

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



**Estado de la Gestión con Enfoque en Responsabilidad Social Empresarial**  
**en las Empresas del Sector Agroindustrial de la Región Piura**

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

**PRESENTADA POR**

**Lourdes Beatriz Ángeles Liza**

**Roberto Rodolfo Chevarría Ramos**

**Sonia Emiko Sánchez Huchiyama**

**Asesor: Kelly Rojas Valdez**

**Piura, octubre del 2016**

## Agradecimientos

Expresamos nuestra mayor gratitud y aprecio:

A Dios, por ser nuestra guía y fuerza en todo momento.

A nuestras familias, por su comprensión y apoyo incondicional para culminar con éxito la maestría.

A nuestra asesora, la profesora Kelly Rojas, por el tiempo dedicado, la orientación, y motivación durante el desarrollo de la presente investigación.

A CENTRUM Católica y sus docentes, quienes contribuyeron a nuestro desarrollo personal y profesional.



## **Dedicatorias**

A Dios, por su infinito amor; a mi esposo, Antonio, por su amor, comprensión y apoyo incondicional en todo momento; a mis padres, Pedro y Lola, por sus grandes enseñanzas y ejemplo de vida; a mis hermanos, Luis Fernando y Carola, por su invaluable cariño y amistad.

Lourdes Ángeles Liza

A mis hijos, Piero y Francesca, que supieron comprender mi ausencia; a mi esposa, Jessica, por su apoyo para que alcance este objetivo; a mi madre, Doris, por sus palabras de bondad y cariño; a mi padre, Julio, por sus sabios consejos; a mi hermana Janett e hijos, por su incondicional apoyo; a todas aquellas personas que me motivaron a continuar en este reto; y a Dios, que es mi guía espiritual.

Roberto Chevarría Ramos

A Dios, por ser mi guía; a mis padres, Ana y Adolfo, por su ejemplo de vida; a mis hermanos, Harumi, Kenji y Yoshio, por apoyarme en todos los proyecto que emprendo.

A Nelson, por su amor, paciencia y apoyo durante el desarrollo de la maestría; y en especial a mi hija Valeria, quien es mi motivo de lucha y quien llena mi vida de alegría con cada sonrisa.

Emiko Sánchez Huchiyama

## Resumen Ejecutivo

El objetivo del presente estudio es diagnosticar el Estado de la Gestión con Enfoque en RSE en las Empresas del Sector Agroindustrial de la Región Piura en el año 2015, a través del cuestionario ETHOS Perú 2021, que es una herramienta conformada por siete indicadores de profundidad, validados por preguntas binarias. La metodología utilizada fue cuantitativa, de alcance descriptivo, no experimental y de diseño transeccional, con una muestra conformada por cinco empresas del sector agroindustrial que facturan más de S/. 10 millones anuales y que tienen más de diez colaboradores.

Los resultados obtenidos respecto a la gestión de los siete indicadores fueron: en Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo, las empresas se ubicaron en la Etapa 1; Público Interno, en la Etapa 1; Medio Ambiente, en la Etapa 2; Proveedores, en la Etapa 2; Consumidores y Clientes, en la Etapa 1; Comunidad, en la Etapa 2; y Gobierno y Sociedad, en la Etapa 1 (ver Apéndice F). En lo que respecta al estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015, resultó que estas se ubican en la etapa 1, lo cual, según el cuestionario ETHOS Perú 2021, significa que desarrollan a nivel básico acciones reactivas a las exigencias legales. Es decir, que el enfoque de gestión en RSE en el referido sector aún es incipiente.

Cabe mencionar que, si bien a nivel mundial existen investigaciones sobre la gestión de responsabilidad social empresarial (RSE) en empresas agroindustriales (ver Capítulo II), no se halló información al respecto para el caso de la región Piura, por lo que el presente trabajo es una base para el desarrollo de futuras investigaciones.

## Abstract

The thesis determine the status of the agroindustrial sector management in terms of CSR; in the Piura region 2015 and using ETHOS Perú 2021, a management tool based on seven key indicators which are validated by binary questions. The methodology used was the quantitative, with a descriptive scope, non-experimental and crossover designed; with an statistic sample composed by five companies, which their incomes are higher than 10 million annual and their headcount is at least 10.

The Results measured in terms of the seven indicators were: in Values, accountability & Corporate Governance companies are in Stage 1; Intern Public in Stage 1; Environment in Stage 2; Suppliers in Stage 2; Consumers and Clients in Stage 1; Community in Stage 2 and Government & Society in Stage 1. With regard to the management status approaching on CSR in agribusinesses in Piura Region in the year 2015, it turned out that in general they were placed in Stage 1, according to the questionnaire instrument ETHOS Peru 2021, this means that businesses are located in a basic action stage in a reactive level to the legal requirements, therefore the management approach on CSR of these companies is still in an incipient stage.

Although there is worldwide research on the management of Corporate Social Responsibility (CSR) in agribusinesses, no information about the case of the Piura Region was found, so this work provides a basis for the development of future research.

## Tabla de Contenidos

<b>Lista de Tablas .....</b>	<b>viii</b>
<b>Lista de Figuras.....</b>	<b>xiii</b>
<b>Capítulo I. Introducción.....</b>	<b>1</b>
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Enunciado del Problema .....	4
1.3. Propósito de la Investigación.....	4
1.4. Justificación de la Investigación .....	4
1.5. Naturaleza de la Investigación.....	5
1.6. Objetivos y Preguntas de Investigación.....	5
1.6.1. Objetivos de la investigación.....	5
1.6.2. Preguntas de Investigación.....	6
1.7. Marco Conceptual.....	7
1.8. Definición de Términos del Estudio.....	8
1.8.1. Definiciones conceptuales .....	8
1.8.2. Definiciones operacionales.....	8
1.9. Limitaciones.....	9
1.10. Delimitaciones .....	9
1.11. Resumen.....	9
<b>Capítulo II. Revisión de la Literatura.....</b>	<b>11</b>
2.1. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) .....	13
2.1.1. La RSE en el Perú.....	15
2.1.2. La RSE en el mundo .....	18
2.2. Gestión de la Empresa .....	22
2.2.1. Recurso humano .....	24

2.2.2. Productividad y calidad .....	24
2.2.3. Costos y finanzas .....	25
2.2.4. Medio ambiente .....	25
2.2.5. Responsabilidad social empresarial .....	25
2.3. Estado de la Gestión de la Empresa con Enfoque en la Responsabilidad Social .....	26
2.3.1. Principios, ética y valores .....	31
2.3.2. Normas internacionales de RSE .....	33
2.3.3. Indicadores internacionales de evaluación .....	35
2.3.4. Auditoría .....	37
2.4. Investigaciones sobre Gestión con Enfoque en RSE .....	38
2.5. Sector Agroindustrial en el Perú .....	43
2.6. Resumen .....	46
2.7. Conclusiones .....	47
<b>Capítulo III. Metodología .....</b>	<b>48</b>
3.1. Diseño de la Investigación .....	48
3.2. Población y Participantes .....	49
3.2.1 Población .....	49
3.2.2. Muestra .....	49
3.3. Método de Selección de la Muestra .....	50
3.4. Confidencialidad .....	49
3.5. Información sobre el Consentimiento .....	50
3.6. Instrumentos de Medición o Métodos para Recopilar Datos .....	51
3.7. Análisis de Datos .....	52
3.7.1 Análisis de indicadores de profundidad .....	53
3.7.2 Análisis de los indicadores binarios .....	55

