor, y (c) el bienestar a largo plazo de éste y de la sociedad en su conjunto (Kotler, 1991).

2.3.4. Críticas a la responsabilidad social empresarial

La RSE contribuye a construir un mejor ambiente social, respetando normas de convivencia entre sociedad y empresa, sin embargo, como en todo ámbito existen aspectos críticos que deben ser expuestos de la misma manera que se manifiestan las ventajas. Una de las principales críticas que se le hace a las políticas de RSE es que muchas veces se distorsiona el propósito de esta, para convertirse en un aspecto meramente publicitario, en el que las organizaciones hacen uso de ella únicamente para vender más, o que es utilizada para justificar negocios que tienen efectos negativos en el hombre, pero que a su vez generan algún beneficio social, tal es el caso de las compañías de cigarrillos que compran el tabaco a campesinos pobres, y de esa forma fundamentan su funcionamiento amparándose en la generación de empleos a personas que necesitan de ello, con estas políticas intentan contrarrestar el nocivo efecto de consumir este tipo de productos.

Por el lado de las finanzas, implementar medidas de RSE implica sacrificar ganancias y generar algunos puntos de inversión que hagan de la empresa una organización menos atractiva para nuevos inversionistas; se debe entender que como todo procedimiento se deben evaluar puntos a favor y puntos en contra. Existen críticos acerca de la implementación de RSE, entre ellos tenemos a Friedman, citado por (Medina, 2006) quien mencionó:

“La RSE no es otra cosa que aumentar los beneficios de la empresa tanto como se pueda, siempre y cuando se respeten las reglas del juego y se eviten el engaño y el fraude. Sin embargo, esto constituye una visión meramente legalista que impide a la empresa ir más allá en su compromiso voluntario con el mejoramiento social y medioambiental, como si se aceptara que lo legal es lo justo”

Por otro lado, existen escépticos como (Rojas, Zali, Turcotte, & Kooli, 2006) quienes opinaron:

“Existen quienes discuten que la RSE sólo es una forma para servir a nichos de mercado, pero incrementando la producción y los costos de mercadeo, siendo imposible para las empresas crear una ventaja competitiva sostenible”.

Aktouf, citado por (Barroso, 2008b), llamó a este enfoque ganancia máxima en el que se invierte poco en el personal, no se desarrollan los productos o servicios, no se promueve el cuidado ambiental y tampoco se realizan acciones de vinculación con la comunidad, ya que para obtener ganancia máxima es necesario bajar al mínimo posible los costos. Entonces, el trabajador se convierte en un “enemigo” para la empresa ya que, para capacitarlo, procurar su desarrollo integral y una mejor calidad de vida, es necesario invertir en él, lo que incrementa los costos de la organización y se reduce la ganancia esperada.

2.4. Estándares Mundiales

Existen diversos estándares que están fundamentados en guías, principios, rangos de código y modelos que fueron diseñados con la finalidad de guiar el comportamiento de las empresas, los mismos que pueden ser utilizados por diferentes instituciones gubernamentales o no gubernamentales, agrupaciones de empresas o entidades de otros tipos. A continuación, se hace un breve resumen de los estándares más conocidos:

2.4.1. AA 1000

Este estándar AA (AccountAbility) 1000 tuvo sus inicios en el año 1999 a través del Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA), la finalidad de este lanzamiento tuvo origen en la necesidad de mejorar la gestión de responsabilidad social en las organizaciones a través del compromiso y diálogo con las partes intervinientes. Este estándar es reconocido por ser uno de los pioneros en permitir medir el comportamiento ético de las empresas. Cabe mencionar que el AA1000 incluye medidas que permiten desarrollar el control de la contabilidad, auditoría y los informes sociales y éticos de las organizaciones. (Canessa & García, 2005).

2.4.2. Domini 400 Social Index (DSI 400)

Este estándar fue creado en 1990 por la KDL, una de las más importantes firmas de inversión socialmente responsable del mundo. El interés principal que predomina en las directivas de este estándar es lograr influir de manera adecuada en el comportamiento de las organizaciones y así lograr una sociedad más justa y sostenible. Dentro de los procesos de selección que consideraron para elegir a las empresas que la conforman, incluyen aspectos sociales relevantes acorde con sus objetivos, ello implica que no aceptan organizaciones relacionadas al tabaco, alcohol, juego, armas ni generación de energía nuclear. (Canessa & García, 2005).

2.4.3. Dow Jones Sustainability Index (DJSI)

Elaborado por Dows Jones STOXX y SAM, ambas empresas proveedoras de índices y de investigación en sostenibilidad. Este índice está conformado por un índice global, tres regionales y uno de país, cada uno de ellos desprende índices adicionales con una clasificación diferenciada hasta completar finalmente 25 índices especializados. Las empresas que forman parte de este índice son previamente analizadas sobre la base de una serie de factores, entre los que destacan factores sociales y medioambientales. Es el primer grupo de

índices que permiten evaluar el desempeño de eficiencia financiera de aquellas compañías catalogadas como líderes en sostenibilidad. (Navarro & González, 2006).

2.4.4. FTSE4Good

Es un índice elaborado por FTSE (Financial Times Stocks Exchange), para generar fondos de la infancia de la ONU. Contiene cuatro índices negociables y cuatro índices para benchmark, este último referido a los 4 ambientes geográficos diferenciados tales como: (a) el británico, (b) el europeo, (c) estadounidense, y (d) mundial. (Navarro & González, 2006).

2.4.5. Iniciativa de Reporte Global (GRI)

Esta herramienta es considerada una guía para la elaboración de Memorias de sostenibilidad, que permite a las organizaciones mantener una comunicación adecuada de las prácticas de responsabilidad social, ello se puede lograr mediante los 79 indicadores formulados que contemplan aspectos económicos, sociales y ambientales. Este reporte incluye las etapas a seguir, las mismas que son un formato de pre auditoría, la auditoría y la post auditoría. (Arias & Linares, 2008), desarrollaron las fases de la siguiente manera, tal como se aprecia en la Figura 4.



Figura 4. Fases del GRI.

Elaborado de “Desarrollo de un Reporte de Sostenibilidad basado en la Metodología del Global Reporting Initiative (GRI) aplicado a la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la PUCP,” por Y. Arias y M. Linares, 2008.

2.4.6. ISO 26000

Esta herramienta surge como iniciativa en 2002, cuya finalidad se centró en generar una discusión sobre el desarrollo de una ISO en Responsabilidad Social Empresarial, concluyendo en ella la necesidad de generar aproximaciones a lo que debería ser la responsabilidad social corporativa, incorporando a empresas pequeñas, medianas y grandes, de países desarrollados y en vías de desarrollo (Zapata, 2012).

2.4.7. Lineamientos para empresas multinacionales OCDE

Esta herramienta surge en el 2000, como producto de recomendaciones realizadas por los gobiernos a diferentes empresas multinacionales del sector bajo su influencia, siendo sus principios voluntarios y sus estándares no obligatorios legalmente. Los gobiernos adheridos a estos lineamientos incentivan a las organizaciones que tienen operaciones en sus territorios a observar estas pautas en cualquier lugar donde operen (Canessa & García, 2005).

2.4.8. Los principios de The Caux Round Table - CRT

El CRT es una institución que agrupa líderes empresariales de Europa, Japón y los Estados Unidos, que brinda diversos principios, los mismos que busca convertir en estándares para inducir al comportamiento ético de las organizaciones, los mismos que incluyen el impacto social de las operaciones de la empresa en la comunidad, el respeto de las leyes y la ética, el apoyo a acuerdos multilaterales que promuevan el libre comercio, el respeto por el medio ambiente, la prohibición de operaciones ilícitas y otras prácticas consideradas como inadecuadas o corruptas (Canessa & García, 2005).

2.4.9. Principios globales de Sullivan

En 1977, el reverendo León Sullivan desarrolló los llamados Principios Sullivan, los cuales comprenden un código de conducta que permite mantener la igualdad de oportunidades entre las personas que trabajaban para empresas que operan en Sudáfrica. Estos principios fueron conocidos por haber sido uno de los más notorios y eficaces ante la

lucha por la eliminación de la discriminación en Sudáfrica, si bien es cierto tomaron mucho tiempo para ser incluidos, tomaron fuerza en 1999, en la actualidad los firmantes de los Principios Globales de Sullivan se ofrecen a apoyar una variedad de iniciativas de la responsabilidad empresarial relativas a los derechos humanos, la igualdad de oportunidades, la ética comercial y la protección del ambiente (Acción Empresarial, 2003).

2.4.10. SA 8000

Esta norma nace con el objetivo de mejorar las condiciones laborales en diversos sectores empresariales del mundo. Los factores que intervienen en la certificación de la misma son: (a) sujeto activo o certificador, realiza un trabajo externo de comprobación, y (b) sujeto pasivo, es la organización que utiliza la mano de obra directa o indirecta (Fuentes, Nuñez, & Veroz, 2005).

2.4.11. Ethos Perú 2021

Los indicadores ETHOS-PERÚ 2021 de Responsabilidad Social Empresarial son una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de RSE. Estos indicadores fueron desarrollados con la finalidad de colaborar con la planificación de las empresas en cuanto a sus políticas e implementación de estrategias de responsabilidad social. Básicamente se habla de un instrumento de autoevaluación y aprendizaje de las organizaciones. Su elaboración se dio por la conformación de alianzas entre organizaciones latinoamericanas líderes en RSE, y bajo la supervisión técnica del Instituto Ethos; como un componente del PLARSE.

El objetivo de estos indicadores es manejar una única herramienta de medición y patrones de RSE para todos los países de América Latina que forman parte del PLARSE. Por ello han sido formulados de modo tal que contemplan:

Indicadores de profundidad. Contienen aspectos comunes a la gestión de RSE en el contexto latinoamericano.

Indicadores binarios y cuantitativos. Contienen aspectos particulares de cada país miembro del PLARSE.

2.5. Responsabilidad Social Empresarial y el Sector Construcción

Para Bartl (2014), el sector de la construcción es parte importante en nuestra sociedad, al contribuir tanto en la economía de los pueblos, como en el cambio climático y la sobreexplotación de los recursos naturales; problemas ambientales que afectan el mundo y la sociedad donde vivimos. El sector de la construcción y los habitantes que hacen uso de edificios para cobijarse son responsables de más del 30% de la demanda energética global y aproximadamente del 30% de las emisiones de CO₂ relacionadas con la energía; sin embargo, no solo el uso de energía y sus consecuentes emisiones son preocupantes, también lo es el consumo de agua, materia prima y la generación de residuos sólidos.

2.5.1. El sector construcción

El sector construcción es uno de los sectores más dinámicos de la economía de los países y el Perú no es ajeno a ello, pues las actividades generadas por este sector involucran a otras industrias relacionadas de manera directa o indirecta, tal es así, que se asocia el crecimiento del sector con el desarrollo de la economía de un país. Para Gutierrez y Oliva (2010), el sector de la construcción en el Perú es una de las actividades económicas más importantes del país; es así, que en los últimos años ha sido unidad de medida del bienestar económico nacional por su efecto multiplicador, en otras palabras, por cada puesto de trabajo en construcción se generan cuatro puestos de trabajo en otros sectores y por cada dólar invertido en remuneración para la construcción se generan pagos de tres dólares en sueldos en otros sectores.

Para Gutierrez y Oliva (2010), la principal diferencia del sector construcción con otras actividades es la dimensión y el costo del producto asociado, siendo este único cada vez, al igual que el contrato de construcción que también es considerado un producto resultante de la

fabricación de necesidades de un cliente. La actividad de la construcción involucra: (a) ingenieros y arquitectos para realizar el diseño, (b) fabricantes y distribuidores para los materiales y equipos a utilizar, (c) personal técnico que dirige el trabajo de campo, (d) personal técnico que realiza el trabajo de campo, y (e) supervisores encargados de revisar los planos y hacer cumplir los reglamentos, normas y tiempos de ejecución, entre otros. Es decir, que ya sea de manera directa o indirecta, la industria de la construcción genera miles de puestos de trabajo.

2.5.2. Delimitaciones y etapas del sector construcción

Para Jara et al. (2014), se entiende como sector construcción a aquel que comprende los siguientes CIIU, reportado en las cuentas nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI: (a) preparación del terreno (CIIU 4510), (b) construcción de edificios completos y de partes de edificios; obras de ingeniería civil (CIIU 4520), (c) acondicionamiento de edificios (CIIU 4530), (d) terminación de edificios (CIIU 4540), y (e) alquiler de equipo de construcción y demolición dotado de operarios (CIIU 4550). El sector construcción comprende básicamente dos actividades: las edificaciones o la construcción de edificios propiamente dichos y las obras civiles que involucran la ingeniería civil.

La Figura 5, presenta un diagrama básico de las etapas que involucra la realización de una obra de construcción: (a) la etapa de demanda, que implica la orientación hacia el cliente en cuanto a la captación y comercialización, (b) la etapa de idea y diseño, corresponde al desarrollo de la idea de proyecto y su posterior diseño, asignando recursos físicos, humanos y financieros a emplear para su realización, resaltando que esta etapa se puede tercerizar, (c) la etapa de gestión y ejecución de obra, es la que demanda más tiempo y mayor cantidad de mano de obra, y (d) la entrega de producto o servicio post venta, la cual está orientada al cliente final, que pueden ser: las familias, las empresas o el Estado, predominando la satisfacción del cliente mediante el servicio post venta propiamente dicho.



Figura 5. Flujo general de la actividad en construcción.

Tomado de “Estudio del Sector Construcción: Identificación de las ocupaciones demandadas a nivel nacional,” por D. Torres y C. Paucarpura, 2014, p. 15, Lima, Perú: Inversiones Globales Alfa & Omega.

2.5.3. Importancia económica del sector construcción

Para el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), el dinamismo de la construcción está explicado por el crecimiento económico de un país, quien atrae flujo de inversiones privadas nacionales y extranjeras, demandando construcción y/o remodelación de sus plantas de producción o centros de servicios. El estado es un dinamizador importante del sector construcción, al demandar la construcción de carreteras, centrales hidroeléctricas, espacios públicos, viviendas, entre otras obras de inversión pública e inversión público-privada en beneficio de la sociedad. Es por esta razón la importancia que tiene este sector al estar ligado con el progreso de los pueblos, donde el fallar o realizar obras de mala calidad, involucran el atraso del desarrollo de los pueblos.

2.5.4. Destinos de la producción del sector construcción

Los destinos de la construcción son: (a) las obras públicas, permiten el flujo actual y futuro de personas y mercancías generando un efecto de arrastre en el resto de sectores, convirtiendo la infraestructura en instrumento de política anti-cíclica durante épocas de crisis y de utilidad para acelerar el proceso de relanzamiento de la economía (Vasallo & Izquierdo,

2000), (b) las obras privadas, realizadas por encargo de empresas del sector privado, dentro de las más relevantes encontramos proyectos inmobiliarios, de construcción de oficinas, hoteles y centros comerciales, y (c) la autoconstrucción, que supone que la persona interesada o consumidor final construye ella misma o encarga su construcción a un tercero (Jara, et al., 2014).

Desde el Estado se fomenta la construcción de viviendas a través de los siguientes programas: (a) Crédito Mi Vivienda, (b) Techo Propio, (c) Banco de Materiales, (d) Programa de Apoyo al Sector Habitacional (PASH), (e) Programa de Apoyo al Hábitat Rural, (f) Programa Generación de Suelo Urbano, (g) Programa Mejoramiento Integral de Barrios, y (h) Programa Nuestras Ciudades.

2.5.5. Las brechas del sector construcción

El déficit de vivienda. Es el conjunto de requerimientos que tiene la población para contar con una vivienda digna, la cual representa la suma del déficit cuantitativo y cualitativo de viviendas, según estadísticas brindadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el año 2009.

La brecha en infraestructura. El acervo de capital en infraestructura y el acceso a los servicios básicos son aún deficientes, la necesidad de diseñar políticas públicas y mecanismos que estimulen la inversión, así como remover los obstáculos a la inversión privada y mejorar la calidad del gasto en inversión pública; son fundamentales para reducir los problemas de distancias geográficas entre ciudades y facilitar el acceso e intercambio comercial, integrando los mercados nacionales con mercados de otros países o regiones a bajo costo, según lo informado en el Foro Económico Mundial en el año 2013.

2.5.6. Institucionalidad del sector construcción

Bartra (2000), presenta a las principales instituciones públicas y privadas vinculadas a la construcción en el Perú: (a) Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, quien

formula, aprueba, ejecuta y supervisa las políticas de alcance nacional en materia de vivienda, urbanismo, construcción y saneamiento, (b) Cámara Peruana de la Construcción, gremio privado sin fines de lucro que agrupa a más de 800 empresas constructoras, (c) Federación de Trabajadores de la Construcción Civil en el Perú, organización sindical que agrupa a más de 90 mil obreros de construcción, (d) Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo, que busca garantizar los derechos laborales de los trabajadores del sector así como mejorar la fiscalización laboral, (e) Colegio de Ingenieros del Perú, institución que agremia a más de 55 mil profesionales del sector construcción, encargado de registrar y acreditar las competencias de dichos profesionales a través de la colegiatura, (f) Servicio Nacional de Capacitación para la Industria de la Construcción, más conocida como SENCICO, viene hacer un organismo público descentralizado del Sector vivienda, construcción y saneamiento que tiene como finalidad formar, investigar y proponer normas técnicas de aplicación nacional, y (g) Comité Nacional de Administración del Fondo de Construcción de Viviendas y Centros Recreacionales para los trabajadores de Construcción Civil en el Perú, conocido por su siglas CONAFOVICER y que brinda servicios de asistencia social, centros de recreación, complejos deportivos y capacitación técnica.

2.5.7. Riesgos laborales asociados al sector construcción

Para Weeks (1998), los trabajadores de la construcción se encuentran expuestos a una variedad de riesgos laborales vinculados a la seguridad y la salud en el trabajo, diferenciando estos riesgos en: (a) primarios o riesgos propios, y (b) pasivos o riesgos de otros trabajadores con los que se labora. Bajo cualquier circunstancia el autor clasifica estos riesgos en físicos, biológicos, químicos y sociales. Para el 2012, la construcción fue el tercer sector con mayor incidencia de accidentes de trabajo con un 12,0%, ocupando el cuarto lugar de accidentes mortales con 13,2%. El Perú adoptó siete de los treinta convenios de la Organización Internacional del Trabajo - OIT en materia de seguridad y salud en el trabajo, siendo el

Convenio No. 62 quien hace precisiones sobre prescripciones de seguridad en la edificación en el año 1937 (Bartra, 2000).

2.6. Modelo de Responsabilidad Social Empresarial Perú 2021

Para Cúneo, Le Bienvenu, Arboccó, Campos y Canessa (2005), equipo de personas que forman parte de la Asociación Civil Perú 2021 basan sus conceptos y estrategias de RSE desarrollados en el mundo, generando un modelo de RSE llamado Modelo de RSE Perú 2021, el cual incluye a los principales stakeholders o grupos de interés de la empresa, adopción de diversas acciones que se pueden realizar y beneficios que estas mismas generan; cuyo objetivo es brindar una herramienta que facilite la comprensión e implementación de la RSE en la organización, donde el liderazgo de la alta dirección de la empresa rige un rol estratégico y un factor crítico de éxito en el proceso de adopción de esta filosofía de gestión, donde el modelo desarrolla relaciones con 7 stakeholders: (a) el accionista o inversionista, (b) los colaboradores y sus familias, (c) los clientes, (d) los proveedores, (e) el gobierno, (f) la comunidad, y (g) el medio ambiente; los cuales se presentan a continuación focalizando su acción en las principales acciones y beneficios para la empresa y la sociedad en general, focalizando esto en el sector construcción.

2.6.1. Accionistas e inversionistas

Según Cúneo et al. (2005) son todas aquellas personas que han realizado un aporte de capital a una empresa para su funcionamiento, otorgándoles a estos el derecho de participar de las ganancias de la empresa y obligándolos a asumir los riesgos propios de dicha actividad.

Las acciones que se recomiendan desarrollar con este grupo de interés, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) identificar y comprometer al más alto nivel de la empresa, sensibilizando a la alta dirección para que ejerza el liderazgo de una gestión integral de RSE, (b) incluir a todo nivel de la empresa la ética empresarial, (c) adoptar mejores prácticas de buen Gobierno Corporativo, proveyendo una estructura que permita alcanzar los objetivos y hacer

seguimiento con el fin de evitar la manipulación de información, y (e) evaluar la gestión, midiendo y reportando el desarrollo económico, social y medio ambiental de la empresa, a través del Reporte de Sostenibilidad.

Los beneficios de la implementación de estas acciones, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) adquirir conocimiento de sus grupos de interés y del impacto social y medio ambiental de su gestión, ayudando en el incremento del valor y reduciendo riesgos en su inversión, (b) desarrollar un plan de comunicaciones integral generando información para la toma de decisiones, (c) motivar al capital humano convirtiendo a la empresa en un agente de cambio que promueve la incorporación de la RSE, y (d) mejorando el desempeño financiero y comercial, rentabilizando y protegiendo su inversión al facilitar la toma de decisiones de inversiones futuras y reforzando su imagen de inversionista responsable.

2.6.2. Colaboradores y sus familias

Según Cúneo et al. (2005) son todas aquellas personas naturales remuneradas que realizan labores de cualquier clase en beneficio de la empresa y del suyo propio, considerando también al personal contratado por una service en un período de tiempo indeterminado, ejecutando labores diarias por más de 4 horas.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) equilibrio entre la vida laboral y la vida familiar de manera armoniosa y holística, (b) trabajar de manera colectiva sincronizada y sobretodo efectiva de un grupo de personas que forman parte de un equipo de trabajo, (c) voluntariado corporativo a través de actividades promovidas y facilitadas por la empresa, con el fin de generar relaciones entre los colaboradores, la comunidad y la empresa, (d) capacitación y desarrollo profesional, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia, (e) normas laborales - SA 8000 que van más allá de lo que indica la ley por

derecho universal y progresivo a la seguridad social de cada trabajador, (f) coaching, la herramienta de gestión para las empresas y para el que lo realiza, cuyo objetivo es trabajar con otras personas de forma que obtengan lo mejor de sí mismos, (g) empowerment, donde la organización en general tiene completo acceso y uso de información crítica, poseerán la tecnología, habilidades, responsabilidad y autoridad para utilizar la información y el negocio de la organización, y (h) negociación colectiva para determinar las remuneraciones y las condiciones de trabajo, haciendo posible que empleadores y trabajadores definan, mediante acuerdo, las normas que regirán sus relaciones recíprocas.

Los beneficios de la implementación de estas acciones para la empresa, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) reduce los costos operativos, ausentismo, rotación de personal y stress, (b) motiva al personal, mejorando la eficiencia y el rendimiento, (c) forman líderes mejorando la imagen y el clima organizacional, (d) genera identificación e integración del personal. Los beneficios de la implementación de estas acciones para los colaboradores y sus familias, son: (a) calidad de vida familiar motivando e integrando a los colaboradores, (b) descubrir y reconocer habilidades que permiten mejorar las relaciones interpersonales, y (c) mejora las condiciones laborales brindando acceso a proyectos familiares de ayuda.

2.6.3. Clientes y consumidores

Según Cúneo et al. (2005) es toda aquella persona u organización que adquiere un producto o servicio a cambio de dinero, donde 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, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) marketing con causa social, 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, (b) marketing responsable que cruza un extenso rango de actividades empresariales que establecen las relaciones de la compañía con sus

consumidores, (c) adopción del sistema de gestión de calidad ISO 9000 utilizado para referirse a una serie de normas internacionales establecidas para sistemas de calidad.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la empresa, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) mejora la calidad y la imagen aumentando la demanda por el producto o servicio, (b) clientes satisfechos y leales que permiten incrementar la rentabilidad, (c) reduce riesgos de mercado y promueve el cuidado del medio ambiente, y (d) desarrollar nuevos productos exigiendo mejoras en la competencia y educando al cliente. Los beneficios de la implementación de las acciones para los clientes, son el brindar productos de calidad que generan confianza, satisfacción y mayor información para decidir la compra.

2.6.4. Proveedores

Según Cúneo et al. (2005) es toda aquella entidad que suministra bienes y/o servicios necesarios y útiles en la producción de bienes y/o servicios de la empresa.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés, según (Cúneo et al., 2005) son el incentivo de prácticas de RSE en proveedores mediante la adaptación de criterios de selección y transferencia de conocimientos.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la empresa, según (Cúneo, 2005) son: (a) incentivar un cambio cualitativo de la oferta, (b) priorizar a los mejores proveedores con prácticas de RSE, (c) asegurar insumos y servicios sostenibles desarrollando alianzas de RSE, y (d) lograr eficiencias y reducir riesgos. Los beneficios de la implementación para los proveedores, son: (a) obtener ventaja competitiva frente a su mercado, (b) superar sus estándares de gestión y mejorar las relaciones con sus grupos de interés, (c) tener las reglas de juego claras y transparentes en operaciones con su cliente, y (d) lograr oportunidades comerciales promoviendo valores.

2.6.5. Gobierno

Para Cúneo et al. (2005) es el conjunto de instituciones que representan al Estado incluyendo al poder ejecutivo, legislativo y judicial, los ministerios, gobiernos regionales y municipales, entre otros.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) realizar alianzas interinstitucionales con el objetivo de generar sinergias, (b) realizar acuerdos de cooperación con el objetivo de alcanzar un mismo fin, (c) capacitar al sector público con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para realizar un servicio con mayor eficiencia, y (d) transferir conocimientos a las instituciones públicas con las que se relaciona.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la empresa, según (Cúneo et al., 2005) son la reducción de la burocracia, abriendo oportunidades de trabajo social, red de contactos y mejora de la comunicación. Los beneficios de la implementación de las acciones para el Gobierno, son el acercamiento a la empresa privada, logrando así mayor recaudación y mejora de los procesos.

2.6.6. Comunidad

Para Cúneo et al. (2005) es el grupo o conjunto de personas que comparten elementos en común, tales como idioma, costumbres, valores, etc. La empresa determina su pertenencia a una comunidad por su ubicación geográfica y el impacto que causa en la misma.

Las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) apertura al diálogo para conocer cuáles son las expectativas de cada uno de sus grupos de interés, (b) programas de desarrollo local económico y social, (c) voluntariado corporativo promovido y facilitado por la empresa con el fin de generar relaciones positivas entre los empleados, la comunidad y la empresa, (d) balance social o reporte de sostenibilidad complementario al balance financiero, siendo un

instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social empresarial.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la Empresa, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) comunicación directa con su entorno, (b) mejorar la imagen propiciando generación de alianzas, y (c) mejorar las relaciones con la comunidad motivando a la sociedad e integrándola en una relación sostenible. Los beneficios de la implementación de las acciones para la Comunidad, son: (a) la sostenibilidad y la mejora de la calidad de vida, (b) las oportunidades de desarrollo económico y mayor comunicación, y (c) la armonía con el sector empresarial.

2.6.7. Medio ambiente

Para Cúneo et al. (2005) es el entorno en el cual una organización opera extendiéndose desde el interior de una organización hasta el sistema global, en cuyo caso las acciones que se pueden desarrollar para trabajar con el presente grupo de interés son: (a) adopción del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 con el fin de mejorar el comportamiento ambiental y las oportunidades de beneficio económico, (b) eco eficiencia, reducción de la cantidad de materia prima mediante la reducción del uso de la energía; la liberación de sustancias tóxicas al ambiente, intensificando la reciclabilidad de los materiales, maximizando el uso sustentable de los recursos naturales y mediante el incremento de la utilidad de productos y servicios, (c) producción más limpia o prevención de la contaminación, (d) implementar como política las 3 R's: Reducir la cantidad de residuos sólidos que se generan, Re-usar productos como bolsas, cajas, entre otros y Reciclar para ahorrar el uso de materia prima.

Los beneficios de la implementación de las acciones para la empresa, según (Cúneo et al., 2005) son: (a) menor consumo energía y por ende menor costo, (b) sustitución de materiales decantando en un menor impacto, (c) mejorar la eficiencia de combustión y

aprovechamiento del agua en regadío de jardines, (d) reciclaje de materiales al tener trabajos normalizados, (e) sensibilización del personal y contratistas mejorando la imagen de la empresa, (f) revisión integral de operaciones/mantenimiento haciéndola más segura, y (g) mejora la comunicación interna, el estado de las instalaciones y el tratamiento de residuos. Los beneficios de la implementación de las acciones para el medio ambiente, es la sostenibilidad del medio ambiente o mejor manejo de los recursos naturales para su conservación a largo plazo.

2.7. Resumen del Capítulo

En el presente capítulo se ha revisado la literatura que ha servido como base para la presente investigación, considerando estudios previos y teorías vertidas sobre RSE y su relación con el sector construcción, iniciando por reconocer las definiciones que se centran en la RSE, resaltando los tres conceptos mundialmente aceptados, caminando por la historia y la evolución de la RSE para esclarecer el porqué de la misma y por consiguiente conocer los beneficios e incluso las críticas más resaltantes hechas a la RSE. Se describe brevemente 11 estándares globales, para luego hacer una ligazón con el Sector Construcción, para dicho fin se define el sector, enumerando sus etapas y delimitando su alcance, resaltando la importancia que tiene el sector en la economía de los países y describiendo el destino de la producción que sirve para minimizar las brechas en infraestructura y vivienda. La institucionalidad que tiene el sector y los serios riesgos que enfrenta hacen que sea necesario contar con políticas responsables, desmenuzando para ello la existencia de stakeholder relacionados a este sector, brindando los beneficios tanto para la empresa, como el trabajador y la sociedad en general.

Capítulo III: Metodología

En este capítulo se describe la metodología utilizada para poder responder las preguntas planteadas en la presente investigación, ello con la finalidad de poder conocer el estado de la gestión con enfoque en RSE en el sector construcción en Cajamarca en el año 2015. El enfoque empleado es cuantitativo sobre la base de los indicadores Ethos-Perú 2021 en sus siete temas principales.

3.1. Diseño de la Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional o también denominado transversal. El enfoque de la investigación es cuantitativo puesto que la recolección de datos se realizará a través de la aplicación de un cuestionario de los indicadores Ethos-Perú 2021 a cada uno de los funcionarios o colaboradores de las empresas seleccionadas del sector construcción en Cajamarca. “El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no podemos eludir pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego podemos redefinir alguna fase” (Hernández et al., 2010).

El alcance es descriptivo debido a que se realizó un análisis sobre aspectos característicos del estado de la gestión con enfoque en RSE del sector construcción en Cajamarca en el año 2015. Según Hernández et al. (2010), el alcance descriptivo busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, sin que su objetivo sea como se relacionan los fenómenos entre sí. Así mismo, el diseño de la investigación es no experimental en la medida que no se han construido situaciones particulares, sino que los datos han sido recolectados a través de cuestionarios personales sin ningún tipo de modificación o manipulación de las variables. El diseño no experimental según (Hernández et al., 2010), es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, y en la que solo se observan sus fenómenos en un ambiente

natural para después analizarlos. Adicionalmente es transeccional ya que todos los datos del cuestionario se recolectan en un momento en el tiempo; el diseño transeccional o transversal, consiste en un estudio en el cual los investigadores recopilan los datos en un único momento (Hernández et al., 2010).

3.2. Consentimiento Informado

Para realizar la presente investigación las personas que aplicaron el cuestionario fueron informadas previamente mediante una carta de presentación otorgada por CENTRUM católica (Apéndice A) con el objetivo de tener conocimiento sobre la base de su participación y que las respuestas otorgadas formarían parte de un estudio de investigación para conocer el estado de la gestión con enfoque en RSE de las empresas del sector construcción en Cajamarca en el año 2015. Los colaboradores seleccionados en esta investigación brindaron información de manera voluntaria, así mismo se les informó y explicó previamente los objetivos y el uso que se le daría a los datos recolectados. Se ha entregado una copia del formulario consentimiento informado a los colaboradores y otra copia ha quedado con el equipo investigador, este formulario está incluido en el presente documento en el Apéndice A.

3.3. Participantes de la Investigación

La población objetivo de la presente investigación estuvo conformada por empresas del sector construcción de la Región Cajamarca, cuyas ventas en el 2015 fueron igual o mayor a 10 millones de soles. Específicamente se seleccionaron cinco organizaciones de la región Cajamarca del sector construcción con el nivel de facturación antes mencionado, dentro de las cuales se contactó a un ejecutivo conocedor de los puntos tratados en el cuestionario que permita brindar información del estado de la gestión con enfoque en RSE de sus compañías en el 2015, las empresas analizadas en la presente investigación se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1

Empresas del Sector Construcción de la Región Cajamarca

Empresa
Quiroz Rojas Hnos. Contratistas Generales SRL
Transportes y Maquinaria Quiroz EIRL
Pegazo Inversiones y Servicios Generales SRL
Servicios Generales Roselje EIRL
San Martin contratistas generales SA

Nota. Lista de empresas seleccionadas por el grupo investigador.

3.4. Confidencialidad

Para lograr el objetivo de la presente investigación, se obtuvo la confianza de los participantes con el compromiso de conservar la confidencialidad y protección de identidad, para ello se les hizo partícipe del consentimiento informado detallado en el punto 3.2 del presente documento, así mismo se indicó que las respuestas están basadas en un instrumento específico como es el caso de la herramienta Ethos-Perú 2021. Las respuestas vertidas en el cuestionario se basan en el conocimiento del ejecutivo en cuanto al actuar o nivel de su compañía en temas de RSE. Para ello en el procesamiento de los datos recolectados nos referimos como la empresa o el colaborador, además se asignó una identificación a cada cuestionario con el objetivo de proteger la identidad de cada participante.