3.7.3 Análisis de Indicadores Cuantitativos .....	56
3.8. Validez y Confiabilidad .....	56
3.9. Resumen.....	58
<b>Capítulo IV. Presentación y Análisis de Resultados .....</b>	<b>60</b>
4.1. Perfil de las Empresas .....	60
4.2. Perfil de los Informantes.....	61
4.3. Presentación y Análisis de los Resultados .....	62
4.3.1. Diagnóstico del Estado de la Gestión con enfoque en RSE de las empresas del sector agroindustrial de la Región Piura en el año 2015 .....	62
4.3.2. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Valores, transparencia y gobierno corporativo .....	63
4.3.3. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Público Interno.....	73
4.3.4. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Medio Ambiente .....	90
4.3.5. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Proveedores.....	97
4.3.6. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Consumidores y Clientes ....	104
4.3.7. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Comunidad.....	110
4.3.8. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Gobierno y Sociedad.....	116
<b>Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>124</b>
5.1. Conclusiones .....	124
5.2. Contribuciones .....	134
5.2.1. Contribuciones teóricas .....	134
5.2.2. Contribuciones prácticas.....	134
5.3. Recomendaciones .....	135
<b>Referencias.....</b>	<b>138</b>
<b>Apéndice A: Carta de Presentación de CENTRUM Católica .....</b>	<b>157</b>



<b>Apéndice B: Hoja de Información.....</b>	<b>158</b>
<b>Apéndice C: Consentimiento Informado .....</b>	<b>160</b>
<b>Apéndice D: Padrón de Socios de la Cámara de Comercio y Producción de Piura .....</b>	<b>161</b>
<b>Apéndice E: Catálogo Exportador de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Piura del año 2012 .....</b>	<b>164</b>
<b>Apéndice F: Definición de las Etapas del Indicador de Profundidad de ETHOS - Perú 2021.....</b>	<b>166</b>
<b>Apéndice G: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo según Ethos Perú 2021.....</b>	<b>167</b>
<b>Apéndice H: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Público Interno según Ethos Perú 2021.....</b>	<b>169</b>
<b>Apéndice I: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Medio Ambiente según Ethos Perú 2021.....</b>	<b>173</b>
<b>Apéndice J: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Proveedores según Ethos Perú 2021 .....</b>	<b>175</b>
<b>Apéndice K: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Consumidores y Clientes según Ethos Perú 2021 .....</b>	<b>176</b>
<b>Apéndice L: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Comunidad según Ethos Perú 2021 .....</b>	<b>177</b>
<b>Apéndice M: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Gobierno y Sociedad según Ethos Perú 2021 .....</b>	<b>178</b>
<b>Apéndice N: Evaluación Subindicadores Binarios de Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.....</b>	<b>180</b>
<b>Apéndice O: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Público Interno.....</b>	<b>184</b>
<b>Apéndice P: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Medio Ambiente.....</b>	<b>191</b>

<b>Apéndice Q: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Proveedores .....</b>	<b>193</b>
<b>Apéndice R: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Consumidores y Clientes .</b>	<b>195</b>
<b>Apéndice S: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Comunidad .....</b>	<b>197</b>
<b>Apéndice T: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Gobierno y Sociedad .....</b>	<b>199</b>



## Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Peso Relativo de las Cuatro Dimensiones Incorporadas a la RSE</i> .....	39
Tabla 2. <i>Categorías Otorgadas a las Variables</i> .....	40
Tabla 3. <i>Promedios de las Variables y Dimensiones de RSE de las Empresas Agrícolas y Agroindustriales Aguacateras de Uruapán, Michoacán (México)</i> .....	41
Tabla 4. <i>Resultados Obtenidos de los Cuestionarios ETHOS</i> .....	42
Tabla 5. <i>Empresas que conforman la Muestra de la Investigación</i> .....	50
Tabla 6. <i>Valoración de las Etapas para el Análisis de los Indicadores de Profundidad</i> .....	55
Tabla 7. <i>Lista de Empresas, Facturación Anual en Soles y Número de Empleados en Planilla</i> .....	61
Tabla 8. <i>Lista de Ejecutivos Entrevistados</i> .....	61
Tabla 9. <i>Consolidado de las Etapas en las que se encuentran las Empresas del Sector Agroindustrial de la Región Piura en el Año 2015</i> .....	62
Tabla 10. <i>Consolidado del desempeño de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015</i> .....	63
Tabla 11. <i>Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo</i> .....	65
Tabla 12. <i>Evaluación del Desempeño del indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo</i> .....	66
Tabla 13. <i>Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo</i> .....	67
Tabla 14. <i>Resultados del Subindicador Binario Compromisos Éticos</i> .....	68
Tabla 15. <i>Resultados del Subindicador Binario Arraigo en la Cultura Organizativa</i> .....	69
Tabla 16. <i>Resultados del Subindicador Binario Gobierno Corporativo</i> .....	70
Tabla 17. <i>Resultados del Subindicador Binario Relaciones con la Competencia</i> .....	71

Tabla 18. <i>Resultados del Subindicador Binario Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés</i> .....	72
Tabla 19. <i>Resultados del Subindicador Binario de Balance Social / Reporte de Sostenibilidad</i> .....	74
Tabla 20. <i>Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Público Interno</i> .....	75
Tabla 21. <i>Evaluación del Desempeño del indicador Público Interno</i> .....	76
Tabla 22. <i>Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Público Interno</i> .....	77
Tabla 23. <i>Resultados del Sub-Indicador Binario Relaciones con Sindicatos y otras Asociaciones de Empleados</i> .....	78
Tabla 24. <i>Resultados del Subindicador Binario de Profundidad Gestión Participativa</i> .....	79
Tabla 25. <i>Resultados del Subindicador Binario Compromiso con el Futuro de los Niños</i> .....	80
Tabla 26. <i>Resultados del Subindicador Binario Compromiso con el Desarrollo Infantil</i> .....	81
Tabla 27. <i>Resultados del Subindicador Binario Valoración de la Diversidad</i> .....	82
Tabla 28. <i>Resultados del Subindicador Binario Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial</i> .....	83
Tabla 29. <i>Resultados del Subindicador Binario Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género</i> .....	84
Tabla 30. <i>Resultados del Subindicador Binario Relaciones con Trabajadores Tercerizados</i> .....	85
Tabla 31. <i>Resultados del Subindicador Binario Política de Remuneraciones, Prestaciones y Carrera</i> .....	86
Tabla 32. <i>Resultados del Subindicador Binario Cuidados de Salud, Seguridad, y Condiciones de Trabajo</i> .....	87

Tabla 33. <i>Resultados del Subindicador Binario Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad</i> .....	88
Tabla 34. <i>Resultados del Subindicador Binario Conducta frente a Despidos</i> .....	89
Tabla 35. <i>Resultados del Subindicador Binario Preparación para la Jubilación</i> .....	90
Tabla 36. <i>Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Medio Ambiente</i> .....	91
Tabla 37. <i>Evaluación del Desempeño del indicador Medio Ambiente</i> .....	92
Tabla 38. <i>Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Medio Ambiente</i> .....	93
Tabla 39. <i>Resultados del Subindicador Binario Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental</i> .....	94
Tabla 40. <i>Resultados del Subindicador Binario Educación y Concientización Ambiental</i> .....	95
Tabla 41. <i>Resultados del Subindicador Binario Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios</i> .....	96
Tabla 42 <i>Resultados del Subindicador Binario Sustentabilidad de la Economía Forestal</i> .....	96
Tabla 43 <i>Resultados del Subindicador Binario Minimización de Entradas y Salidas de Insumos</i> .....	97
Tabla 44 <i>Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Proveedores</i> .....	98
Tabla 45 <i>Evaluación del Desempeño del indicador Proveedores</i> .....	99
Tabla 46 <i>Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Proveedores</i> ...	99
Tabla 47 <i>Resultados del Subindicador Binario Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores</i> .....	101
Tabla 48 <i>Resultados del Subindicador de Profundidad Trabajo Infantil en la Cadena Productiva</i> .....	102
Tabla 49 <i>Resultados del Subindicador Binario Trabajo Forzado en la Cadena Productiva</i>	102
Tabla 50 <i>Resultados del Subindicador Binario Apoyo al Desarrollo de Proveedores</i> .....	103

Tabla 51. <i>Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Consumidores y Clientes</i>	104
Tabla 52. <i>Evaluación del Desempeño del Indicador Consumidores y Clientes</i>	105
Tabla 53. <i>Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Consumidores</i>	106
Tabla 54. <i>Resultados del Subindicador Binario Política de Comunicación Comercial</i>	107
Tabla 55. <i>Resultados del Subindicador Binario Excelencia en la Atención</i>	108
Tabla 56. <i>Resultados del Subindicador Binario Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios</i>	109
Tabla 57. <i>Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Comunidad</i>	110
Tabla 58. <i>Evaluación del Desempeño del indicador Comunidad</i>	111
Tabla 59. <i>Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Comunidad</i>	112
Tabla 60. <i>Resultados del Subindicador Binario Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno</i>	113
Tabla 61. <i>Resultados del Subindicador Binario Relaciones con Organizaciones Locales</i>	115
Tabla 62. <i>Resultados del Subindicador Binario Financiamiento de la Acción Social</i>	115
Tabla 63. <i>Resultados del Subindicador Binario Involucramiento con la Acción Social</i>	116
Tabla 64. <i>Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Gobierno y Sociedad</i>	117
Tabla 65. <i>Evaluación del Desempeño del indicador Gobierno y Sociedad</i>	118
Tabla 66. <i>Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Gobierno y Sociedad</i>	119
Tabla 67. <i>Resultados del Subindicador Binario Contribuciones para Campañas Políticas</i>	120
Tabla 68. <i>Resultados del Subindicador Binario Construcción de la Ciudadanía por las Empresas</i>	121

Tabla 69. <i>Resultados del Subindicador Binario Práctica Anticorrupción y Anticoima</i> .....	121
Tabla 70. <i>Resultados del Subindicador Binario Liderazgo e Influencia Social</i> .....	122
Tabla 71. <i>Resultados del Subindicador Binario Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales</i> .....	122



## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Herramientas más usadas por el empresario peruano.....	2
<i>Figura 2.</i> Estándares de responsabilidad social más usados en las empresas peruanas. ....	3
<i>Figura 3.</i> Esquema de la revisión de literatura sobre RSE.....	11
<i>Figura 4.</i> Esquema de la revisión de literatura sobre enfoques de gestión.....	12
<i>Figura 5.</i> Esquema de la revisión de literatura sobre el estado de la gestión con enfoque en RSE.....	12
<i>Figura 6.</i> Esquema de la revisión de literatura sobre investigaciones sobre gestión con enfoque en la RSE. ....	12
<i>Figura 7.</i> Esquema de la revisión de literatura sobre el sector agroindustrial en el Perú.....	12
<i>Figura 8.</i> Evolución de la responsabilidad social.....	20
<i>Figura 9.</i> Diálogo de las partes: nivel de compromiso.....	23
<i>Figura 10.</i> La pirámide de Carroll.....	27
<i>Figura 11.</i> Resultados del IRSE en empresas agrícolas y agroindustriales de aguacate de Uruapán, Michoacán, México.....	40
<i>Figura 12.</i> Score card de responsabilidad social del Ingenio San Antonio 2009-2010.....	43
<i>Figura 13.</i> Evolución sectorial del subsector agrícola en el Perú (a enero 2015). ....	44
<i>Figura 14.</i> Indicadores ETHOS - Perú 2021. ....	60
<i>Figura 15.</i> Gráfico de telaraña de las etapas del estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015.....	63
<i>Figura 16.</i> Gráfico de telaraña del desempeño general de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015.....	64
<i>Figura 17.</i> Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo. ....	65



<i>Figura 18.</i> Gráfico del desempeño del indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.....	66
<i>Figura 19.</i> Gráfico de telaraña de los resultados del indicador público interno.....	75
<i>Figura 20.</i> Gráfico del desempeño del indicador Público Interno.....	76
<i>Figura 21.</i> Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador medio ambiente.....	91
<i>Figura 22.</i> Gráfico del desempeño del indicador Medio Ambiente.....	92
<i>Figura 23.</i> Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador Proveedores.....	98
<i>Figura 24.</i> Gráfico del desempeño del indicador Proveedores.....	99
<i>Figura 25.</i> Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador Consumidores y Clientes.....	105
<i>Figura 26.</i> Gráfico del desempeño del indicador Consumidores y Clientes.....	106
<i>Figura 27.</i> Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador comunidad.....	111
<i>Figura 28.</i> Gráfico del desempeño de la gestión del indicador Comunidad.....	112
<i>Figura 29.</i> Gráfico telaraña del consolidado de resultados del indicador gobierno y sociedad.....	118
<i>Figura 30.</i> Gráfico del desempeño del indicador Gobierno y Sociedad.....	119

## Capítulo I. Introducción

### 1.1. Antecedentes

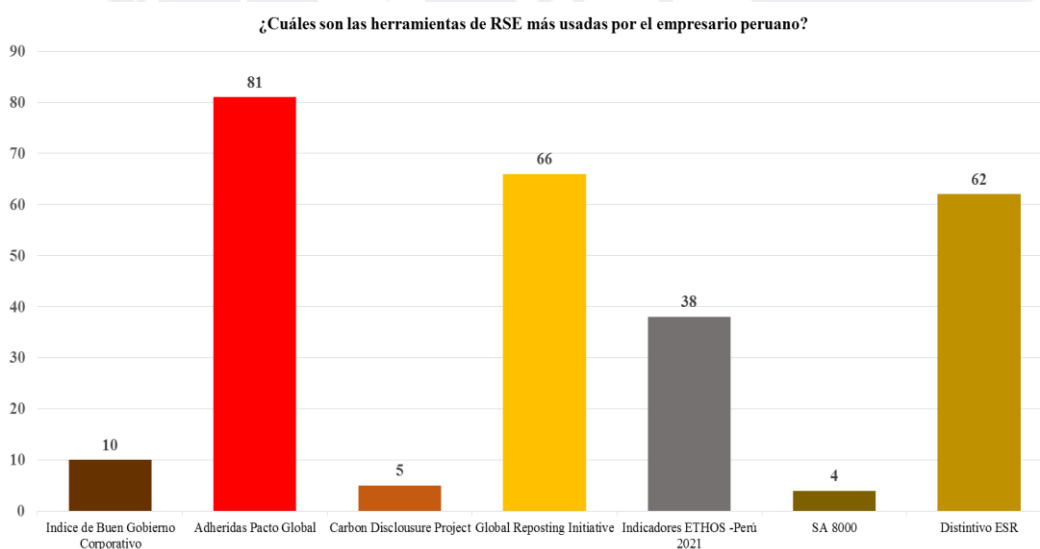
La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un concepto que aparece el siglo pasado y es adoptado como modelo de gestión debido a la exigencia de la comunidad mundial sobre las obligaciones sociales inherentes a las empresas, sobre todo de las grandes corporaciones globales, cuyo poder económico es a veces mayor y más sólido que los estados donde operan. La adopción de la RSE como filosofía de gestión empresarial no fue totalmente voluntaria, ya que muchas compañías tomaron conciencia de ella solo después de verse sorprendidas por reacciones públicas frente a cuestiones que hasta entonces no habían considerado como parte de su responsabilidad (Porter & Kramer, 2013).

Respecto a la evolución de la RSE en las empresas peruanas y en América Latina, Franco (2007) manifestó que su desarrollo en el sector privado estuvo ligado a los contextos políticos existentes. Para el autor, en el caso peruano, las situaciones políticas de mayor relevancia fueron el gobierno militar de 1968 y el periodo de convulsión subversiva de los años 80, cuando la empresa privada solo luchaba por su supervivencia y su aceptación en la sociedad. En la actualidad, con una economía estable en los últimos diez años, las empresas han podido desarrollar la RSE e integrarla en sus planeamientos estratégicos con objetivos de largo y corto plazo, para obtener un retorno o beneficio a favor de la empresa, o licencia social. Para Mendoza (2013), uno de los componentes básicos de la responsabilidad social es la transparencia, lo cual obliga a las empresas a autoevaluarse y reportar sus acciones realizadas.

En la década de los años 60 surgieron asociaciones, movimientos y empresas consultoras dedicadas a promover la RSE. En 1965 se creó la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías de Brasil (ADCE), que en 1977 se transformó en ADCE UNIAPAC Brasil, una institución cuyo objetivo era la difusión de la RSE no solo en ese país

sino en la región (García & Schwalb, 2003). A partir de los años noventa, se desarrollaron otras instituciones que promovieron la responsabilidad social, como Perú 2021, en 1996; el Instituto ETHOS, en 1998; Acción RSE, en el 2000; o la Fundación Empresarial para la Asociación Empresarial (Fundemás) de El Salvador, también el 2000 [Canessa & García, 2005].