3.5. Instrumentos de Medición o Métodos para Recopilar Datos

El instrumento de medición que se utilizó para la presente investigación fue el cuestionario de los indicadores Ethos-Perú 2021, “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Hernández et al, 2010, p. 217). Los indicadores Ethos-Perú 2021 han sido formulados de tal modo que contemplan los aspectos comunes de la gestión de RSE en el contexto latinoamericano, así como indicadores particulares adaptados a la realidad peruana. Se reúnen tres tipos de indicadores: (a)

indicadores de profundidad en cuatro etapas, (b) indicadores binarios (sí/no), e (c) indicadores cuantitativos.

Las características de estos indicadores Ethos-Perú 2021 se encuentran en ser: (a) estandarizados para las empresas en todo Latinoamérica, (b) comparativos entre empresas del mismo o diferente sector, (c) periódicos al ser utilizados eventualmente para ver el progreso de la compañía, (d) auto evaluativos debido a que cada empresa puede conseguir fácilmente la herramienta de medición y autoevaluarse, y (e) virtuales debido a que su distribución es libre y gratuita en internet. La estructura de la herramienta Ethos-Perú 2021 considera 40 indicadores que están incluidos en siete grandes temas, tal como se indica (Perú 2021, 2010):

3.5.1. Valores, transparencia y gobierno

En este tema, Ethos-Perú 2021, busca conocer la:

Autorregulación de la conducta. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) compromisos éticos, (b) arraigo en la cultura organizativa, y (c) gobierno corporativo.

Relaciones transparentes con la sociedad. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) relaciones con la competencia, (b) diálogo e involucramiento de los grupos de interés, (c) balance social / reporte de sostenibilidad.

3.5.2. Público interno

En este tema, Ethos-Perú 2021, busca conocer el:

Diálogo y participación. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) relaciones con sindicatos u otras asociaciones de empleados, y (b) gestión participativa.

Respeto al individuo. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) compromiso con el futuro de los niños, (b) compromiso con el desarrollo infantil, (c) valoración de la diversidad, (d) compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial, (e) compromiso con la promoción de la equidad de género, y (f) relaciones con trabajadores tercerizados.

Trabajo decente. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) política de remuneración, prestaciones y carrera, (b) cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo, (c) compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad, (d) conducta frente a despidos, y (e) preparación para jubilación.

3.5.3. Medio ambiente

En este tema, Ethos-Perú 2021, busca conocer la:

Responsabilidad frente a las generaciones futuras. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental, y (b) educación y concientización ambiental.

Gerenciamiento del impacto ambiental. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios, (b) sustentabilidad de la economía forestal, y (c) minimización de entradas y salidas de insumos.

3.5.4. Proveedores

En este tema, Ethos-Perú 2021, busca conocer la:

Selección, evaluación y alianza con proveedores. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) criterios de selección y evaluación de proveedores, (b) trabajo infantil en la cadena productiva, (c) trabajo forzado en la cadena productiva, y (d) apoyo al desarrollo de proveedores.

3.5.5. Consumidores y clientes

En este tema, Ethos-Perú 2021, busca conocer la:

Dimensión social del consumo. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) política de comunicación comercial, (b) excelencia de la atención, y (c) conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.

3.5.6. Comunidad

En este tema, Ethos-Perú 2021, busca conocer las:

Relaciones con la comunidad local. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno, y (b) relaciones con organizaciones locales.

Acción social. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) financiamiento de la acción social, e (b) involucramiento con la acción social.

3.5.7. Gobierno y sociedad

En este tema, Ethos-Perú 2021, busca conocer la:

Transparencia política. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) contribuciones para campañas políticas, (b) construcción de la ciudadanía por las empresas, y (c) prácticas anticorrupción y anti coima.

Liderazgo social. En este punto se manejan los siguientes indicadores: (a) liderazgo e influencia social, y (b) participación en proyectos sociales gubernamentales.

Para el adecuado desenvolvimiento y desarrollo de los cuestionarios aplicados en la presente investigación, se consideró la elaboración del mismo utilizando el programa survey monkey, el mismo que permitió compartir los cuestionarios con los usuarios involucrados a través de correos electrónicos y enlaces directos. El Survey Monkey permite analizar los resultados en cualquier etapa de la investigación, pues los resultados son mostrados a forma de resumen y de manera individual, permitiendo también la elaboración de gráficos comparativos que pueden ser descargados para el análisis respectivo. La aplicación de los cuestionarios se realizó con la finalidad de obtener información cuantificada para su posterior análisis, siendo uno de los puntos importantes el diagnóstico del estado de la gestión con enfoque en RSE, el cual se logra enfocar desde el análisis de resultados de las preguntas

binarias y de profundidad, si bien es cierto se aplica preguntas cuantitativas estas no fueron respondidas en su gran mayoría por lo que fueron descartadas para la presente investigación.

3.6. Análisis Estadísticos

El análisis estadístico para la presente investigación es descriptivo, la herramienta utilizada es un software de computadora. Hernández et al. (2010) indica que el proceso para efectuar análisis de los datos consta de siete fases: (a) seleccionar el programa de análisis, (b) ejecutar el programa, (c) explorar los datos, (d) evaluar la confiabilidad y validez logrados por el o los instrumentos de medición, (e) analizar mediante pruebas estadísticas las hipótesis planteadas, (f) realizar análisis adicionales, y (g) preparar resultados para analizarlos.

Para el presente análisis se han considerado los siguientes criterios, para obtener el puntaje en cada tema mostrándose el producto final en la Tabla 2, destacando que la forma de calcular los puntajes de cada indicador fue dada por el jefe de desarrollo y capacitación de la organización sin fines de lucro Perú 2021 (Carpio, 2015):

1. La herramienta informática utilizada es SPSS y Excel.
2. En el tema Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo existen 6 indicadores, del 1 al 6, conteniendo en cada uno de ellos 4 indicadores de profundidad.
3. El indicador 1, contiene a su vez a 19 indicadores binarios, del 1.1 al 1.19.
4. Cada tema de la herramienta contiene 345 puntos disponibles, siendo 300 puntos distribuidos en los indicadores de profundidad, al cual se adiciona 45 puntos correspondientes a los indicadores binarios, el cual representa el 15% del total de puntos disponibles, esto por formula de porcentajes.
5. Para el cálculo de la puntuación por indicador de profundidad en este tema, se procede a dividir 300 entre 6 que es la cantidad de indicadores en Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo; es decir, 50 puntos en cada uno de los indicadores.

6. Los puntos disponibles en este indicador 1 (profundidad más binarios) es: $50 + 15\% (7.5) = 57.5$ puntos disponibles.
7. Cada etapa en el indicador 1 tendrá su puntuación, la cual resulta de dividir en cuartos los 50 puntos disponibles: (a) la etapa 1 representa $1/4$ de $50 = 12.5$, (b) la etapa 2 representa $2/4$ de $50 = 25$, (c) la etapa 3 representa $3/4$ de $50 = 37.5$, y (d) la etapa 4 representa los $4/4$ de $50 = 50$.
8. La puntuación referida a los indicadores binarios será 15% entre $19 = 079\%$.
9. Si se asume que la etapa en este indicador es 2 y que hay 6 respuestas correctas, tenemos: $25 + (0.79\% * 6) = 26.18$ puntos obtenidos
10. Para el cálculo de la nota final tenemos que $57.5 = \text{nota } 10$, por tanto $26.18 = \text{nota } X$; resultando 4.55 de nota final.

Tabla 2

Puntajes por Temas de los Indicadores Ethos-Perú 2021

Tema	Puntaje por Tema	Indicadores por Tema	Puntaje por Indicadores de Profundidad	Puntaje por Indicadores Binarios
Valores, Transparencia y Gobierno	345	6	50	7.5
Público Interno	345	13	23.08	3.46
Medio Ambiente	345	5	60	9
Proveedores	345	4	75	11.25
Consumidores y Clientes	345	3	100	15
Comunidad	345	4	75	11.25
Gobierno y Sociedad	345	5	60	9

Nota. Los 345 puntos son distribuidos de la siguiente manera: 300 para los indicadores en profundidad y 45 para los indicadores binarios. Los puntajes resultan de la división por indicador.

Los resultados de los cuestionarios fueron tabulados en Excel considerando uno para las respuestas positivas y cero para las respuestas negativas, así mismo aquellas preguntas sin respuesta porque la empresa no aplica dicho indicador también fue considerada como cero. El procedimiento fue tabular por empresa e indicador y asignar la suma de las respuestas

obtenidas, para el caso de las preguntas binarias se realizó una división entre el número de respuestas positivas y el puntaje asignado a dicho indicador, la misma operación se repite para el caso de preguntas de profundidad. Los puntajes obtenidos por cada indicador sobre esta metodología se muestran en el Apéndice B.

Para definir cada etapa en la que se encuentran las empresas del sector construcción en la región Cajamarca se ha empleado una puntuación sugerida por Ethos-Perú 2021 en la publicación de resultados de un estudio experimental en la exposición de la metodología de aplicación de estos indicadores (Carpio, 2012), la misma que se inicia con la división de los 345 puntos asignados a los indicadores de profundidad y binarias, posteriormente se empleó esta puntuación para hacer una clasificación por etapas tomando como modelo la clasificación de puntos mostrada en el Diagnóstico de la Responsabilidad Social en Organizaciones Peruanas: Una aproximación Interinstitucional y Multidisciplinaria (Marquina et al., 2011). La Tabla 3 muestra la puntuación mínima y máxima por cada una de las cuatro etapas de los indicadores Ethos-Perú 2021 partiendo que el puntaje mínimo es cero y el máximo 345, sobre esta puntuación se debe considerar que son siete temas, es por ello que el puntaje mínimo para el total de las preguntas es cero y el máximo es 2415 (Carpio, 2012 & Marquina et al., 2011).

Tabla 3

Puntajes Mínimos y Máximos para cada Etapa

Etapas	<u>Puntaje por cada factor</u>		<u>Puntaje total</u>	
	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
Etapas 1	0	86.25	0	603.75
Etapas 2	86.25	172.5	603.76	1207.5
Etapas 3	172.5	258.75	1207.5	1811.25
Etapas 4	258.75	345	1811.25	2415

Nota: Los 345 puntos se dividen proporcionalmente de acuerdo al número de etapas y se obtienen los puntajes máximos asignados a cada una. Para el total se usa el puntaje por los siete indicadores

3.7. Validez y Confiabilidad

Para la presente investigación se está utilizando el cuestionario de los indicadores Ethos-Perú 2021, según (Carpio, 2012), estos indicadores fueron validados en el Perú en un taller de validación con organizaciones del sector privado y de la sociedad civil (Ethos-Perú 2021, 2010). Por lo que estaríamos hablando de una validación de expertos, “La validez de expertos se refiere al grado en que un instrumento de medición valora la variable de estudio, de acuerdo con *voces calificadas*” (Hernández et al., 2010).

Tabla 4

Análisis de Confiabilidad

Categoría	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Valores, Transparencia y Gobierno	0.881	6
Público Interno	0.852	13
Medio ambiente	0.519	5
Proveedores	0.444	4
Consumidores y Clientes	0.596	3
Comunidad	-0.213	4
Gobierno y Sociedad	-0.588	5

Nota: Análisis con fórmula de KR-20 y KR-21 por cada indicador.

Para desarrollar la siguiente tabla se consultó y validó la información por un profesional en estadística.

Con respecto a la confiabilidad existen diversos procedimientos para calcularla, “la mayoría de estos pueden oscilar entre cero y uno, donde un coeficiente cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad” (Hernández et al., 2010). El método utilizado para la presente investigación es el método de coherencia o consistencia interna que son coeficientes que estiman la confiabilidad. Las preguntas del cuestionario de indicadores Ethos-Perú 2021 son de naturaleza binaria o dicotómica, por lo cual utilizaremos el coeficiente KR-20 y KR-21 para hallar su confiabilidad (Hernández et al., 2010), “alfa trabaja con variables de intervalos o de razón y KR-20 y KR-21 con ítems dicotómicos” (Hernández et al., 2010). Este método fue aplicado por cada uno de los indicadores sobre la

base de las puntuaciones obtenidas y a través de la fórmula de consistencia interna KR-20 y KR-21.

3.8. Resumen del Capítulo

El presente capítulo detalla la metodología utilizada para llevar a cabo la presente investigación, el cual reúne dentro de los aspectos más relevantes que se trata de una investigación de enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional. Se cuenta con el consentimiento informado de los participantes quienes son ejecutivos que pertenecen a empresas que facturan más de diez millones de soles anuales en el sector construcción en Cajamarca. Los colaboradores seleccionados en esta investigación, nos han brindado la información de manera voluntaria, se les informó y explicó previamente de los objetivos y el uso que se les daría a los datos recolectados teniendo en cuenta proteger la confidencialidad de los mismos.

La herramienta utilizada para la aplicación del cuestionario fueron los indicadores Ethos-Perú 2021 para conocer el estado de la gestión en RSE de las empresas en mención. Con respecto al análisis e interpretación de datos y siendo nuestra investigación de carácter descriptivo utilizaremos las tres primeras fases del procedimiento descrito por (Hernández et al., 2010). El programa con el cual trabajaremos es survey monkey. La Validez y Confiabilidad esta refrendada por el juicio de expertos en caso de la validez en los coeficientes KR-20 y KR-21 que pertenecen al método de coherencia o consistencia interna y que es aplicado en caso de preguntas binarias o dicotómicas para la confiabilidad.

Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados

En el presente capítulo se muestra el análisis de los resultados obtenidos a través de cuestionarios aplicados a las cinco empresas del sector construcción de la región Cajamarca, las cuales fueron seleccionadas y aprobadas por CENTRUM Católica, cumpliendo con los criterios de selección indicados antes del inicio de la investigación. La herramienta utilizada para diagnosticar el Estado de la Gestión con Enfoque de RSE en las Empresas del Sector Construcción en la Región Cajamarca fueron los Indicadores Ethos-Perú 2021 de Responsabilidad Social Empresarial. En cuanto al procesamiento de la información se utilizó SPSS, el cual es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias exactas, sociales y aplicadas, además de las empresas de investigación de mercado. Para un adecuado procesamiento de la información la presentación de los resultados se da de forma diferenciada, identificando los indicadores por profundidad y binarios por separado. Las respuestas obtenidas de las cinco empresas con respecto a la percepción de sus funcionarios en los indicadores de profundidad permitieron ubicarlas en un nivel dentro de las cuatro etapas propuestas por los indicadores Ethos-Perú 2021 de Responsabilidad Social Empresarial.

4.1. Perfil de los Informantes

La presente investigación tuvo como referencia a cinco empresas del sector construcción de la región Cajamarca, en cada una de ellas se aplicó un cuestionario a un representante de dicha organización, obteniendo finalmente la información de cinco informantes como base para los resultados procesados. Las organizaciones que participaron en este estudio tuvieron un nivel de facturación mínimo de 10 millones de soles durante el periodo 2015, así mismo contaban con 10 personas como mínimo en planilla y al momento de realizar el estudio estaban vigentes en el sector construcción de la Región Cajamarca. Se solicitó que los informantes tuvieran un cargo que permita mantener un conocimiento de los

diferentes aspectos de la organización, así como de la relación que mantenga la empresa con sus grupos de interés, es decir, que los cargos mínimos debieron ser de jefaturas y gerencias. En la Tabla 5 se muestra a detalle las empresas y los cargos de los cinco funcionarios que formaron parte de esta investigación, como se puede notar cuatro cuestionarios fueron aplicados a los gerentes generales y uno al gerente de construcción.

Tabla 5

Distribución y Perfil del Informante

Empresa	Cargo de informante	Informantes	Trabajadores en planilla
Quiroz Rojas Hnos. Contratistas Generales SRL	Gerente General	1	14
Transportes y Maquinarias Quiroz EIRL	Gerente General	1	18
Pegazo Inversiones y Servicios generales SRL	Gerente General	1	10
Servicios Generales Roselje EIRL	Gerente General	1	13
San Martin Contratistas Generales SA	Gerente Construcción	1	500
Total		5	

4.2. Presentación de Resultados

Las puntuaciones que se indican en la Tabla 6 han sido la base para presentar los resultados e identificar las etapas en las que se encuentra cada empresa que forma parte de la presente investigación y ello permitió definir el estado de la gestión de RSE del sector construcción en la ciudad de Cajamarca el 2015. Para realizar el diagnóstico es necesario conocer que indica cada etapa en la que se ha ubicado a las empresas y posteriormente al sector. En la Tabla 6 se muestra una breve explicación de cada una de las etapas.

4.2.1. Indicadores de profundidad Ethos-Perú 2021

Estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Los resultados de los cuestionarios aplicados en las cinco empresas fueron procesados a través del sistema SPSS, los mismos que permitieron obtener puntuaciones que facilitaron la identificación y ubicación entre las cuatro etapas propuestas por Ethos-Perú 2021, de cada una de las empresas que participaron en esta investigación y de

esa forma definir el estado de la gestión en RSE del sector construcción de la región Cajamarca.