La RSE en el Perú se realiza a través de iniciativas que buscan enfocar un nuevo valor de conciencia empresarial, buscando no solo su legitimación social, sino reputación corporativa (Cornejo, 2014). Para esto, en el Perú existe una oferta de conocimientos y distinciones como el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR), el Premio de Eco Eficiencia Empresarial, el Premio ABE a la Responsabilidad Social Laboral, el Premio Perú 2021 a la Responsabilidad Social y al Desarrollo Sostenible de las Empresas, y el Premio de Buen Gobierno Corporativo - BVL, entre otras distinciones. Las herramientas más utilizadas para medir la gestión de RSE en el mercado peruano se muestran en la Figura 1.



*Figura 1.* Herramientas más usadas por el empresario peruano.

Tomado de “Veinte años que transformaron nuestro futuro”, por A. Cornejo, 2014. *Perú 2021: Veinte años que transformaron nuestro futuro*, 20(9), p. 54. Recuperado de [http://issuu.com/peru2021/docs/peru\\_2021\\_-\\_20\\_a\\_\\_os\\_de\\_compromiso\\_](http://issuu.com/peru2021/docs/peru_2021_-_20_a__os_de_compromiso_)

En el 2014, Rizo Patrón indicó que la empresa Perú 2021 desarrolló una encuesta entre mayo y junio de ese año para analizar la gestión de la RSE en las empresas peruanas.

Para ello, aplicó la metodología de encuesta en línea a 97 empresas de las 3,692 que invitó a participar inicialmente. La muestra incluyó empresas de diferentes sectores, cuya facturación era superior a los S/. 10 millones anuales, destacando la existencia de un porcentaje importante de empresas medianas. Dentro de la encuesta, se buscó conocer qué herramientas de responsabilidad social utilizaban las empresas peruanas para implementar sus prácticas de gestión responsable. Esta información puede verse en la Figura 2.

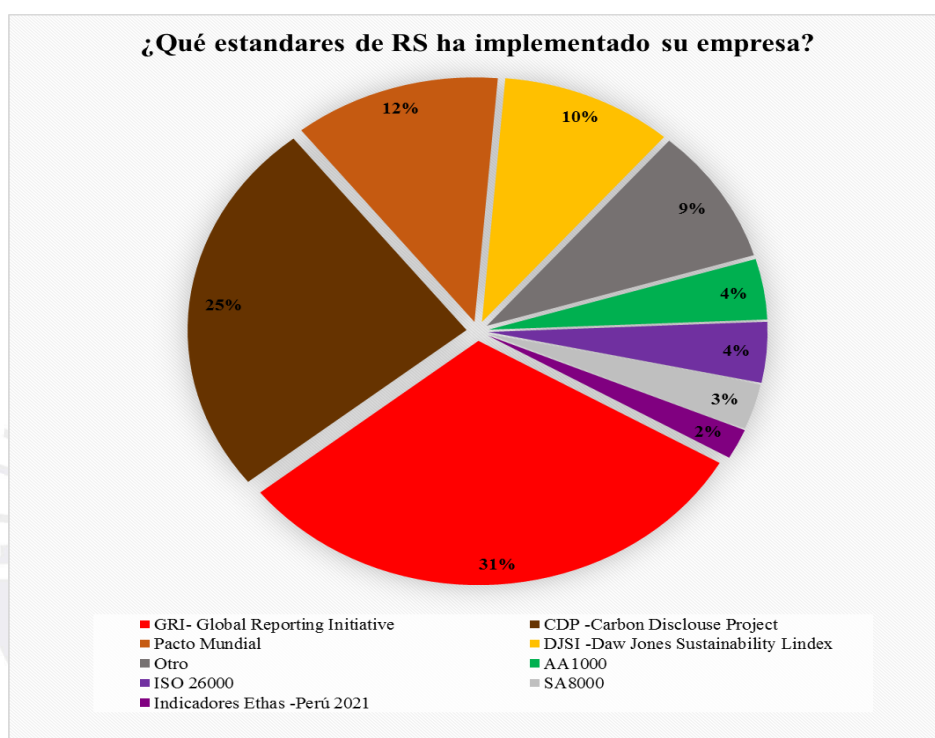


Figura 2. Estándares de responsabilidad social más usados en las empresas peruanas. Tomado de “Veinte años que transformaron nuestro futuro,” por C. Rizo Patrón, 2014. *Perú 2021: Veinte años que transformaron nuestro futuro*, 20(9), p. 58. Recuperado de [http://issuu.com/peru2021/docs/peru\\_2021\\_-\\_20\\_a\\_\\_os\\_de\\_compromiso\\_](http://issuu.com/peru2021/docs/peru_2021_-_20_a__os_de_compromiso_)

De acuerdo con la Figura 2, los estándares más usados en las empresas peruanas son:

(a) el Global Reporting Initiative (GRI), con 31%; (b) el Pacto Mundial, con 25%; (c) otro (es decir, otros estándares), con un 12%; y (d) la ISO 26000, con un 10%. Del grupo ‘Otro’, los estándares mencionados fueron: la medición de huella de carbono, los Mecanismos de Desarrollo Limpio (MDL), la International Finance Corporation (IFC), los Performance

Standars on Enviromental and Sustainability, los sistemas integrados de gestión, y los sistemas propios y elaborados por la casa matriz. Asimismo, se mencionó el distintivo ESR® (Empresa Socialmente Responsable) como herramienta de trabajo en responsabilidad social.

En el 2015, se realizó la cuarta entrega del distintivo de Empresa Socialmente Responsable de la asociación sin fines de lucro Perú 2021, que reconoció a 65 empresas peruanas grandes y pyme por sus buenas prácticas en RSE (Perú 2021: Estas son las 65 empresas peruanas socialmente responsables, 2015).

## **1.2. Enunciado del Problema**

La presente investigación busca conocer cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015.

## **1.3. Propósito de la Investigación**

El propósito del estudio fue diagnosticar la percepción acerca de la gestión de responsabilidad social empresarial en empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015, utilizando el método de investigación cuantitativa mediante el cuestionario ETHOS - Perú 2021.

## **1.4. Justificación de la Investigación**

En la actualidad, se percibe que las empresas del sector agroindustrial de la región Piura tienen un crecimiento sostenible debido a las exportaciones que realizan a Estados Unidos y Europa, mercados que cada vez tienden a exigir estándares de gestión que involucren RSE (Strandberg, 2010,p. 7).

Las razones por las cuales se desarrolló el presente estudio son las siguientes: (a) la investigación permitió conocer el estado de la gestión con enfoque en RSE de cada empresa evaluada; (b) una vez que las empresas evaluadas conozcan cuál es su situación actual, podrán tomar medidas con respecto a rediseñar o no su gestión un enfoque en RSE que afirme su crecimiento sostenible y el incremento de su competitividad a nivel internacional;

(c) esta investigación contribuirá al desarrollo de la gestión enfocada en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura; (d) será un precedente para futuras investigaciones en la región de Piura sobre gestión enfocada en RSE.

### **1.5. Naturaleza de la Investigación**

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, puesto que utiliza la recolección de datos mediante el cuestionario ETHOS Perú 2021. El alcance fue descriptivo, pues se midió y recolectó información sobre cada uno de los siete indicadores para determinar el estado de la gestión de RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015.

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, puesto que se obtuvieron datos existentes; y finalmente, de tipo transeccional, ya que la información se recogió en un momento determinado. Se destaca que el presente trabajo no cuenta con hipótesis porque su objetivo es conocer cuál es el estado de la gestión de RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015.

### **1.6. Objetivos y preguntas de investigación**

#### **1.6.1. Objetivos de la investigación**

Objetivo principal:

- Diagnosticar el estado de la gestión enfocada en RSE en las empresas del sector agroindustrial en la región de Piura en el año 2015.