Tabla 6

Etapa de los Indicadores Ethos-Perú 2021

Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Representa una etapa básica de acciones de la empresa. Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales	Representa la etapa intermedia de acciones, en la cual la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas	Representa la etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladores que resultan en cambios de expectativas en la empresa. La responsabilidad social y el desarrollo sustentable son considerados estratégicos para el negocio	Representa la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influenciando políticas públicas de interés para la sociedad

Nota. Tomado de "Indicadores Ethos - Perú 2021 de Responsabilidad Social Empresarial," por Perú 2021, 2010, p. 10, Lima, Perú: Le Crayon Soluciones Gráficas.

La Tabla 7 muestra las puntuaciones obtenidas en cada una de las empresas de acuerdo a los siete temas principales que maneja la herramienta, se puede observar que las empresas analizadas se encuentran mejor posicionadas en todo lo referente a valores, transparencia y gobierno corporativo, mientras que en temas de gobierno y sociedad denotan un bajo desarrollo en lo referente a la gestión en responsabilidad social empresarial.

A continuación, en la Tabla 8 se muestra las etapas en las que se encuentra cada una de las empresas en relación a los siete indicadores evaluados, a modo de detalle se puede observar la etapa de cada empresa en relación a cada uno de los siete temas estudiados. Todas las empresas que forman parte de esta investigación ha obtenido una clasificación de etapa 1 en al menos uno de los indicadores, es decir, están realizando lo mínimo e indispensable; solo una de las empresas ha obtenido una clasificación de etapa 4 y fue en el indicador de valores, transparencia y gobierno, es decir, la empresa ha alcanzado estándares elevados en este tema.

Solo una de las empresas no logró alcanzar etapa 3 en ninguno de los temas y la etapa entre las que oscilan mayormente las empresas en los siete temas estudiados es la etapa 2.

Tabla 7

Puntajes en Relación a Indicadores por Profundidad

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Promedio
Valores, Transparencia y Gobierno Público Interno	150.76	177.87	267.86	95.32	173.42	173.05
Medio Ambiente	110.74	169.53	212.86	111.04	141.51	149.14
Proveedores	125.79	185.25	100.61	130.56	80.36	124.51
Consumidores y Clientes	77.81	98.91	78.52	163.6	134.89	110.75
Comunidad	78.41	136.44	214.06	245.54	81.22	151.13
Gobierno y Sociedad	139.45	162.9	122.35	100.55	76.41	120.33
	45	65.63	90.75	75.75	90.56	73.54
Puntaje total obtenido	727.96	996.53	1087.01	922.36	778.37	902.45

Nota. El promedio permite evaluar el estado por cada indicador, y la sumatoria lo obtenido por cada empresa.

Globalmente del resultado obtenido, se puede mencionar que en general las empresas del sector construcción de la región Cajamarca, se encuentran en una etapa intermedia de acciones de responsabilidad social empresarial, la cual muestra una postura defensiva sobre temas sociales. Sin embargo, esta etapa indica que ya se empiezan a encaminar cambios y avances con respecto a las prácticas de la empresa en cuanto a temas de responsabilidad social empresarial.

Tabla 8

Diagnóstico de Etapas del Estado de la Gestión de RSE en el Sector Construcción

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3	Empresa 4	Empresa 5	Global
Valores, transparencia y Gobierno Público Interno	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 3
Medio Ambiente	Etapa 2	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 2	Etapa 2	Etapa 2
Proveedores	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 2	Etapa 2	Etapa 1	Etapa 2
Consumidores y Clientes	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 2	Etapa 2
Comunidad	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 3	Etapa 1	Etapa 2
Gobierno y Sociedad	Etapa 2	Etapa 2	Etapa 2	Etapa 2	Etapa 1	Etapa 2
	Etapa 1	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 1
	Etapa 2	Etapa 2				

4.2.2. Indicadores binarios Ethos-Perú 2021

Estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Se realizaron más de 400 preguntas binarias (si/no) que estaban contenidas dentro de los 40 indicadores de profundidad que a su vez pertenecían a cada uno de los siete temas analizados. El resultado obtenido producto del procesamiento de los cuestionarios a través de SPSS se muestra en la Figura 6. Podemos notar valores intermedios en los aspectos de público interno, medio ambiente, proveedores, consumidores y clientes y comunidad, lo cual daría muestra de una gestión medianamente aceptable en gestión de responsabilidad social empresarial. En los extremos con un mejor resultado encontramos a las empresas analizadas en temas de valores, transparencia y gobierno, mientras que, por el otro lado, un pobre desempeño en la gestión social en cuanto a gobierno y sociedad.

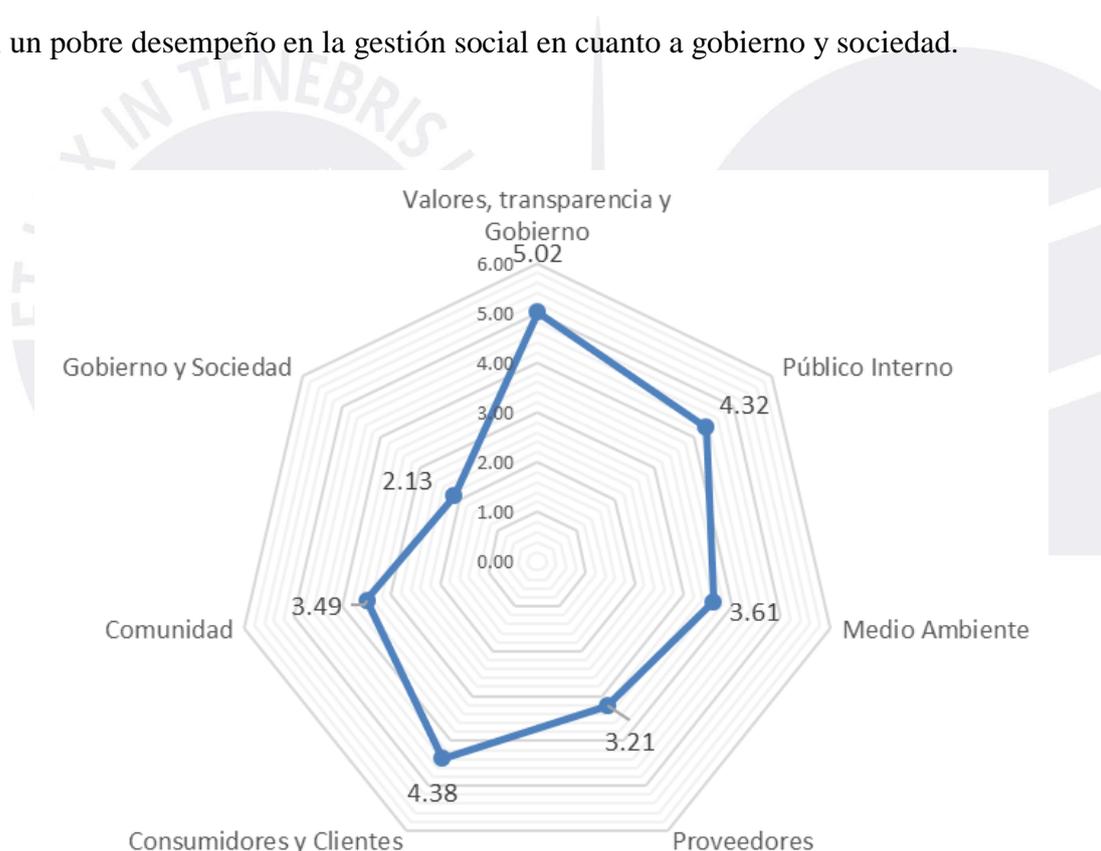


Figura 6. Estado de la gestión en RSE del sector construcción de la región Cajamarca.

Estado de la gestión con enfoque en RSE en relación a valores, transparencia y gobierno corporativo en las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Para

la valoración de los resultados obtenidos en relación a valores, transparencia y gobierno corporativo se determinan seis indicadores, estos son: (a) compromisos éticos, (b) arraigo en la cultura organizativa, (c) gobierno corporativo, (c) relaciones con la competencia, (d) diálogo e involucramiento de los grupos de interés (Stakeholders) y, (e) balance social/reporte de sostenibilidad. Los tres primeros indicadores permiten identificar la autorregulación de la conducta y los siguientes tres indicadores muestran las relaciones transparentes con la sociedad. En la Figura 7 se dan a conocer las puntuaciones promedio obtenidas para cada uno de los indicadores sobre la base de los cuestionarios aplicados a cinco empresas del sector construcción en referencia a los indicadores binarios, los cuales se detallan por empresa en la Tabla B1.

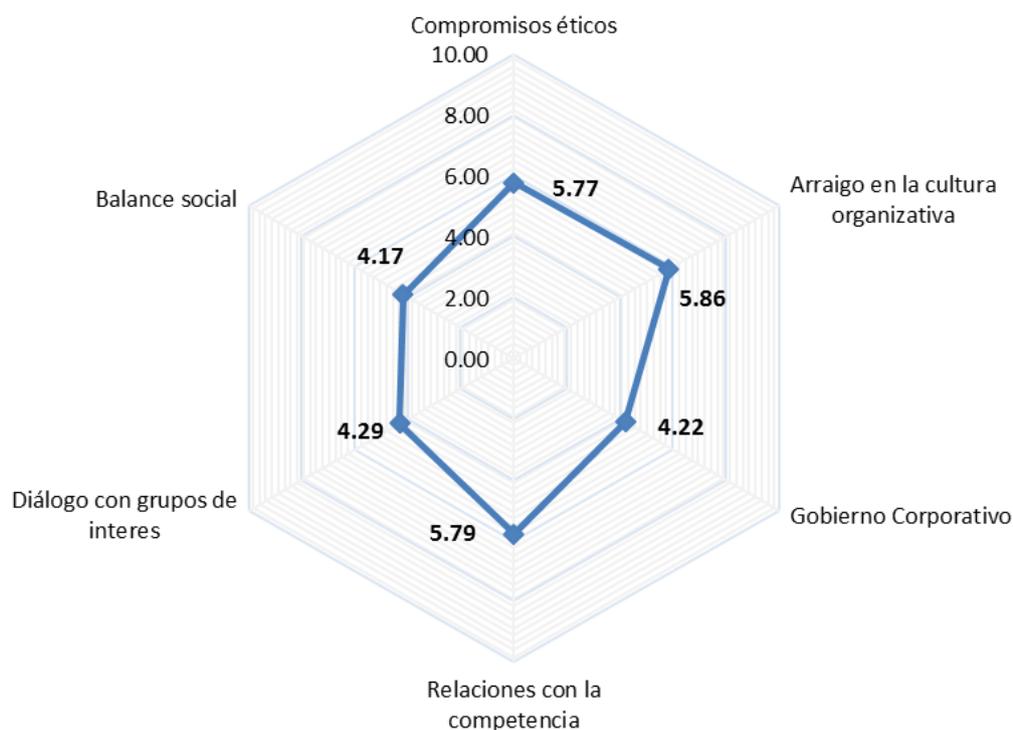


Figura 7. Estado de la gestión en relación a valores, transparencia y gobierno corporativo.

Compromisos éticos. Los funcionarios de las empresas que son parte de la presente investigación consideran que los compromisos éticos son difundidos en mayor medida hacia el interior de la empresa, es decir, colaboradores y accionistas, sin embargo, en el caso de

otros tipos de interesados claves externos como lo son: (a) proveedores, (b) clientes, (c) gobiernos, (d) comunidades, etc., la difusión se hace en menor medida. En ambos casos la difusión se hace a través de múltiples medios de comunicación. En gran medida las empresas encuestadas consideran que su código de ética y conducta está orientado a: (a) preservar la buena relación con el personal, (b) los proveedores, (c) los consumidores, (d) los clientes, (e) la comunidad, (f) el gobierno, (g) el medio ambiente, y (h) los accionistas. También la información obtenida da una clara idea que la percepción de los funcionarios es que su código de ética es fácil de entender promoviendo el buen comportamiento ante los diferentes grupos de interés y da pasos claros en la toma de acción ante comportamientos no adecuados a través de un consejo disciplinario poco identificado.

Arraigo en la cultura organizativa. Todas las empresas que participan en la presente investigación consideran que la meta y el camino está trazado claramente a través de una visión y misión que es difundida en todos los niveles de la empresa sin embargo en su mayoría no identifican la responsabilidad social empresarial de forma explícita. Pero a la vez consideran que, si forma parte de su estrategia general, puesto que promueven los buenos comportamientos, aplican sanciones ante faltas éticas, supervisan el buen comportamiento de los miembros de la organización, pero no reconocen claramente un área, grupo o comité que vele por el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial al interior de la empresa.

Gobierno corporativo. De las empresas que forman parte de la presente investigación solo una de ellas dispone de mecanismos para la elección de un directorio, dos se apoyan en especialistas para resolución de dilemas éticos, socio ambientales y de derechos humanos. En su gran mayoría incluyen como criterio formal en sus decisiones de inversión el respeto a los derechos humanos y en menor medida las empresas orientan sus operaciones de acuerdo a directrices multinacionales de cooperación y desarrollo económico. Las cinco empresas analizadas cuentan con un organigrama establecido, sin embargo, solo dos de ellas incluyen

como estrategia formal en el mapa estratégico a la RSE, solo una dispone de consejos, comisiones y otros para fiscalizar y prohibir abusos de poder y asegurar el control de la propiedad de gestión. Son mínimas las empresas que disponen de un directorio con una estructura que contempla comisiones encargadas de evitar fraudes o uso de información privilegiada, sin embargo, poseen una estructura que permite contar con comisiones, auditorías y otras que desaniman el soborno y prácticas de corrupción. Ninguna de las empresas en caso de ser empresa familiar cuenta con un protocolo de sucesión.

Relaciones con la competencia. Las empresas que participan en la presente investigación dan a conocer a través de sus funcionarios encuestados que tienen principios en cuanto a la competencia desleal y soportan sus prácticas en lo indicado por la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios, así como el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI. Difunde públicamente sus principios en relación con la competencia, pero poco participa de gremios de competencia leal y capacita a su personal en este sentido. Parcialmente se aborda los temas de: (a) piratería, (b) evasión fiscal, (c) contrabando, (d) adulteración, y (e) falsificación de productos y marcas.

Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (Stakeholders). De acuerdo a las respuestas obtenidas de los funcionarios de las empresas participantes en la presente investigación se resume que todas ellas tienen claro quiénes son sus grupos de interés y en su mayoría poseen mecanismos de diálogo con ellos que incluyen políticas y/o procedimientos para atender alguna solicitud o sugerencia por parte de sus grupos de interés. Parcialmente cuentan con indicadores de medición de gestión de los grupos de interés y en mucho menor medida muestra esta información en sus reportes de sostenibilidad.

Balance social / Reporte de sostenibilidad. Casi en su totalidad las empresas declaran que las auditorías son realizadas por terceros en temas económicos y financieros, sin

embargo, no sucede lo mismo para el caso de aspectos ambientales y sociales. Por lo general los balances sociales y reportes de sostenibilidad son manejados por la empresa y no involucra a otros actores en su elaboración; es decir, filtra información, colocando lo que realmente considera importante y relevante.

Estado de la gestión con enfoque en RSE en relación a público interno en las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Para la valoración de los resultados obtenidos en relación a público interno se determinan 13 indicadores, estos son: (a) relaciones con sindicatos u otras asociaciones de empleados, (b) gestión participativa, (c) compromiso con el futuro de los niños, (d) compromiso con el desarrollo infantil, (e) valoración de la diversidad, (f) compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial, (g) compromiso con la promoción de la equidad de género, (h) relaciones con trabajadores tercerizados, (i) política de remuneración, prestaciones y carrera, (10) cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo, (11) compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad, (12) conducta frente a despidos, y (13) preparación para jubilación. Los dos indicadores iniciales hacen referencia al diálogo y participación, los siguientes seis indicadores al respeto al individuo y los cinco indicadores finales muestran la relación con el trabajo decente. En la Figura 8 se muestra los resultados obtenidos para este indicador, los cuales se detallan por empresa en la Tabla B4.

Relaciones con sindicatos u otras asociaciones de empleados. Es mínima la interacción entre las empresas que forman parte de esta investigación con sindicatos, solo una de ellas provee información directa al grupo de trabajadores para que se establezca un diálogo con la empresa, dos de ellas permiten libertad de acción para grupos de trabajadores y/o sindicatos al interior de sus locales y permite que sus trabajadores y/o sindicatos gestione beneficios, reclamos de sus colaboradores en diferentes regiones.