Objetivos específicos:

- Diagnosticar el estado de la gestión enfocada en RSE en las empresas del sector agroindustrial en la región de Piura en el año 2015 en lo que respecta a Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.
- Diagnosticar el estado de la gestión enfocada en RSE en las empresas del sector agroindustrial en la región de Piura en el año 2015 en lo que respecta a Público Interno.

- Diagnosticar el estado de la gestión enfocado en RSE en la empresas del sector agroindustrial en la región de Piura en el año 2015 en lo que respecta a Medio Ambiente.
- Diagnosticar el estado de la gestión enfocado en RSE en la empresas del sector agroindustrial en la región de Piura en el año 2015 en lo que respecta a Proveedores.
- Diagnosticar el estado de la gestión enfocado en RSE en la empresas del sector agroindustrial en la región de Piura en el año 2015 en lo que respecta a Consumidores y Clientes.
- Diagnosticar el estado de la gestión enfocado en RSE en la empresas del sector agroindustrial en la región de Piura en el año 2015 en lo que respecta a Comunidad.
- Diagnosticar el estado de la gestión enfocado en RSE en la empresas del sector agroindustrial en la región de Piura en el año 2015 en lo que respecta a Gobierno y Sociedad.

### **1.6.2. Preguntas de la investigación**

La pregunta principal es: ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015?

Asimismo, se plantearon las siguientes preguntas específicas:

1. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015, en lo que respecta a valores, transparencia y gobierno corporativo?
2. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015, en lo que respecta a público interno?

3. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015, en lo que respecta a medio ambiente?
4. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015, en lo que respecta a proveedores?
5. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015, en lo que respecta a consumidores y clientes?
6. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015, en lo que respecta a comunidad?
7. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, en el año 2015, en lo que respecta a gobierno y sociedad?

## **1.7. Marco Conceptual**

### **Indicadores ETHOS - Perú 2021**

“Es una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de RSE, diseñado para colaborar con las empresas en el desarrollo de sus políticas y en la planificación estratégica de sus acciones de responsabilidad social” (Perú 2021, 2010).

### **Grupos de interés**

Se refiere a las personas o grupos de personas que tienen impacto en, o se ven afectados por, las actividades, los productos, o los servicios de una empresa (u otra organización). De este modo, se puede describir el compromiso con los grupos de



interés como el conjunto de acciones desarrolladas por la empresa para reconocer a sus partes interesadas, el derecho a ser escuchadas (Strandberg, 2010,p. 9).

## **1.8. Definición de Términos del Estudio**

### **1.8.1. Definiciones conceptuales**

***Estado de la gestión empresarial.*** Consiste en una actividad intrínseca dentro de la misma empresa que está enfocada a mejorar la rentabilidad y la competitividad de la empresa. La clave del éxito de una empresa depende en gran parte de una buena gestión, que ayude a identificar aquellos factores que influyen en el mejor resultado de la empresa, y también identificar problemas a tiempo para tomar medidas de solución y nuevas estrategias (Quiroz, s.f.).

***Agroindustria.*** “Puede definirse como un conjunto de industrias manufactureras dedicadas a la producción, almacenaje, distribución, conservación y comercialización que puede utilizar como materia prima productos agrícolas, pecuarios, hidrobiológicos y forestales” (Pintado, 2011, p. 3).

### **1.8.2. Definiciones operacionales**

***Gestión con enfoque en responsabilidad social empresarial.*** Sarmiento del Valle (2011) comentó que la gestión enfocada en RSE:

[...] debe generar ventajas competitivas, iniciando un proceso en que se integren prácticas responsables en su misión y visión. Estas ventajas permitirán la diferenciación como estrategia prioritaria de la empresa, necesaria si se tiene en cuenta la presencia de un entorno internacional convulsionado y competitivo, en cuya situación la RSE puede convertirse en una alternativa eficiente y eficaz para ser cada vez más competitivos. De tal manera, para ser participativo en este ámbito, se necesita respetar el medio ambiente y el sistema ecológico (p. 13).

**Sector agroindustrial en Piura.** No se ha encontrado una definición exacta de sector agroindustrial en Piura, sin embargo, citado por Paico (2014), el especialista en temas de agroindustria y docente de la Universidad de Piura, Fernando Cillóniz, mencionó que:

Piura es, de lejos, la región agroindustrial que más rápidamente está creciendo en el país, y me atrevería a decir, en el mundo. Todavía Ica lidera el *ranking* agroexportador pero al ritmo de crecimiento que anda Piura, es cuestión de unos pocos años para que encabece la lista de las agroexportaciones peruanas.

### **1.9. Limitaciones**

Las limitaciones de la presente investigación son: (a) la escasez de estudios previos sobre el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, (b) la disposición de las empresas a participar de la investigación, (c) la disponibilidad de tiempo de los directivos para responder el cuestionario en el plazo establecido, (d) la veracidad de la información proporcionada por los entrevistados, y (e) la temporada alta de cosecha agrícola en los meses de noviembre y diciembre que fue justo el momento en que se recopiló la información.

### **1.10. Delimitaciones**

Las delimitaciones de la investigación de tipo cuantitativo con enfoque descriptivo son: (a) el estudio es realizado a cinco empresas del sector agroindustrial en la región Piura, (b) el número de trabajadores de cada empresa investigada deben ser diez como mínimo (c) la facturación debe ser igual o mayor a S/. 10 millones anuales, (d) la investigación se llevó a cabo en un momento determinado: año 2015, y (e) el único instrumento de investigación utilizado es el cuestionario de indicadores de RSE ETHOS - Perú 2021.

### **1.11. Resumen**

La presente investigación busca conocer el estado de la gestión con enfoque en RSE que tuvieron las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015, con

ayuda del cuestionario de indicadores de RSE ETHOS - Perú 2021, que está conformado por: (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.

El estudio tiene un enfoque cuantitativo debido a que se obtiene información a través de un cuestionario. Asimismo, es de tipo transeccional debido a que la recolección de los datos se realizó en un momento determinado; y tiene diseño descriptivo y no experimental. Respecto a la hipótesis, esta no será considerada en el presente estudio.

Por último, las limitaciones de mayor relevancia encontradas son el acceso a los directivos y su disponibilidad de tiempo para que desarrollen el cuestionario. Respecto a las delimitaciones, las más relevantes son la facturación anual mayor o igual a S/. 10 millones, y que las empresas tengan un mínimo de diez trabajadores.



## Capítulo II. Revisión de la Literatura

En el presente capítulo, se analiza una serie de definiciones de responsabilidad social empresarial y la evolución de dicha filosofía de gestión en el Perú y en el mundo. Después, se mencionan los enfoques de RSE existentes en las empresas, además de la estructura de la evaluación del estado de su gestión, basada en principios, normas, indicadores y auditoría; y las investigaciones realizadas en este campo (ver Figura 3), en diversos contextos y periodos.