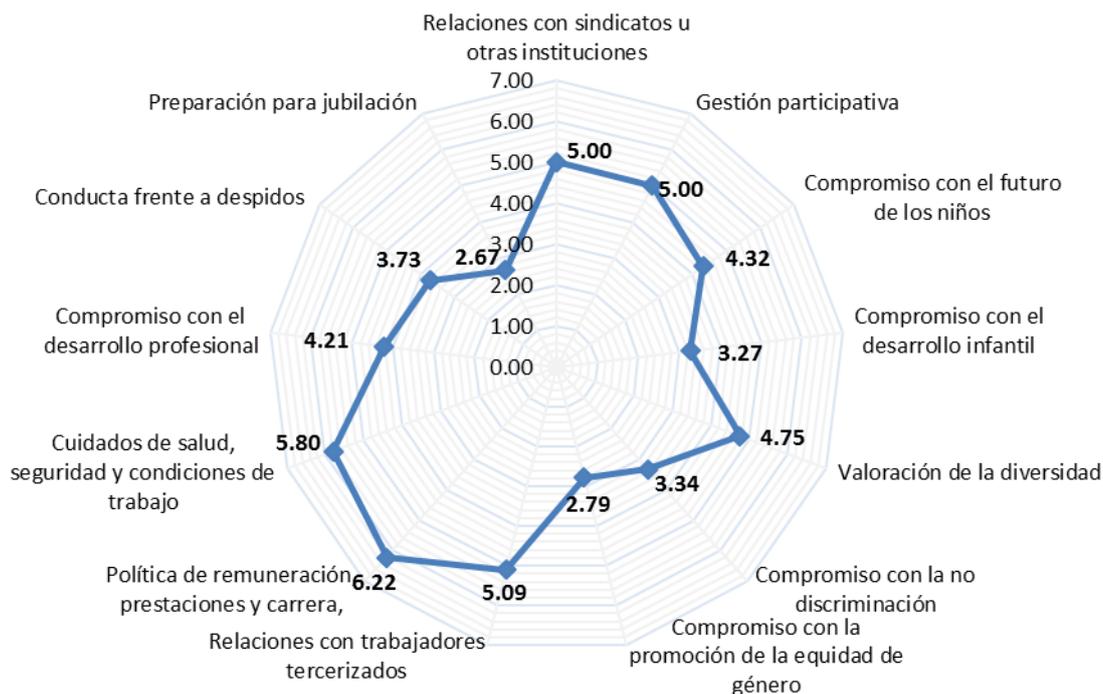


Figura 8. Estado de la gestión en relación a público interno.

Gestión participativa. Los funcionarios que brindaron información para la presente investigación indicaron en su totalidad que las asociaciones, grupos formados por los trabajadores son elegidos sin interferencia de la empresa, así mismo todas cuentan con procedimientos que permiten oír, conversar y respetar las sugerencias, críticas de los empleados con la intención de agregar nuevos conocimientos a la empresa.

Compromiso con el futuro de los niños. Sólo una de las cinco empresas a las que se aplicó el cuestionario considera discusiones con otras empresas del sector para combatir el trabajo infantil en su zona. Tres de ellas contemplan políticas claras de contratación a practicantes ofreciendo adecuadas condiciones de trabajo y aprendizaje buscando la posibilidad que al culminar el periodo de prácticas sean contratados o reubicados en alguna empresa aliada.

Compromiso con el desarrollo infantil. En su gran mayoría las empresas encuestadas indicaron que ofrecen un programa claro para la salud de la mujer embarazada, sin embargo, solo una de ellas contempla programas de orientación al desarrollo integral del niño y

acompaña de forma periódica en la verificación del cumplimiento de vacunación de los hijos de empleados, así como la continuidad de estudios de los hijos menores de edad. Son pocas las empresas que promueven campañas de inmunización para empleados y familiares por medio de las vacunas y solo una de ellas tiene políticas específicas para empleados que tienen un hijo con discapacidad. Ninguna de las empresas contempla guarderías en el lugar de trabajo, sin embargo, si brindan facilidad en horarios para trabajadores con hijos menores de seis años y poseen políticas de acompañamiento post parto y facilita flexibilidad en horario de lactancia.

Valoración de la diversidad. Cuatro de las empresas encuestadas plasman en su código de conducta o publicación de valores la no discriminación y valoración de la diversidad, así mismo indican que estas políticas contemplan temas de interés de forma explícita. Cabe mencionar que uno de los representantes de las empresas se abstuvo en responder si contemplan políticas de orientación sexual, por lo que en porcentajes se manifestó que el 75%; es decir, tres de las cuatro empresas que respondieron si contemplan este indicador.

Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial. Los funcionarios encuestados indicaron en su gran mayoría que en su código de conducta y en el manifiesto de valores de la empresa se fomenta la promoción de la equidad y no discriminación, sin embargo, son pocas las empresas que derivan de estas políticas los procedimientos para mejorar el desempeño profesional de los empleados de diversos orígenes. Tres de ellas indicaron realizar campañas para concientizar la importancia de equidad y no discriminación y solo cuatro tienen como parte de su política de comunicación comercial no utilizar figuras estereotipadas que atenten contra la dignidad de población de diferente origen étnico.

Compromiso con la promoción de la equidad de género. Las empresas que formaron parte de esta investigación indicaron en gran porcentaje que tienen una política de promoción de equidad, sin embargo, son pocas las que derivan de esta política procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres. Tres de las empresas indicaron que prohíben expresamente la contratación, despido o promoción basados en estado civil o condición reproductiva, y dos de ellas realiza campañas internas de concientización para mejorar la comprensión sobre la importancia de valoración a las mujeres. Por otro lado, incluyen en el plan de salud de la empresa adaptaciones para la prevención y cuidados en la salud de la mujer, pero son pocas las empresas que plasman metas de contratación y promoción interna de equidad de género en los diferentes niveles jerárquicos de todas las áreas. En general de los resultados obtenidos se denota que hay una deficiencia en relacionar las metas, procedimientos y estrategias con el compromiso de equidad de género, pues si bien es cierto hay algunos lineamientos, se carece de fomentar los mismos y generar comunicación al respecto.

Relaciones con trabajadores tercerizados. De los resultados obtenidos se indica que, en su gran mayoría, las empresas del sector construcción que formaron parte de esta investigación contemplan en sus códigos de ética y políticas la no discriminación a trabajadores tercerizados; sin embargo, solo una de las cinco empresas integra a los trabajadores tercerizados en sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional. Dos de ellas incluye políticas de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura y principios de la empresa y tres exigen y garantizan el correcto cumplimiento de la legislación laboral a los contratistas.

Política de remuneración, prestaciones y carrera. El total de las empresas encuestadas tiene a sus trabajadores inscritos en planilla con los beneficios de ley correspondientes, solo una de ellas tiene empleados que participan en la composición

accionaria de la empresa. Se indicó que la gran mayoría ha considerado incrementos salariales a su personal en los últimos dos años y de forma periódica se realizan encuestas para medir la satisfacción de sus empleados respecto a políticas de remuneración y prestaciones de salud. Es importante recalcar que todas manifestaron que premian el desempeño individual y cumplimiento de objetivos, así mismo ofrecen bonos por alcance de metas relacionadas al desempeño social y medioambiental.

Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo. Según manifestaron los directivos de las empresas encuestadas, dos de ellas han sido evaluadas o certificadas por normativas como OHSAS y otras y ofrecen programas de prevención y tratamiento contra la drogadicción y adicción al alcohol, tres de ellas promueven campañas de prevención de enfermedades de transmisión sexual, pero solo una de ellas posee programas para portadores de VIH/SIDA. Por otro lado, se debe indicar que todas poseen políticas que expresan el respeto a la privacidad de sus empleados referente a información obtenida por recursos humanos. Se pudo identificar que están encaminadas a prever una política de no discriminación contra portadores de VIH/SIDA y poseen normativas que permiten combatir situaciones de acoso. De acuerdo a los resultados se ha identificado, que gran parte de las empresas del sector fomentan hacer ejercicios físicos en el horario de trabajo y promueve actividades para combatir el estrés, brinda campañas de orientación alimentaria y posee políticas de compensación de horas extras y orientación psicológica disponible en el lugar de trabajo. Es importante mencionar que todas indicaron promover programas de capacitación a colaboradores para prevenir accidentes y en gran mayoría realiza monitoreo según la norma básica de ergonomía.

Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad. De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede indicar que están encaminadas a desarrollar programas de desarrollo de carrera para su personal, y aunque aún no está muy difundido hay indicios de

generar programas de erradicación de analfabetismo y educación primaria entre sus empleados, por otro lado, se manifestó que tienen programas de identificación de competencias y orientación sobre planificación de carreras para sus empleados. Todas indicaron poseer presupuesto anual para capacitación.

Conducta frente a despidos. Los funcionarios que representaron las cinco empresas encuestadas indicaron que han tenido reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años, ante ello tres de ellas indicaron que acompañan y evalúan los índices de rotación de personal, pero solo una de ellas mantiene diálogos con entidades para reducir el impacto ante un posible cierre de planta o disminución de personal. Por otro lado, se puede identificar que gran parte de las empresas busca dirigir una comunicación directa con los trabajadores para comunicar sobre decisiones tomadas para reducción de personal.

Preparación para jubilación. Los cinco funcionarios indicaron que se informa a sus trabajadores sobre las diferencias de pertenecer a una AFP u ONP, pero ninguna ofrece un programa complementario de jubilación; es decir, ninguna de las empresas ha contemplado este ítem en su organización, así también no se involucra a los familiares en el proceso de preparación para la jubilación, no participan en la elaboración de programas para el adulto mayor ni apoyan campañas para la valoración de estos.

Estado de la gestión con enfoque en RSE en relación al medio ambiente y las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Para la valoración de los resultados obtenidos en relación al medio ambiente se determinan cinco indicadores, estos son: (a) compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental, (b) educación y concientización ambiental, (c) gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y el ciclo de vida de productos y servicios, (d) sustentabilidad de la economía forestal, y (e) minimización de entradas y salidas de insumos. Los dos indicadores iniciales hacen referencia a la responsabilidad frente a las generaciones futuras y los siguientes tres

indicadores muestran la relación con el gerenciamiento del impacto ambiental. En la Figura 9 se muestran las puntuaciones obtenidas para este indicador, los cuales se detallan por empresa en la Tabla B2.

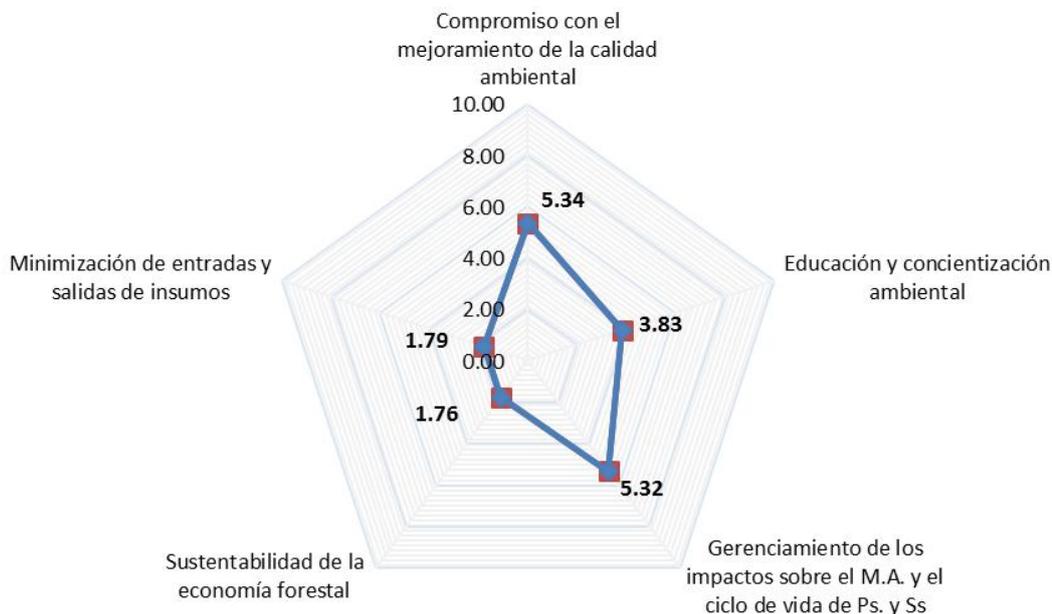


Figura 9. Estado de la gestión en relación a medio ambiente.

Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental. De las encuestas realizadas a los funcionarios de las empresas se puede mencionar que todas poseen una política ambiental que se encuentra explícita en su código de conducta y ética, a la vez cuentan con una persona responsable de medio ambiente en la compañía. Hay una menor preocupación hacia afuera de la compañía en participar en comités regionales y preservación de la biodiversidad. También en su mayoría tiene políticas de no utilización de insumos provenientes de la explotación ilegal.

Educación y concientización ambiental. Las empresas reconocen que parcialmente se realizan campañas internas y externas en cuanto a la educación y concientización para el consumo responsable de recursos naturales.

Gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y el ciclo de vida de productos y servicios. De acuerdo a las respuestas obtenidas de las empresas encuestadas, hay

un buen nivel de gerenciamiento de impactos ambientales y ciclo de vida de productos y servicios. Constantemente se trata de mejorar el cuidado de medio ambiente a través de monitoreo de flotas, planes de manejo de residuos, difusión y entrenamiento. También se prioriza la contratación de proveedores que tengan una buena política ambiental, sin embargo, tan una de las cinco empresas encuestadas ha recibido la certificación ISO 14001, que es un estándar internacional de gestión ambiental.

Sustentabilidad de la economía forestal. Casi en su totalidad las empresas encuestadas declaran a través de sus funcionarios que no tienen como parte de su estrategia empresarial en temas de responsabilidad social empresarial la gestión de preservación de bosques o programas de reforestación.

Minimización de entradas y salidas de insumos. En cuanto al control de entrada y salidas de insumos, las empresas declaran que en algunos casos tienen iniciativas de uso de energías renovables, pero en menor medida se tienen programas de control de contaminación, eficiencia energética, generación de residuos sólidos, reducción de emisiones y otros gases de efecto invernadero.

Estado de la gestión con enfoque en RSE en relación a los proveedores de las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Para la valoración de los resultados obtenidos en relación a los proveedores se determinan cuatro indicadores que permiten evaluar la selección, evaluación y alianza con proveedores, estos son: (a) criterios de selección y evaluación de proveedores, (b) trabajo infantil en la cadena productiva, (c) trabajo forzado en la cadena productiva, y (d) apoyo al desarrollo de proveedores. En la Figura 10 se muestran las puntuaciones obtenidas para este indicador, los cuales se detallan por empresa en la Tabla B3.

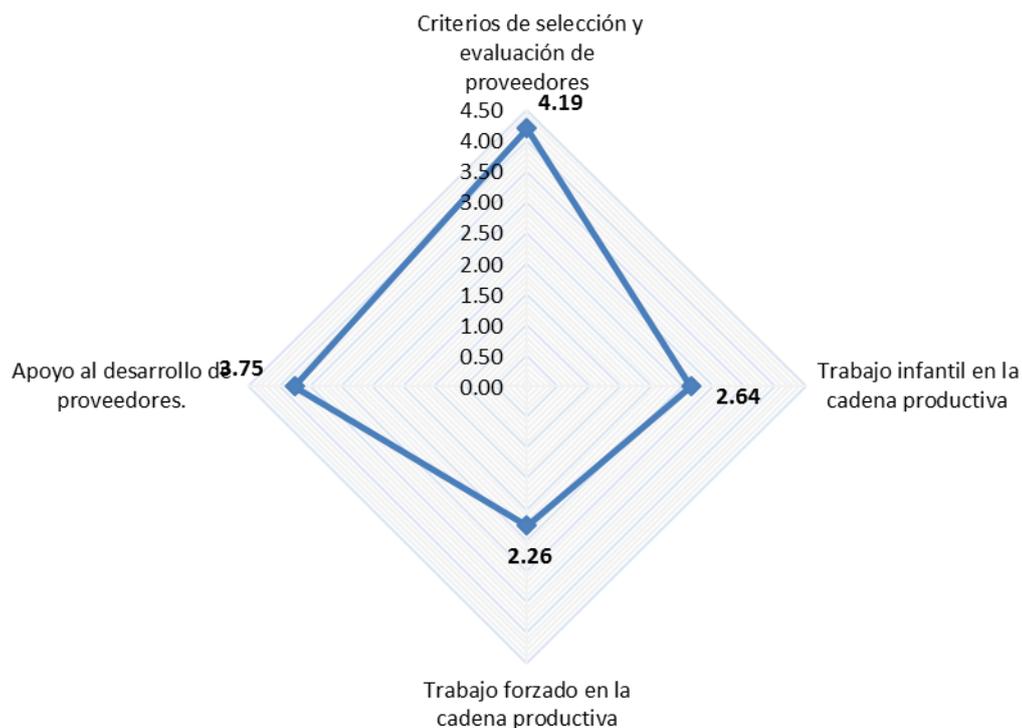


Figura 10. Estado de la gestión en relación a proveedores.

Criterios de selección y evaluación de proveedores. De las empresas encuestadas en la presente investigación se puede notar que, si bien todas incluyen temas referidos a selección de proveedores en sus códigos de ética y conducta, en la práctica existe muy poco interés en los temas relacionados con la responsabilidad social empresarial de los proveedores. Al parecer existe una mayor preocupación por los productos y servicios prestados por los proveedores que, por el medio en que estos son producidos o gestionados. Sin embargo, todas las empresas muestran mucha preocupación para evitar productos piratas, frutos de robo o mala procedencia.

Trabajo infantil en la cadena productiva. Prácticamente todas las empresas reconocen que no hacen un seguimiento a sus proveedores en cuanto al uso de trabajo infantil en sus cadenas productivas. Más allá de eso, tampoco incentivan o entrenan a sus proveedores en este tema con lo cual podría afirmarse que la mayor preocupación de las empresas está en los productos y servicios brindados, que, en los medios utilizados para conseguirlos.

Trabajo forzado en la cadena productiva. Al igual que en el caso de trabajo infantil en la cadena productiva, el trabajo forzado no es monitoreado por las empresas que participaron en esta investigación. Tampoco existe un programa de incentivación o entrenamiento a proveedores para hacer ver las terribles implicancias de tener trabajo forzado en la cadena productiva. Sin embargo, si existe una mediana preocupación por las empresas al momento de interactuar con un proveedor, de que este último, cumpla con la legislación laboral. Todo esto hace entender que las empresas encuestadas están más preocupadas hacia los proveedores en cumplir todos los aspectos legales, más no los de índole moral y ético.

Apoyo al desarrollo de proveedores. En cuanto al apoyo de desarrollo de proveedores, las empresas que participaron en esta investigación respondieron que parcialmente soportan la inclusión de proveedores pequeños que puedan ser excluidos por su falta de capacidad, medianamente soportan a las organizaciones que fomentan el comercio justo, los negocios inclusivos y con certificaciones socio ambientales. No concuerdan que el apoyo a la formación de cooperativas de proveedores sea una prioridad para su negocio y el apoyo es parcial.

Estado de la gestión con enfoque en RSE en relación a consumidores y clientes en las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Para la valoración de los resultados obtenidos en relación a los consumidores y clientes se determinan tres indicadores cuya finalidad está relacionada a mostrar resultados con base en la dimensión social del consumo, estos son: (a) política de comunicación comercial, (b) excelencia de la atención, y (c) conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios. En la Figura 11 se muestran las puntuaciones obtenidas para este indicador, los cuales se detallan por empresa en la Tabla B5.

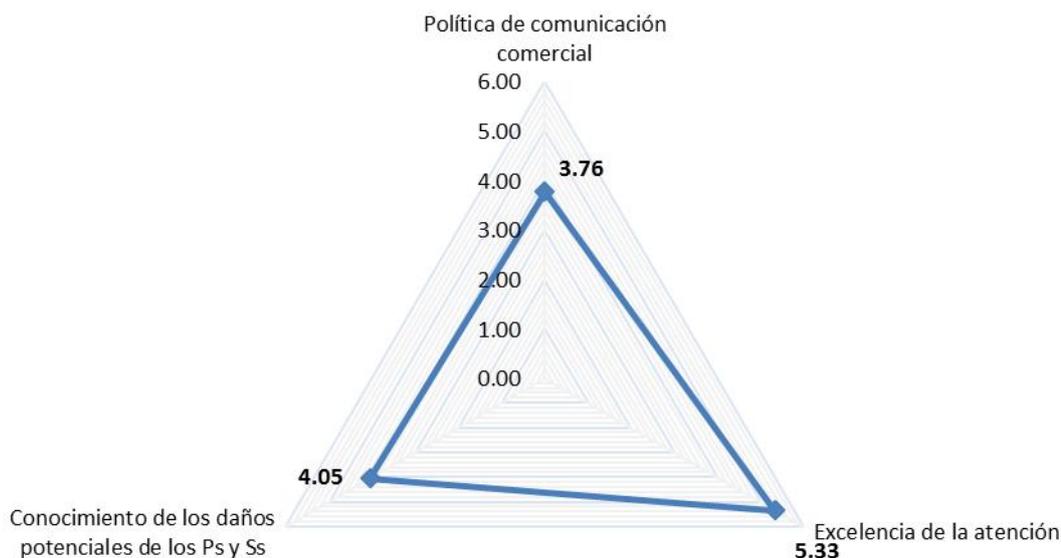


Figura 11. Estado de la gestión en relación a consumidores y clientes.

Política de comunicación comercial. Parcialmente las empresas encuestadas consideran que su política de comunicación comercial hacia sus consumidores y clientes esta explícita en su código de conducta y ética; sin embargo, consideran que la comunicación comercial en cuanto a sus productos y servicios se actualiza constantemente mostrando apertura y transparencia. En menor medida las empresas que participan en la presente investigación hacen una revisión de que los procesos de comunicación comercial cumplan algunos requisitos éticos como la utilización de menores de edad, situaciones prejuiciosas o faltas a la moral. También casi no ha habido reclamos por alguna comunicación comercial emitida en los últimos años.

Excelencia de la atención. Existe una alta preocupación de las empresas encuestadas por brindar una excelente atención al consumidor y al cliente. Todos consignan en su código de conducta y ética aspectos relacionados a la excelencia del servicio, potencialmente se puede suponer, que esto es identificado como motor clave para su negocio. En gran medida se ofrece servicios para atender consultas y reclamos de los clientes, promueve el entrenamiento e incentiva a su personal en la excelencia del servicio. Sin embargo, las empresas declaran que no han sido incluidas en algún premio al respecto en los últimos años.

Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.

En cuanto al tema de gerenciamiento de crisis por daños potenciales hacia los clientes y consumidores por los productos y servicios prestados, las empresas declaran que mantienen programas especiales de salud y seguridad para sus productos, así como tienen mecánicas de reacción rápida antes crisis eventuales. Ninguna empresa ha sido obligada a retirar uno de sus productos del mercado y tampoco han sido multadas por incumplimiento en el producto o servicio ofrecido. Sin embargo, en menor medida si hubo un caso de denuncia por incumplimientos en temas relacionados a salud y seguridad en él trabajo.

Estado de la gestión con enfoque en RSE en relación a la comunidad en las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Para la valoración de los resultados obtenidos en relación a la comunidad se determinan cuatro indicadores, estos son: (a) gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno, (b) relaciones con organizaciones locales, (c) financiamiento de la acción social, y (d) involucramiento con la acción social. Los dos primeros indicadores miden el nivel de relación e involucramiento de la empresa con la comunidad donde opera y su preocupación por atender temas de reclamos o inquietudes, por otro lado, los dos últimos indicadores tienen un enfoque mucho más colaborador con las necesidades sociales de la comunidad participando activamente en estas iniciativas a manera de voluntariado. En la Figura 12 se muestran las puntuaciones obtenidas para este indicador, los cuales se detallan por empresa en la Tabla B6.

Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno. De acuerdo a las respuestas obtenidas por los funcionarios de las empresas encuestadas, todas las empresas tienen claramente definida la comunidad de influencia y también la tienen presente en sus procesos decisorios como empresa. Tienen bastante presente en sus códigos de conducta y ética, valores y tipos de comportamiento adecuados en relación a la comunidad donde operan y lo promueven entrenando a sus empleados. Quizás en una medida un poco menor participa

en mejoramientos de infraestructura comunal o discusiones al respecto, pero si parte importante de su fuerza laboral pertenece a la comunidad de influencia. Sin embargo, ninguna de las empresas encuestadas reconoce indicadores claros de gestión de relacionamiento con la comunidad.

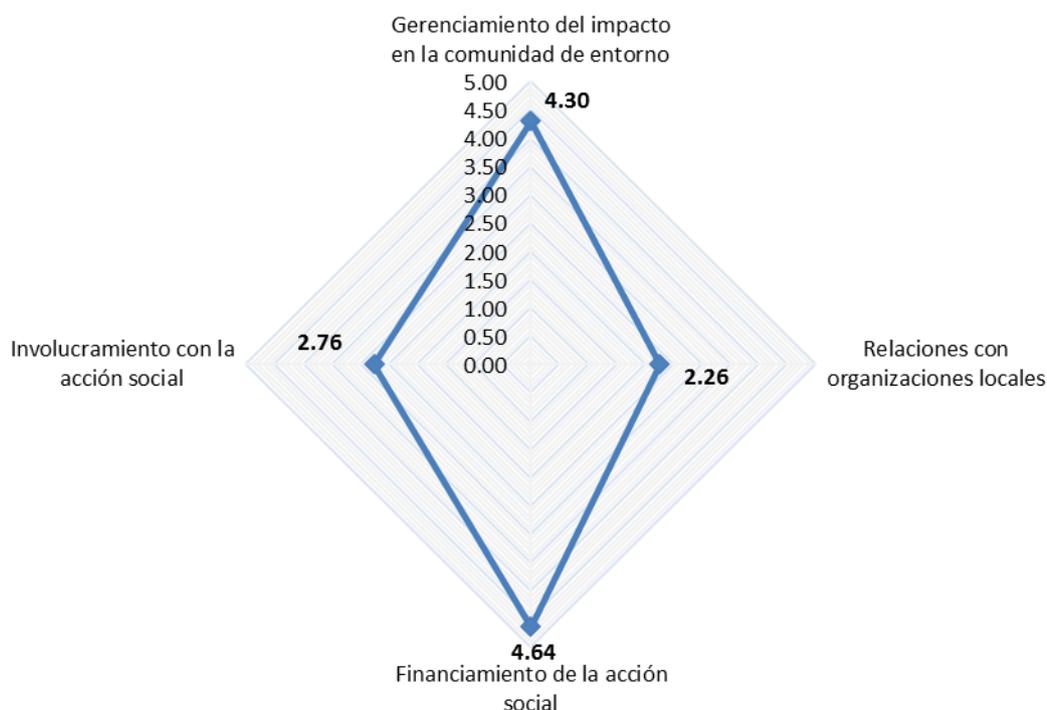


Figura 12. Estado de la gestión en relación a la comunidad.

Relaciones con organizaciones locales. Los resultados de las encuestas a los funcionarios de las empresas dan a conocer que el relacionamiento con organizaciones locales de la comunidad está en una etapa básica. Al parecer las acciones de relación con la comunidad no están basadas en estudios previos de necesidades no atendidas que puedan ser provistas por organizaciones locales, más bien, tienen un carácter proactivo, emotivo y poco estructurado.

Financiamiento de la acción social. Parcialmente las empresas encuestadas hacen financiamiento de acciones sociales mediante la planificación estructurada y el impulso de algunos grupos de interés en su entorno. En menor medida se utiliza especialistas o soporte

externo para determinar necesidades sociales que pretende atender y poco o nada se relaciona con otros organismos o instituciones locales para levantar información al respecto.

Involucramiento con la acción social. De acuerdo a las respuestas obtenidas de los funcionarios de las empresas encuestadas se concluye que no se hace uso de incentivos fiscales para hacer acción social. Sin embargo, si se trabaja en acción social al interior de la compañía promoviendo el dialogo y la participación de los trabajadores, aunque muy poco hacen uso de horas de trabajo para atender temas de acción social.

Estado de la gestión con enfoque en RSE en relación a gobierno y sociedad en las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Para la valoración de los resultados obtenidos en relación a gobierno y sociedad se determinan cinco indicadores, estos son: (a) contribuciones para campañas políticas, (b) construcción de la ciudadanía por las empresas, (c) prácticas anticorrupción y anti coima, (d) liderazgo e influencia social, y (e) participación en proyectos sociales gubernamentales. Los tres primeros indicadores miden el nivel de corrupción que pueda tener la empresa para favorecer económicamente a personas del sector público, autoridades e interesados claves en general para obtención de beneficios, mientras que los últimos dos dan muestra del nivel de participación de la empresa en el desarrollo de la sociedad mediante su participación activa en proyectos ya actividades. En la Figura 13 se muestran las puntuaciones obtenidas para este indicador, los cuales se detallan por empresa en la Tabla B7.

Contribuciones para campañas políticas. De acuerdo a las respuestas obtenidas por los funcionarios, las empresas que son parte de esta investigación nunca han sido vinculadas a partidos políticos por el financiamiento de sus candidatos; sin embargo, en poca medida las empresas desarrollan una estrategia de prevención de corrupción de funcionarios públicos y políticos. Es probable que, al no existir la posibilidad de relación con medios políticos, la empresa no vea necesario que esto forme parte de su estrategia.

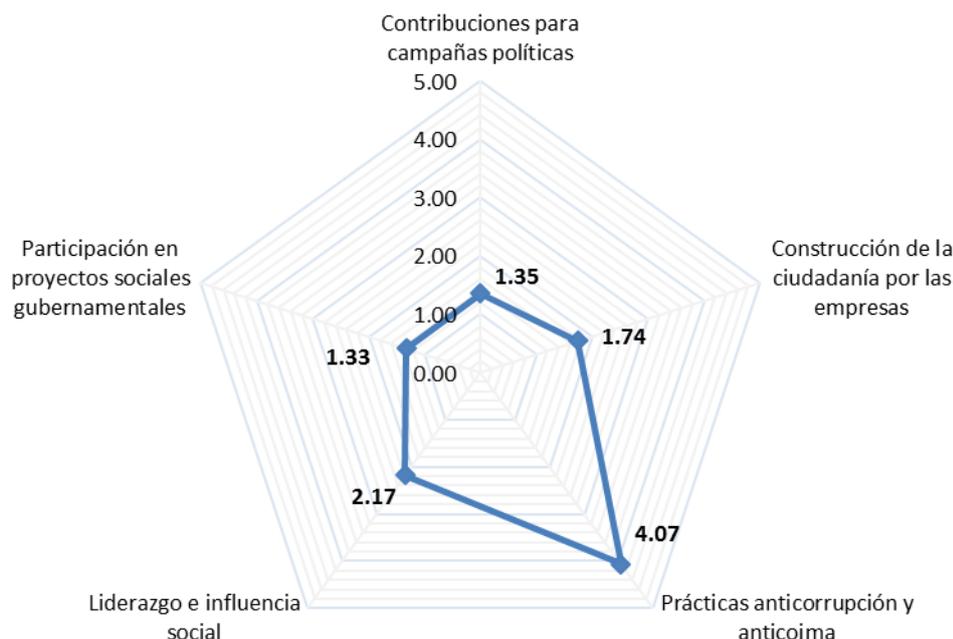


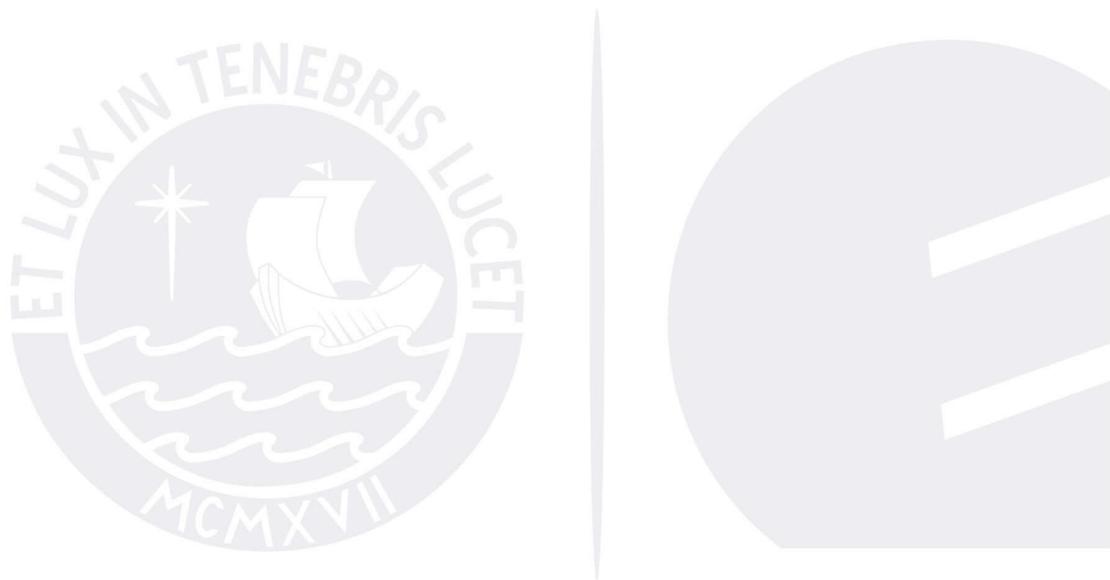
Figura 13. Estado de la gestión en relación a gobierno y sociedad.

Construcción de la ciudadanía por las empresas. Al igual que el indicador anterior, las empresas encuestadas no muestran mayor interés en participar en el acontecer político en la sociedad, tampoco influye en sus colaboradores para que ellos lo hagan. Posiblemente se mantienen al margen de los asuntos políticos al no verse beneficiados directamente de los resultados que puedan tener una elección política por uno u otro candidato.

Prácticas anticorrupción y anti coima. En muy poca medida, las empresas participantes en la presente investigación han sido relacionadas con escándalos de corrupción u ofrecimiento de coimas para la obtención de sus resultados o intereses, sin embargo, al igual que en el caso de contribución a campañas políticas, no existe claramente una estrategia de prevención de temas relacionados a corrupción.

Liderazgo e influencia social. De acuerdo a las respuestas obtenidas de las cinco empresas, no existe el mínimo interés de participar en actividades que fomenten el desarrollo de actividades sociales en busca de un mejoramiento en la calidad de vida de los ciudadanos. Potencialmente se puede mencionar que las empresas están mucho más enfocadas al interior de sus negocios de lo que pasa a su alrededor.