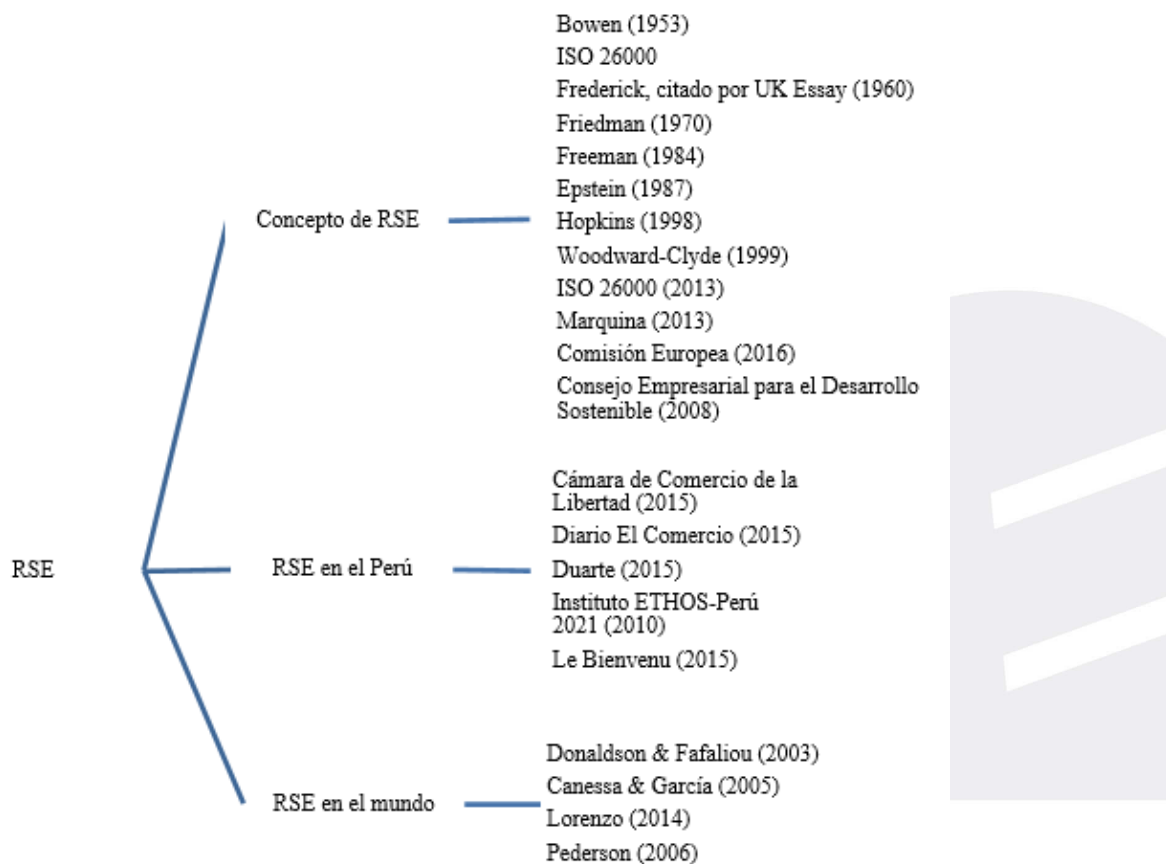


Figura 3. Esquema de la Revisión de Literatura sobre RSE.

Por último, se consigna información sobre la situación de la responsabilidad social en la agroindustria peruana, sector estudiado en la presente investigación. Un resumen bibliográfico que sustenta esta tesis se muestra en las figuras 3, 4, 5, 6, y 7.

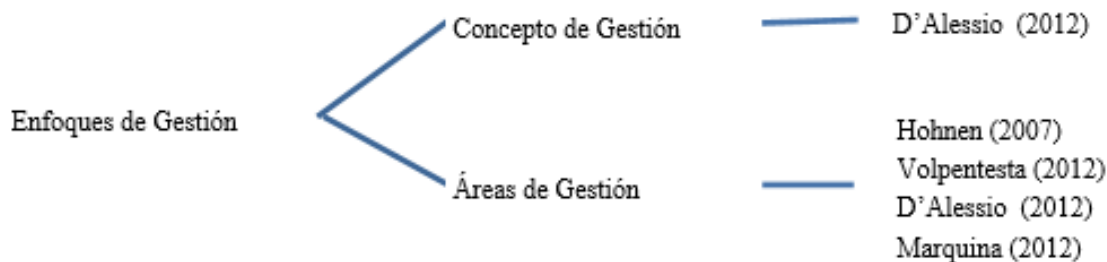


Figura 4. Esquema de la revisión de literatura sobre enfoques de gestión.

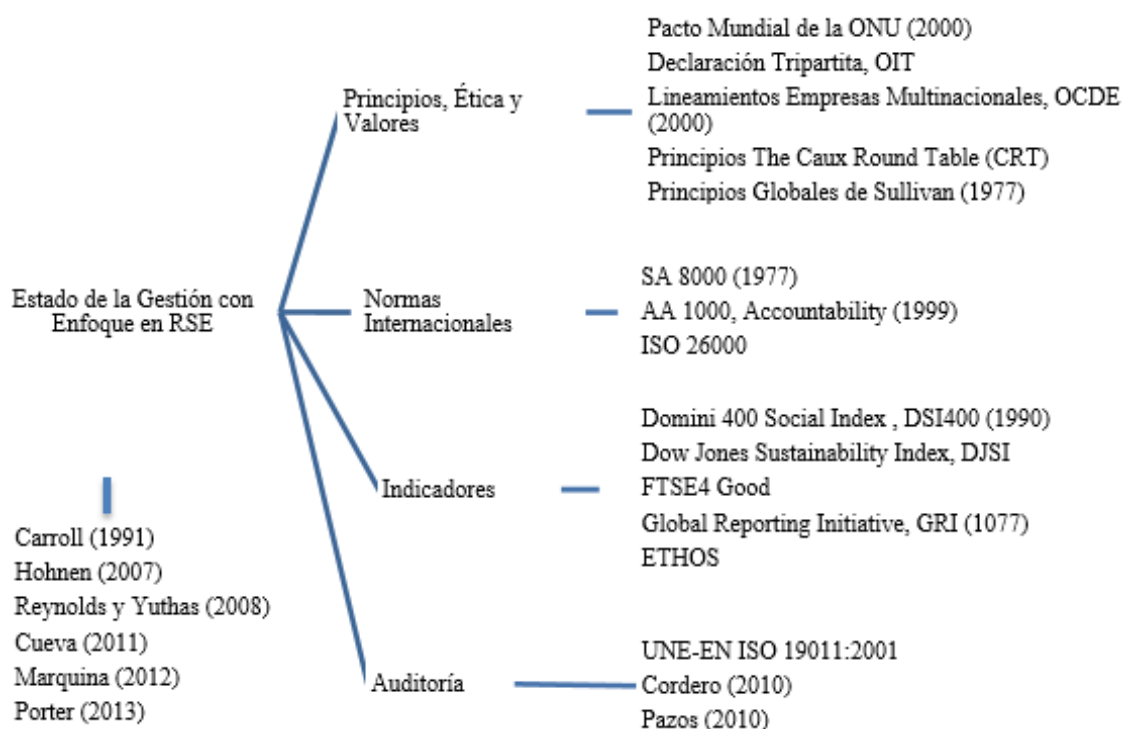


Figura 5. Esquema de la revisión de literatura sobre el estado de la gestión con enfoque en RSE.



Figura 6. Esquema de la revisión de literatura sobre investigaciones sobre gestión con enfoque en la RSE.

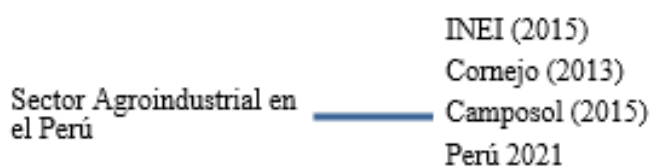


Figura 7. Esquema de la revisión de literatura sobre el sector agroindustrial en el Perú.

## 2.1. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE data de la década de 1950. Una de sus últimas definiciones la ofrecieron Cordero & De la Cruz (2012) al indicar que aquella se sustenta en la integración de la preocupación social y ambiental, la voluntariedad, el comportamiento ético, el desarrollo económico, la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, los derechos humanos y laborales, la protección del medio ambiente, la lucha contra la corrupción, la transparencia y la rendición de cuentas.

Considerado como el padre de la responsabilidad social, el economista y académico estadounidense Howard Bowen (1953) sostuvo que la RSE es “el conjunto de obligaciones del empresario para conseguir la aplicación de políticas, para tomar esas decisiones o para seguir esas líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (p. 6); y esta que nació cuando los gerentes corporativos y consejeros empezaron a sentir que, al ser parte de la sociedad, tenían alguna obligación frente a ella. Rahman (2011) coincidió y complementó la anterior idea al afirmar que las investigaciones se centraron en el análisis de las obligaciones que las empresas tenían para lograr objetivos, valores y políticas necesarias para la sociedad.

En los años 60, la conceptualización de la RSE varió: citado por UK Essay (2016), Frederick (2008) definió que los empresarios debían velar por el funcionamiento del sistema económico de acuerdo con los requerimientos del público, y que los medios de producción se utilizarían de tal forma que la producción y distribución mejorasen el bienestar socio-económico total.