Participación en proyectos sociales gubernamentales. Al igual que en el indicador de liderazgo e influencia social, las empresas que están siendo investigadas muestran poco o nulo interés en participar en actividades de crecimiento social. No se involucra con el sector público en actividades relacionadas a temas sociales, posiblemente porque su interés principal este al interior de lo que sucede en su empresa.



Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

Posterior a la aplicación de la metodología y al haber procesado los resultados en la presente investigación, se detalla las conclusiones y recomendaciones, para las empresas del sector construcción de la Región Cajamarca en cuanto a la gestión en temas de responsabilidad social empresarial en el año 2015:

5.1. Conclusiones

El estado de la gestión de las empresas del sector construcción en Cajamarca en el año 2015 se encuentra en una etapa intermedia de acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de los indicadores Ethos – Perú 2021. Las empresas del sector construcción mantienen una postura defensiva sobre temas de RSE cumpliendo lo mínimo e indispensable exigido por la ley. Sin embargo, se empiezan a evidenciar algunos cambios y avances en sus prácticas de RSE interna, aunque no encuentren aún, beneficios tangibles de ser socialmente responsables.

El puntaje total obtenido de las empresas de sector construcción en Cajamarca fue de 902.45, lo cual indica según valoración de los indicadores Ethos – Perú 2021, una clara ubicación en Etapa dos o intermedia. Sin embargo, existen temas de RSE que las empresas del sector construcción en Cajamarca han desarrollado más que otros. Entre los más altos están: (a) valores, transparencia y gobierno corporativo con 173.05; (b) consumidores y clientes con 151.13 y (c) público interno con 149.14 puntos respectivamente. En una ubicación intermedia se encuentran: (a) medio ambiente con 124.51, (b) comunidad con 120.33 y (c) proveedores con 110.75 puntos respectivamente. Por último, muy por abajo, gobierno y sociedad con 73.54 puntos.

La distribución de valores obtenidos en cada uno de los siete temas de RSE da una muestra clara de que existe más preocupación en aspectos que la empresa ve cercanos y relacionados a sus resultados de corto plazo, en los cuales logra alcanzar una etapa dos

bastante avanzada hasta tres temprana. Mientras que en aspectos que considera más alejados de sus objetivos de corto plazo y no ve beneficios tangibles de trabajar en ellos, los deja de lado. En estos últimos, las empresas del sector construcción en Cajamarca caen hasta valores que las ubican en una etapa uno o totalmente reactiva.

Estado de la gestión en relación a valores, transparencia y gobierno corporativo. Las empresas del sector construcción de la región Cajamarca se encuentran en una etapa tres o avanzada en lo que respecta a valores, transparencia y gobierno corporativo. El valor obtenido de 173.05 indica una etapa tres bastante temprana, donde comienzan a identificar beneficios relacionados al buen manejo en términos de RSE en este tema. Una de las empresas que respondieron el cuestionario muestra un puntaje de 95.32, bastante inferior al obtenido por las demás. Una de las empresas que respondieron el cuestionario muestra un puntaje de 267.86, bastante superior al obtenido por las demás. Tres empresas que respondieron el cuestionario muestran los siguientes puntajes: (a) 150.76, (b) 177.87 y (c) 173.42), lo cual muestra una etapa dos o avanzada hasta alcanzar la etapa tres.

En general, el valor obtenido en valores, transparencia y gobierno corporativo, el cual es el más alto de los siete temas evaluados en las empresas del sector construcción de Cajamarca, indica un buen nivel de gestión de RSE al interior de la empresa. Existe claridad y difusión de los compromisos éticos en las estrategias centrales de la empresa. Se actúa con transparencia hacia el exterior de la empresa dando a conocer resultados operativos, financieros, ambientales y sociales. Sin embargo, evitan la participación de interesados claves externos, en la elaboración de los resultados de balance social y sostenibilidad. En suma, es probable que el tema de valores, transparencia y gobierno corporativo haya tomado fuerza, debido a los problemas sociales que ha afrontado Cajamarca en los últimos años.

Estado de la gestión en relación al público interno. Las empresas del sector construcción de la región Cajamarca se encuentran en una etapa dos o intermedia en lo que

respecta a público interno. El valor obtenido de 149.14 se encuentra casi en el punto medio de una etapa 2, donde si bien hay algunas acciones de cambio, en general, no se evidencia que las empresas vean rentable mejorar más en este tema. Solo una empresa alcanzó un puntaje total de 212.83, que la colocaría en una etapa tres, todas las demás empresas obtuvieron calificaciones que las ubicaron en etapa dos en cuanto a público interno. Dentro de los 13 indicadores analizados en público interno, podemos destacar como los más desarrollados: (a) políticas de remuneración, prestaciones y carreras con 6.22 puntos y (b) cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo con 5.80 puntos. Muy por debajo temas referidos a los compromisos con desarrollo infantil, no discriminación, no a la promoción de equidad entre otros.

Nuevamente, se ve en este tema, que las empresas del sector construcción de Cajamarca se preocupan más en unos temas de RSE que están relacionados con sus objetivos de corto plazo, que otros que no los consideran relevantes para sus intereses inmediatos. En este amplio tema desarrollado por Ethos-Perú 2021 en 13 indicadores, se denota más interés de las empresas en temas más tangibles como: (a) remuneración, (b) salud, (c) seguridad, (d) participación, (e) tercerización, (f) sindicatos y (g) condiciones de trabajo. Mientras que otros temas relacionados al público interno son dejados de lado como, por ejemplo: (a) niñez y desarrollo infantil, (b) diversidad, (c) discriminación, (d) equidad, (e) despidos y (f) preparación para jubilación.

Estado de la gestión en relación al medio ambiente. Las empresas del sector construcción de la región Cajamarca se encuentran en una etapa dos o intermedia en los que respecta a medio ambiente. El valor obtenido de 124.51 las coloca en una etapa dos aún temprana, lo cual muestra, que no hay mucha preocupación por desarrollar este tema. Una empresa de las cinco logra alcanzar la etapa tres con un puntaje de 185.25, por el contrario, otra de ellas solo alcanza la etapa uno con un puntaje bastante bajo de 80.36. Las demás

empresas se encuentran en etapa dos de acuerdo a los puntajes obtenidos. Dentro de los cinco indicadores incluidos, las empresas han desarrollado más el compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental y el gerenciamiento de impactos con valores de 5.34 y 5.32 respectivamente. Los indicadores de educación ambiental, economía forestal y minimización de entradas y salidas muestran poco desarrollo.

Los resultados obtenidos, denotan una clara intención de las empresas del sector construcción en Cajamarca, en trabajar la parte de gestión ambiental al interior de sus empresas. Buscan alinear temas relacionados al medio ambiente para mejorar los aspectos de eficiencia de sus procesos. Por el contrario, aspectos ajenos o lejanos a los intereses de las empresas del sector construcción en Cajamarca, son dejados de lado. Un claro ejemplo de ello es el valor del indicador de sustentabilidad de la economía forestal que tan solo alcanzó un valor promedio de 1.76 entre las empresas que respondieron el cuestionario. Inclusive una de ellas en una actitud totalmente sincera le adjudicó un valor de cero, reconociendo que, para los intereses particulares de su empresa, los temas forestales, son totalmente irrelevantes.

Estado de la gestión en relación a los proveedores. Las empresas del sector construcción de la región Cajamarca se encuentran en una etapa dos o intermedia en lo que respecta a su gestión de proveedores en temas de RSE. El valor obtenido de 110.75 muestra que, aunque se encuentre en etapa dos, está aún es bastante insipiente. En realidad, solo tres de las empresas alcanzan una etapa dos con puntajes de 98.91, 163.6 y 134.89. Las otras dos empresas solo alcanzaron a través de sus puntajes la etapa uno. De los cuatro indicadores en este tema se muestra un mejor trabajo en selección, evaluación y desarrollo de proveedores con valores de 4.19 y 3.75 respectivamente. Mientras que los temas relacionados al monitoreo de trabajo infantil y forzado solo alcanzan valores de 2.64 y 2.26 respectivamente.

Se concluye en sí, que la relación cercana con los proveedores de las empresas del sector construcción de la región Cajamarca es mucho más importante, que lo que ellos hagan

en sus procesos internos para poder abastecer con bienes y servicios a sus clientes. La elección, evaluación y potencialmente el desarrollo de sus socios estratégicos posiblemente para poder obtener beneficios al interior de las empresas es mucho más importante que profundizar en que tan éticos y morales son sus procesos internos para producir bienes y servicios. En este sentido saber si utilizan labor forzada o niños para obtener lo que ellos desean de los proveedores no es prioridad para las empresas del sector construcción de Cajamarca.

Estado de la gestión en relación a los consumidores y clientes. Las empresas del sector construcción de la región Cajamarca se encuentran en una etapa dos o intermedia en lo que respecta a su relación con consumidores y clientes. Con un valor obtenido de 151.13, muestran una sólida posición en la etapa dos, denotando que pronto las acciones básicas serán vistas como necesarias para las empresas en cuanto a su gestión con los consumidores y clientes. Dos de las cinco empresas lograron alcanzar puntajes para la etapa tres, estos fueron 214.06 y 245.54. Una obtuvo un puntaje bajo de 78.41 que la ubicada en la etapa uno mientras que las otras dos alcanzaron la etapa dos. De los tres indicadores evaluados la excelencia en la atención destacó con un puntaje de 5.33 mientras el conocimiento de potenciales daños y comunicación comercial obtuvieron valores de 4.05 y 3.76 respectivamente.

Las empresas del sector construcción en Cajamarca muestran un buen nivel de preocupación en relación con sus consumidores y clientes. Potencialmente más allá del tema de responsabilidad social empresarial, los ven como una pieza clave y fundamental en la continuidad y evolución de sus negocios. Destaca la importancia que se le da a la excelencia en la atención, probablemente porque esta suceda en mayor medida antes o durante la gestión comercial de la venta de servicio. Los potenciales daños por productos fuera de estándar o adulterados, así como la comunicación comercial se ven como temas de soporte, por lo cual

se muestra un interés secundario. Probablemente la importancia de este tema de responsabilidad social empresarial sea transversal a empresas de diferentes sectores por lo estratégico para sus resultados.

Estado de la gestión en relación a la comunidad. Las empresas del sector construcción de la región Cajamarca se encuentran en una etapa dos o intermedia bastante insipiente en lo que respecta a su relación con la comunidad donde operan. Tan solo alcanzan una calificación de 120.33 en base a la forma de valoración de los indicadores Ethos Perú 2021. Claramente no ven beneficios de ser socialmente responsables con la comunidad donde desarrollan sus operaciones. Cuatro de las empresas alcanzan independientemente una etapa dos mientras que una quinta empresa solo alcanzó en base a su puntuación colocarse en la etapa uno. Los indicadores más desarrollados son: (a) Gerenciamiento del impacto en la comunidad con 4.30 de puntuación y (b) financiamiento de la acción social con 4.64 de puntuación. Mientras que relación con organizaciones locales e involucramiento con la acción social obtuvieron 2.26 y 2.76 respectivamente.

Los resultados obtenidos denotan que las empresas del sector construcción en Cajamarca están mucho más propensas a colaborar con la acción social que involucrarse con ella. Esto denota una actitud más emotiva y proactiva que realmente analizada y pensada respecto a la acción social. Este apoyo poco estructurado y sin encaminar sus acciones en base a información de estudios previos u organismos públicos puede no ser eficaz en el mediano o largo plazo. Es muy probable que, al haber estado la Región Cajamarca bastante convulsionada por temas sociales en los últimos años, exista un interés de las empresas del sector construcción en ser bien vistas por la comunidad donde operan. Por otro lado, su bajo puntaje en el relacionamiento con organizaciones locales comprueba que existe poco interés en la convivencia social que solo se reduce a un apoyo muchas veces económico.

Estado de la gestión en relación al gobierno y sociedad. Las empresas del sector construcción de la región Cajamarca se encuentran en una etapa uno o básica en lo que respecta a su relación con el gobierno y la sociedad. Se obtuvo el puntaje más bajo de los siete temas analizados en la presente investigación, este fue 73.54. Tres de las empresas solo alcanzaron la etapa uno con su calificación y si bien dos lograron llegar a la etapa dos, sus puntajes fueron bastante bajos para esta etapa. De los cinco indicadores evaluados, el único con mejor valoración es el referido a prácticas anticorrupción y anticoima con una puntuación de 4.07. Todos los demás referidos a temas políticos, construcción de ciudadanía, liderazgo social y participación en proyectos gubernamentales tienen puntajes muy bajos.

Los puntajes obtenidos muestran el poco interés de las empresas del sector construcción de Cajamarca en lo que sucede a su alrededor en términos de gobierno y sociedad. Sólo muestran un mayor interés al interior de sus empresas, en la medida que sus funcionarios no se vean involucrados en actos de corrupción, puesto que, de ser descubiertos mancharían el prestigio de la empresa. Es muy probable que al estar delimitando esta investigación a empresas que facturan alrededor de diez millones de soles anuales y pertenecer al rubro de pequeñas o medianas empresas de construcción, consideren poco rentable o atractivo su relacionamiento con temas políticos o sociales, a diferencia de empresas mucho más grandes y establecidas, con una visión a largo plazo y necesidad de posicionamiento de su marca en la sociedad donde operan.

5.2. Recomendaciones

5.2.1. Recomendaciones prácticas

- La muestra tomada para la presente investigación nos da a conocer el estado de la gestión de las empresas de construcción en Cajamarca, en relación a temas de responsabilidad social empresarial. Sin embargo, las conclusiones obtenidas podrían reafirmarse o no, con el involucramiento de un mayor

número de empresas del sector. Adicionalmente a este punto se pueden incluir más empresas con diferentes rangos de facturación y así poder encontrar una posible correlación entre capacidad económica de la empresa con su interés en temas de responsabilidad social empresarial.

- Todas las empresas que participaron a través de sus funcionarios en la presente investigación declaran tener al menos una persona que se encarga de los temas de responsabilidad social. Sin embargo, viendo el nivel intermedio que han alcanzado las empresas del sector, se hace necesario indagar si la figura del representante social cumple este fin o simplemente están haciendo otras funciones ajenas para mejorar su imagen como empresa (filantropía). Si fuera este el caso, se recomienda a las empresas del sector construcción en Cajamarca, brindar el soporte y respaldo suficiente al representante de la RSE de la empresa, para un real cumplimiento de sus funciones.
- Los resultados presentados nos dan a entender que las empresas del presente estudio no han interiorizado a la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta estratégica, si hay que elegir entre RSE y eficacia operativa, la RSE pasa a segundo plano. Se recomienda a los gremios de construcción, colegio de ingenieros y demás involucrados, suscribir un pacto ético donde se consideren aspectos de RSE para que todas las empresas compitan en iguales condiciones.
- Se recomienda implementar en las empresas del sector construcción la formación de un área que se haga cargo de temas medio ambientales, con la finalidad de atenuar las deficiencias existentes en cuanto a este tema de vital importancia en la región.

- Se recomienda a las empresas del sector construcción, implementar la homologación de proveedores, garantizando así que las empresas que suministran las materias primas necesarias para el cumplimiento de entrega de obra, guarden estándares internacionales como ISO.

5.2.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

- Para efectos de trazabilidad sería bueno en futuras investigaciones aplicar un diseño no experimental longitudinal, con el objetivo de ver el desarrollo o evolución del estado de la gestión bajo el enfoque de la responsabilidad social empresarial a lo largo del tiempo.
- La presente investigación estuvo delimitada a un representante de cada organización; sin embargo, se recomienda evaluar la posibilidad de elegir un mayor número de representantes de cada empresa para obtener una información más amplia en cada uno de los temas estudiados.
- Se recomienda para futuras investigaciones se considere un comparativo de la etapa en la que las empresas y sus funcionarios consideran estar, versus los resultados obtenidos del análisis de los indicadores Ethos-Perú 2021, esto serviría a las empresas para saber en qué están fallando o cual es la razón del porque existe diferencia entre su percepción y la realidad analizada.
- Se recomienda que la aplicación del cuestionario sea de forma directa y presencial, a pesar de que la herramienta Ethos permita realizar el cuestionario de manera virtual, ello con la finalidad de cumplir con dos objetivos: (a) evitar la interpretación errónea de las preguntas por parte de los funcionarios, y (b) obtener la mayor cantidad de respuestas a las preguntas.
- Al estar en una etapa intermedia de gestión de RSE, las empresas del sector construcción del presente estudio denotan que no están del todo alineadas con

las tendencias mundiales de responsabilidad social, en la que los consumidores exigen de las empresas mayor cuidado del medio ambiente entre otros aspectos. Los empresarios no ven este tema como prioritario y consideran que es un gasto que no reditúa en ingresos para sus empresas; por lo tanto, sería importante llegar a conocer cuáles son las razones por las cuales no se ha interiorizado los temas de responsabilidad social.

- Sería recomendable revisar la metodología de los Indicadores Ethos-Perú 2021 en cuanto a su valoración, puesto a que se le da un mismo peso a cada uno de los temas evaluados, no siendo esto correcto para empresas de diferentes sectores y tamaños, donde algunos temas de RSE tengan mucho menos o más relevancia que otros. Por otro lado, se debería revisar la variabilidad que existe entre la cantidad de indicadores de un tema con respecto a otro, lo cual puede dar una idea errónea que ciertos temas de la responsabilidad social tienen más relevancia que otros.

5.2.2. Contribuciones

- La presente investigación contribuye con la región Cajamarca, en conocer cuál es el estado de la gestión con enfoque en responsabilidad social empresarial de las empresas del sector construcción en el año 2015. Con esta información las empresas del sector pueden determinar cuáles son las oportunidades de mejora en temas de responsabilidad social, con la finalidad de que su gestión sea integral.
- La presente investigación contribuye con la región Cajamarca, en conocer cuáles son los temas más relevantes de responsabilidad social empresarial para las empresas del sector construcción en el año 2015. Notándose que los temas

más desarrollados de responsabilidad social están estrechamente relacionados con los resultados tangibles y de corto plazo de las empresas.

- La presente investigación contribuye en dar a conocer a la sociedad en general, cuales son los lineamientos rectores de la responsabilidad social empresarial en las empresas del sector construcción de la región Cajamarca. Permitiendo sentar las bases para futuras investigaciones, no solamente relacionadas al sector construcción; sino, a los diversos sectores productivos y económicos de la región.



Referencias

- Acción Empresarial. (2003). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el Mundo*. Santiago, Chile: Autor.
- Alavedra, P. (1997). La construcción sostenible: El estado de la cuestión. *Informes de la Construcción*, 451(49).
- Alonso-Almeida, M., Rodriguez, M., Cortez, K., & Abreu, J. (2012). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: Un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. *Contaduría y Administración*, 1(57), 53-77.
- Anshen, M. (1970). Changing the Social Contract: A role for Business. *Columbia University Graduate School of Business*, 6(5), 6-14.
- Arias, Y., & Linares, M. (2008). *Desarrollo de un reporte de sostenibilidad basado en la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) aplicado a la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Austin, J. (2005). Alianzas Sociales en América Latina. *Social Enterprise Knowledge Network*, 65.
- Backhaus, K. B., Stone, B. A., & Heiner, K. (2002). Exploring the relationship between corporate social performance and employer attractiveness. *Business and Society*, 41(3), 292-318.
- Barroso, F. (2007, Septiembre-Diciembre). Responsabilidad social empresarial: concepto y sugerencias para su aplicación en empresas constructoras. *Ingeniería*, 11(3), 65-72.
- Barroso, F. (2008a). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida. *Contaduría y Administración*, 226, 73-91.
- Barroso, F. G. (2008b). Ganancia máxima o ganancia óptima. *Desarrollo Empresarial*, 110(11), 35-38.

- Bartl, K. (2014). El análisis del Ciclo de vida en el sector de construcción. *Civilizate*, 46-48.
- Bartra, J. (2000). *Seguridad y Salud en el trabajo de Contrucción: El caso de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú*. Lima, Perú: Oficina Internacional del Trabajo (OIT) - Equipo Técnico Multidisciplinario para los Países Andinos.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper.
- Canessa, G., & García, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y el Mundo*. Lima, Perú: Siklos.
- Caravedo, B. (1996, Noviembre). Hacia una estrategia de Responsabilidad Social: Empresa, Liderazgo y Sociedad. *Perú 2021 y SASE*, 45.
- Caravedo, B. (2004). El nuevo significado de la Empresa. *Punto de Equilibrio*, 65-68.
- Carpio, B. (2012). *Indicadores Ethos-Perú 2021 de Responsabilidad Social Empresarial: Metodología de Aplicación*. Lima, Perú: Perú 2021.
- Carrol, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* 34(4), 39-48.
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social. *Semestre Económico*, 20(10), 87-102.
- Cúneo, F., Le Bienvenu, H., Arboccó, R., Campos, R., & Canessa, G. (2005, Mayo). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo: Modelo de Responsabilidad Social Empresarial Perú 2021*. Lima, Perú: Siklos.
- De la Cuesta, M. (2004, 5 de setiembre). El porqué de la Responsabilidad Social Corporativa. *Boletín Económico de Información Comercial Española*, 2813, 45-57.

- Díaz, D., Filomeno, M., & Rizo-Patron, C. (2007). *Relación y compromisos con los Grupos de Interés: Hacia una Responsabilidad Social Empresarial Estratégica*. Lima, Perú: Perú 2021.
- Drucker, P. (1996). La gestión en tiempos de grandes cambios. *Gestión 2000*, 83.
- Franco, P. (2007, Mayo). *Diagnóstico de la responsabilidad social en el Perú*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Freeman, R. (1990). Corporate governance: A stakeholder interpretation. *Journal of Behavioral Economics*. 19(4), 337-359.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 13, 32-33, 122-124.
- Fuentes, F., Nuñez, J., & Veroz, R. (2005). Alternativas de cumplimiento de responsabilidad social corporativa en gestión de recursos humanos. *Universia Business Review*, 7, 68-89.
- Gutierrez, & Oliva. (2010). *El Sector de la Construcción en el Perú*. Lima, Perú: Oportunidades de Inversión y Cooperación Empresarial - Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Perú.
- Hernández, R., Baptista, P., & Fernández, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México: McGraw-Hill.
- Jara, A., Quispe, E., Sanchez, A., Barraza, C., Torres, D., Paucarpura, C., Loarte, A. (2014). *Estudio del Sector Construcción: Identificación de las ocupaciones demandadas a nivel nacional*. Lima, Perú: Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo - Alfa & Omega.
- Kotler, P. (1991). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Mexico D.F., México: Prentice Hill.
- Lucas, R. (1998). El porqué de la Responsabilidad Social Corporativa. *Boletín Económico de Información Comercial Española*, 2813, 52-53.

- Medina, L. M. (2006). X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de San Luis de Potosí. *La Responsabilidad Social de la Empresa*. Congreso desarrollado en San Luis Potosí, Argentina.
- Maignan, I., Ferrel, O. C., & Hult, G. T. (1999). Corporate Citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 455-469.
- Marquina, P., Goñi, N., Rizo-Patron, C., Castelo, L., Castro, R., Morice, J., Velasquez, I., & Villaseca, M. (2011). *Diagnóstico de la Responsabilidad Social en Organizaciones Peruanas: Una aproximación Interinstitucional y Multidisciplinaria*. Lima, Perú: Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú - CENTRUM Católica.
- Moore, G. (2001). Corporate social and financial performance: An investigation in the UK supermarket industry. *Journal of Business Ethics*, 34(3), 299-315.
- Navarro, J. L., & González, J. M. (2006). Responsabilidad social corporativa y crecimiento económico. *Estudios de Economía Aplicada*, 24(2), 723-749.
- Peru 2021. (2010). *Indicadores Ethos-Perú 2021 de Responsabilidad Social Empresarial*. Lima, Perú: Autor.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2003). La filantropía empresarial como ventaja competitiva. *Harvard Deusto Business Review*, 112, 7-20.
- Portocarrero, F. (2002). Giving and Volunteering in the Americas from Charity to Solidarity. Peruvian Philanthropy: A historical perspective. *Harvard Review of Latin America - Spring*, 53-56.
- Portocarrero, F., Sanborn, C., Cueva, H., & Millán, A. (2000, Diciembre). *Más allá del individualismo: El tercer sector en el Perú*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

- Portocarrero, F., Sanborn, C., Llusera, S., & Quea, V. (2000). *Empresas, Fundaciones y Medios: La responsabilidad social en el Perú*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Robbins, S. P. (1996). *Administración*. México D.F., México: Prentice Hill.
- Rojas, M., Zali, B., Turcotte, M., & Kooli, M. (2006). X Congreso anual de la Academia de Ciencias Administrativas - Universidad Autónoma de San Luis de Potosí. *Corporate social responsibility, the stakeholder approach and beyond: In search of theoretical explanations. Doing well while doing good*. Congreso desarrollado en San Luis de Potosí, Argentina.
- Rozas, A. (2009). La Responsabilidad Social de las Empresas. *Revista de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 16(32), 121-133.
- Schwalb, M., & Malca, O. (2004). *Responsabilidad Social: Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Schwalb, M., & Malca, O. (2008). *Responsabilidad Social: Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Simpson, W. G., & Kohers, T. (2002). The link between corporate social and financial performance: Evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics*, 35(2), 97-109.
- Vasallo, & Izquierdo. (2000). Infraestructura pública y participación privada: Concepto y experiencia en América y España. *CAF Banco de Desarrollo de América Latina*, 294-302.

- Vives, A., & Peinado-Vara, E. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. *Fondo Multilateral de Inversiones - Banco Interamericano de Desarrollo*, 71-74, 191-192.
- Weeks, J. (1998). Riesgos en el Sector de la Construcción: Riesgos de salud y seguridad en el sector de la construcción. *Construcción - Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo*, 93, 2.
- Zapata, L. (2012). *Aproximación a una legislación nacional en responsabilidad social empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.



Apéndices

Apéndice A: Consentimiento Informado

Hoja de Información para participar en la Investigación

Yo, _____, estudiante del Programa MBA Gerencial Cajamarca IX, de Centrum Graduate Business School. Pontificia Universidad Católica del Perú, vengo a exhortar su participación de esta Investigación que se titula: **“Diagnóstico del estado de la gestión con enfoque de RSE en las empresas del sector construcción en la Región Cajamarca”**.

El propósito de esta investigación es proporcionar conocimiento sobre el estado de la gestión de las empresas de construcción en la región Cajamarca, con enfoque en responsabilidad social empresarial, de acuerdo a los indicadores Ethos-Perú 2021 y cuyos objetivos específicos de estudio son siete. Para la investigación deberá responder libre y voluntariamente a una guía de entrevista estructurada para esta investigación, la misma consta de preguntas que están divididas en siete módulos referentes a: (a) Valores, transparencia y gobierno corporativo, (b) Público interno, (c) Medio Ambiente, (d) Proveedores, (e) Consumidores y clientes, (f) comunidad, (g) Gobierno y sociedad. Proveedores, (e) Consumidores y clientes, (f) comunidad, (g) Gobierno y sociedad.

Por tal motivo, solicito que su valioso aporte y participar en nuestra investigación y responder a la guía de preguntas con la Hoja de Consentimiento Informado. Si además necesita alguna información adicional, puede comunicarse al teléfono: _____ o comunicarse vía correo electrónico a: _____.

Gracias por su interés y colaboración.

Muy cordialmente,

- | | | |
|-----------|--------------|--------------------|
| 1.- _____ | Código _____ | MBA – Cajamarca IX |
| 2.- _____ | Código _____ | MBA – Cajamarca IX |
| 3.- _____ | Código _____ | MBA – Cajamarca IX |
| 4.- _____ | Código _____ | MBA – Cajamarca IX |

Su participación en esta investigación es libre y voluntaria, es decir, tiene el derecho de no participar si así lo desea. Si desea información adicional sobre este estudio y los hallazgos de la misma puede contactarse conmigo a: _____

Si está dispuesto a participar, favor de leer cuidadosamente el siguiente enunciado y firmar en el espacio correspondiente.

Entiendo el propósito de este proyecto de investigación titulado: **“Diagnóstico del estado de la gestión con enfoque de RSE en las Empresas del sector construcción en la Región Cajamarca”**. Además, que se me ha informado sobre mis derechos de participar o no. Entiendo que la participación es libre, voluntaria, y confidencial. Entiendo que puedo retractarme de participar. Entiendo todos mis derechos y deseo participar en este proyecto de investigación”

Empresa

Estudiante

Figura 14. Hoja de información para participar en la investigación.

Hoja de Consentimiento para participar en el Estudio

Yo, _____, certifico que he sido informado sobre el propósito, procedimientos, beneficios, y manejo de la investigación titulada: **“Diagnóstico del estado de la gestión con enfoque de RSE en las Empresas del sector construcción en la Región Cajamarca”**

He leído el documento Hoja de Información del Estudio, y entiendo claramente cada uno de los aspectos antes mencionados. Certifico a su vez que he entendido mis derechos como participante de este estudio y voluntariamente consiento a participar en el mismo. Además, entiendo de qué se trata y las razones por las que se está llevando a cabo.

Empresa

Estudiante

Figura 15. Hoja de consentimiento para participar en el estudio.

Apéndice B: Resultados por indicador

Tabla B1

Puntaje Obtenido en Valores, Transparencia y Gobierno

	Compromisos éticos	Arraigo en la cultura organizativa	Gobierno Corporativo	Relaciones con la competencia	Diálogo con grupos de interés	Balace social
Empresa 1	7.5	4.93	2.22	4.76	2.25	4.57
Empresa 2	7.4	7.28	2.3	4.82	4.78	4.35
Empresa 3	6.62	7.5	7.46	10	7.5	7.5
Empresa 4	2.45	2.39	2.23	4.94	2.36	2.21
Empresa 5	4.86	7.17	6.9	4.41	4.57	2.25
	5.77	5.86	4.22	5.79	4.29	4.17

Tabla B2

Puntaje Obtenido en Medio Ambiente

	Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental	Educación y concientización ambiental	Gerenciamiento de los impactos sobre el M.A. y el ciclo de vida de Ps. y Ss	Sustentabilidad de la economía forestal	Minimización de entradas y salidas de insumos
Empresa 1	7.08	2.17	4.63	2.17	2.17
Empresa 2	9.81	5	7.36	2.28	2.39
Empresa 3	2.5	5	4.91	2.17	0
Empresa 4	4.91	4.57	7.22	0	2.23
Empresa 5	2.41	2.39	2.5	2.17	2.17
	5.34	3.83	5.32	1.76	1.79

Tabla B3

Puntaje Obtenido en Proveedores

	Criterios de selección y evaluación de proveedores	Trabajo infantil en la cadena productiva	Trabajo forzado en la cadena productiva	Apoyo al desarrollo de proveedores.
Empresa 1	4.67	2.17	0	2.17
Empresa 2	2.34	2.17	2.28	4.67
Empresa 3	2.17	2.34	2.17	2.42
Empresa 4	7.26	2.17	2.28	7.26
Empresa 5	4.51	4.35	4.57	2.21
	4.19	2.64	2.26	3.75



Tabla B4

Puntaje Obtenido en Público Interno

	Relaciones con sindicatos u otras instituciones	Gestión participativa	Compromiso con el futuro de los niños	Compromiso con el desarrollo infantil	Valoración de la diversidad	Compromiso con la no discriminación	Compromiso con la promoción de la equidad de género	Relaciones con trabajadores tercerizados	Política de remuneración, prestaciones y carrera,	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	Compromiso con el desarrollo profesional	Conducta frente a despidos	Preparación para jubilación
Empresa 1	2.17	2.50	2.17	2.24	2.38	2.34	2.17	4.86	4.73	4.59	4.48	4.87	2.23
Empresa 2	4.35	7.50	4.84	2.30	4.85	2.34	4.72	2.17	7.17	9.84	4.74	4.61	4.46
Empresa 3	6.52	7.50	10.00	7.38	7.50	7.50	2.50	6.63	7.50	7.50	5.00	2.44	2.23
Empresa 4	4.78	2.50	2.42	2.21	4.69	2.34	2.29	7.17	4.51	2.21	2.24	2.24	2.23
Empresa 5	7.17	5.00	2.17	2.21	4.35	2.17	2.27	4.64	7.17	4.84	4.61	4.48	2.23
	5.00	5.00	4.32	3.27	4.75	3.34	2.79	5.09	6.22	5.80	4.21	3.73	2.67



Tabla B5

Puntaje Obtenido en Consumidores y Clientes

	Política de comunicación comercial	Excelencia de la atención	Conocimiento de los daños potenciales de los Ps y Ss
Empresa 1	2.24	2.28	2.30
Empresa 2	4.61	7.26	0.00
Empresa 3	2.50	7.42	8.70
Empresa 4	7.21	7.26	6.89
Empresa 5	2.24	2.45	2.38
	3.76	5.33	4.05

Tabla B6

Puntaje Obtenido en Comunidad

	Gerenciamiento del impacto en la comunidad de entorno	Relaciones con organizaciones locales	Financiamiento de la acción social	Involucramiento con la acción social
Empresa 1	4.73	2.17	4.67	4.59
Empresa 2	7.17	2.17	4.78	4.76
Empresa 3	2.42	2.42	9.35	0.00
Empresa 4	4.84	2.34	2.23	2.26
Empresa 5	2.34	2.17	2.17	2.17
	4.30	2.26	4.64	2.76

Tabla B7

Puntaje Obtenido en Gobierno y Sociedad

	Contribuciones para campañas políticas	Construcción de la ciudadanía por las empresas	Prácticas anticorrupción y anticoima	Liderazgo e influencia social	Participación en proyectos sociales gubernamentales
Empresa 1	2.17	2.17	2.17	0.00	0.00
Empresa 2	2.34	2.17	5.00	0.00	0.00
Empresa 3	0.00	0.00	6.52	4.35	2.28
Empresa 4	0.00	2.17	2.28	4.35	2.17
Empresa 5	2.26	2.17	4.35	2.17	2.17
	1.35	1.74	4.07	2.17	1.33