Con llegada de la década de 1970, la RSE se delimitó, y aparecieron nuevos autores, entre ellos Friedman (1970), quien sostuvo que solo existe un fin de la responsabilidad social empresarial: utilizar sus recursos y participar en eventos esbozados para incrementar sus beneficios, siempre y cuando se encuentre dentro de las reglas del juego.

Los años 80 abrieron nuevas dimensiones de la responsabilidad social. Por ejemplo, Freeman (1984) mencionó que “[...] las partes interesadas incluyen a los clientes, competidores, asociaciones de comercio, medios de comunicación, ambientalistas, proveedores, gobierno, defensores de los consumidores, las comunidades locales, y la comunidad empresarial, que necesitan la participación activa para la implementación exitosa de RSE” (p. 38). Otro autor importante de ese período fue Epstein (1987), quien definió a la responsabilidad social corporativa como la consecución de resultados de decisiones de la organización acerca de problemas que tienen beneficios en vez de efectos negativos sobre los actores empresariales.

Durante los años 90, se observaron definiciones más completas que incluían a los grupos de interés internos y externos. Al respecto, Hopkins (1998) definió a la RSE de la siguiente manera:

La responsabilidad social corporativa tiene que ver con el tratamiento de los grupos de interés de la empresa, de la ética, o de una manera socialmente responsable. Existen grupos de interés tanto dentro de una empresa como en el exterior. En consecuencia, al comportarse socialmente responsable aumentará el desarrollo humano de las partes interesadas, tanto dentro como fuera de la corporación (p. 3).

De este mismo período, otra definición la ofreció Woodward (1999): “es un contrato entre la sociedad y los negocios en el que una comunidad otorga a la empresa una licencia para operar y a cambio el asunto cumple con ciertas obligaciones y se comporta de una manera aceptable.”

Desde inicios del siglo XXI, la evolución de los conceptos de RSE consagra la relación empresa-sociedad y el medio ambiente. Esto se corrobora con lo expresado por el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD por sus siglas en inglés), que definió a la responsabilidad social como “El continuo compromiso de las

empresas por comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, al tiempo que mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como de la comunidad local y la sociedad en general” (Mozas & Puentes, 2008, p.76).

Perú 2021 (2010), un organismo nacional dedicado a la evaluación de la gestión de la RSE en las empresas peruanas, dijo que esta “[...] se concibe como una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los *stakeholders* o grupos de interés alrededor de la empresa para lograr el desarrollo sostenible” (Perú 2021, 2010, p.10). En tanto, que para la ISO 26000, define a la RSE como la voluntad de las empresas en integrar fundamentos sociales y ambientales en la toma de decisiones, mediante un comportamiento ético y transparente que: (a) contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, (b) tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, (c) cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y (d) esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones (citado por Marquina et al., 2012, p.18).

Pero en el 2013, Marquina fue más allá y en su trabajo de *Responsabilidad social: Tarea pendiente*, propuso un concepto donde indicó que es una estrategia gerencial enfocada a la acción por parte de la organización, la cual se basa en un grupo de políticas y programas implementadas en las operaciones del negocio. De igual manera, indicó que la toma de decisiones incluye un compromiso voluntario para contribuir con el desarrollo sostenible adoptando medidas que equilibran las demandas de todos los grupos de interés (p. 18).

### **2.1.1. La RSE en el Perú**

En este punto que versa sobre la evaluación de la responsabilidad social en el Perú, se menciona a grandes rasgos cómo las empresas y organizaciones adoptan estas medidas y las ponen en práctica. También hace referencia a los principios de la responsabilidad social que la ISO 26000 establece, entre ellos: (a) rendición de cuentas, (b) transparencia, (c)



comportamiento ético, (d) involucramiento de las partes interesadas, (e) legalidad, (f) respeto a la normativa, y (g) respeto a los derechos humanos.

El desarrollo de la RSE en el Perú en el sector privado se dio como en el resto de América Latina: de acuerdo con los contextos políticos. En el caso peruano, las situaciones políticas más importantes o de mayor relevancia fueron la del gobierno militar de 1968 y el periodo de convulsión subversiva de los años 80, cuando la empresa privada peruana solo luchaba por sobrevivir y por ser aceptada en la sociedad. En su libro *ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo*, Canessa y García (2005) manifestaron que en Latinoamérica, en los años noventa, apareció una serie de organizaciones promotoras de la RSE, como: Perú 2021, en 1996; el Instituto ETHOS de Brasil, en 1998; Acción RSE, en el 2000; y la Fundemás de El Salvador, en el 2000; entre otras.

En el año 2012, en el libro *Diagnóstico de la responsabilidad social en organizaciones peruanas. Una aproximación interinstitucional y multidisciplinaria*, un equipo de investigación coordinado por Percy Marquina midió la RSE en organizaciones peruanas de diversos rubros, entre empresas (que integran el patronato Perú 2021 y aportan más al PBI), universidades, ONG, agencias de cooperación internacional (ACI) y gobiernos locales. Durante el estudio, se identificaron dos dimensiones: (a) la referida a que sus acciones impactan en la comunidad en la que se encuentran y (b) aquella en la que obtienen beneficios por ser percibidos públicamente como socialmente responsables.

Del grupo estudiado, las ONG y las ACI tuvieron un enfoque más social ya que promovían este tópico. Las empresas tenían una orientación práctica, debido a que buscaban primero un provecho propio; sin embargo, también social, pues lograban beneficios para sus colaboradores y entorno. Por último, se confirmó que las universidades y gobiernos locales tenían un enfoque inherente a su concepción institucional. Este estudio, cuya obtención de

información se realizó en el 2009, colocó al sector de Energía Eléctrica y Telecomunicaciones como el mejor posicionado en cuanto a responsabilidad social, y a los sectores Transporte y Logística, y Servicios de Salud, como los más rezagados.

En la actualidad, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) promueve la RSE, ya que esta fortalece el diálogo y guía las relaciones laborales en función de principios éticos que incrementen la reputación y beneficien a los trabajadores, así como la productividad. Diego de la Torre, presidente del Directorio de Perú 2021, explicó que la responsabilidad social es una nueva estrategia de corto, mediano y largo plazo, que aplican las empresas para aumentar su sostenibilidad. Esto, porque:

[...] al lograr que la presencia de una empresa en la sociedad haga que esta sea mejor, la hace más atractiva, atrae más talento, atrae la simpatía de los medios de comunicación, atrae a consumidores e inversores, que introducen en sus procesos de decisión de compra si es que la empresa es una buena ciudadana corporativa o no. (Perú 2021: Estas son las 65 empresas peruanas socialmente responsables, 2015). Asimismo, el gerente general de Perú 2021, Henry Le Bienvenu, manifestó que: Gracias a los resultados del distintivo ESR® sabemos que cada vez más, las compañías realizan mayores esfuerzos por alcanzar niveles de excelencia en calidad de vida en la empresa y ética empresarial; y también evidenciamos que todavía queda un importante camino por recorrer en aspectos de vinculación con la comunidad y medio ambiente (Perú 2021: Estas son las 65 empresas peruanas socialmente responsables, 2015)

Franklin Duarte, docente del Departamento Académico de Ciencias Administrativas de CENTRUM Católica, refirió que en nuestro país la responsabilidad social está avanzando, debido a que los principales *stakeholders* (Estado y Empresa privada) están implementando acciones orientadas hacia la sociedad, por ejemplo, la creación de instituciones como el

Ministerio del Ambiente [Minam], el Ministerio de Inclusión y Desarrollo Social [Mindes], Ministerio de Cultura [Mincul], y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables [MIMP], entre otros, y la implementación de estrategias por parte de las organizaciones para lograr ventajas competitivas en los mercados (Duarte, 2015).

Sin embargo, Baltazar Caravedo, reconocido experto y promotor de la responsabilidad social empresarial en el Perú, señaló que la situación de las organizaciones en el Perú aún es preocupante, porque apenas un 1% de las compañías desarrolla la responsabilidad social como una práctica de sostenibilidad y competitividad:

Hoy en día, la responsabilidad social es indubitablemente una manera de producir, una forma de relacionarse con la sociedad, con el medio ambiente, y en el interior de la organización con todos sus trabajadores. Eso le da a la empresa características de competitividad pero también características humanas que hacen factible que, en el desarrollo de sus actividades y de la producción de los servicios o bienes que produce, tenga una mayor competencia (Cámara de Comercio de la Libertad, 2014).

### **2.1.2. La RSE en el mundo**

Los griegos y romanos consideraban a las actividades comerciales como un mal necesario, y la Iglesia Católica –ya en la Edad Media– como despreciables. Sin embargo, el concepto de precio justo obtenido de los mercados y los márgenes de utilidad por la gestión comercial fue creado en el siglo XIII por Santo Tomás de Aquino; y con el paso del tiempo el comercio fue mejor visto por todos, siendo el núcleo primordial de progreso de la población, que se extendió hasta fines del siglo XIX, cuando el rol de las empresas tomó una mayor importancia (Canessa & García, 2005). De acuerdo con los autores, en los años 50 comenzó la consolidación de las compañías bajo el esquema de obligaciones empresariales sustentadas en la responsabilidad social.

Según Donaldson y Fafaliou (2003), es evidente el éxito de los modernos negocios pero existe un interés en la literatura de empresa y sociedad, y en la prensa en general, sobre si las compañías cumplen sus responsabilidades sociales, porque se tiene la idea de que aquellas deben poner mayor atención a las comunidades. En las últimas décadas, se desarrollaron tres movimientos ahora organizados y articulados, basados en la ética de los negocios, la responsabilidad social corporativa y el buen de gobierno corporativo, que dentro de sus contextos desarrollan conceptos como partes interesadas y códigos de conducta. Aun cuando estos movimientos son parecidos, tienen diferencias en la forma de cómo se mejora el comportamiento del negocio y de cómo se satisface a quienes constituyen sus grupos de interés (*stakeholders*) [Donaldson & Fafaliou, 2003]. Si bien este movimiento ética empresarial es adoptado en forma voluntaria y es impulsado por valores, no todos los valores son éticos en un sentido explícito, ya que pueden tener significados o interpretaciones distintas; es decir, Donaldson & Fafaliu lo denominaron Ética 1 y Ética 2.

La Ética 1 se refiere a la ética convencional, cuando la empresa actúa de acuerdo con la cultura de quienes residen en donde la empresa opera. Mientras que Ética 2 es la ética de evaluación, que se resume en tres conceptos: (a) el relativismo, o sea, lo que es moral en un país puede ser inmoral en otro, como el soborno, el libre mercado, el monopolio, la esclavitud, la contratación de personal y los despidos; (b) el subjetivismo, es decir, que los valores son una cuestión de gustos y preferencias individuales; y (c) el objetivismo, en el cual predomina la idea de que muchos de los valores no dependen del tiempo ni del lugar ni de caprichos individuales. Pero estos últimos involucran el cumplimiento de promesas, de decir la verdad, de hacer el bien y de tratar a la gente como a alguien le gustaría ser tratado, entre otros. En la Figura 8, se presenta un resumen de la historia de la RSE en el mundo, organizado en cuatro etapas: época empresarial, la gran depresión, época del activismo social, y la conciencia social contemporánea.

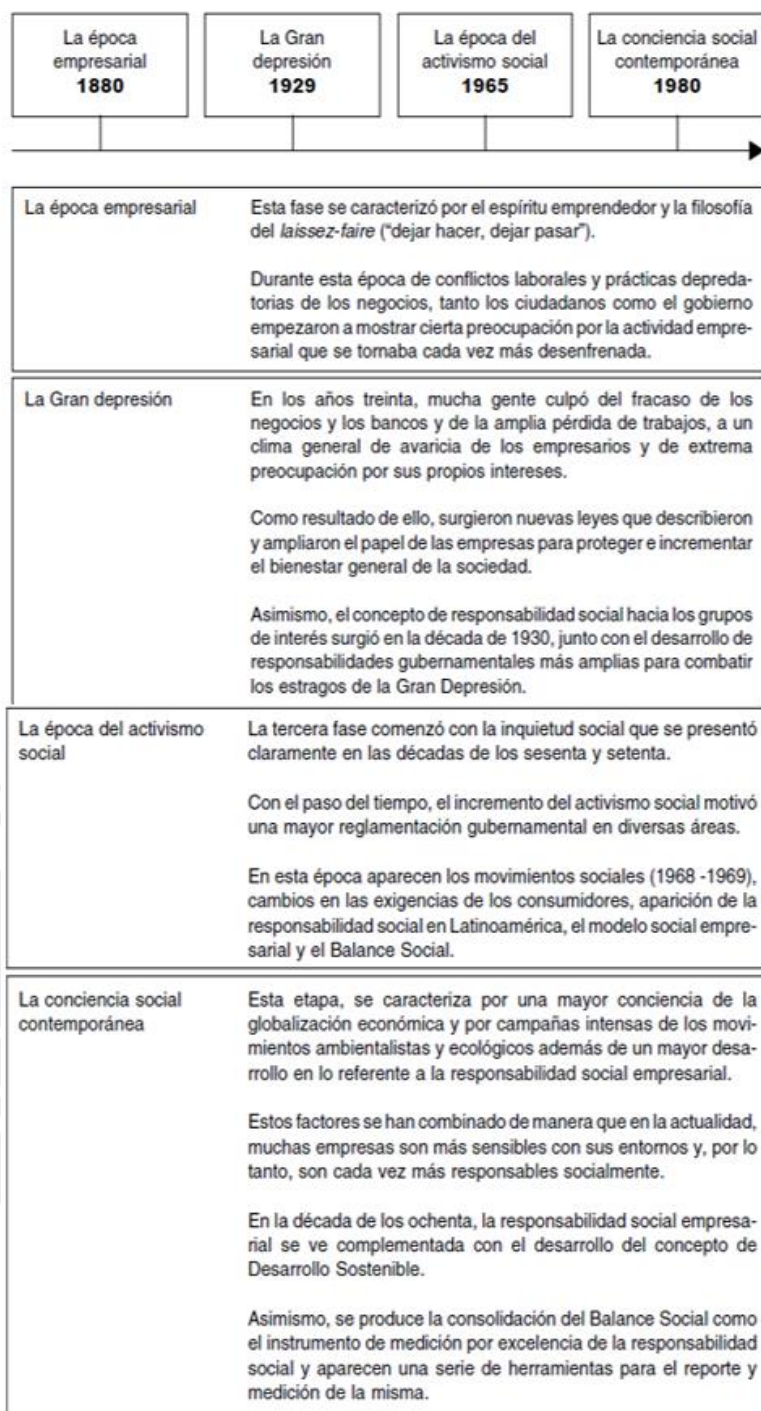


Figura 8. Evolución de la responsabilidad social.

Tomado de "El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo", por G. Canessa y E. García, 2005, p. 22. Recuperado de <http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/elabcperu2021/abc%20de%20la%20rse%20en%20el%20per%C3%BA%20y%20el%20mundo.pdf>

Donaldson (1989) mencionó que el movimiento del gobierno corporativo es la forma cómo la dirección general y el control de la empresa muestran preocupación sobre muchas

cuestiones éticas en los negocios a raíz de algunos escándalos empresariales en todo el mundo. El gobierno corporativo es mucho más que la determinación de salarios y las condiciones y procedimientos para la elección de los consejeros de la junta, se trata de los valores y expectativas de los grupos de interés de la empresa. Una información más detallada sobre cómo se están comportando las empresas respecto a la RSE en Europa, América Latina, Asia y la India es la que ofrece Beatriz Lorenzo, en un artículo para el Diario Responsable, publicado en julio de 2014.

En Europa, se dice que la ‘ecologización de la economía’ es un punto primordial en la Estrategia 2020. El 2 de julio de 2014, la Unión Europea presentó un plan para maximizar las oportunidades de empleo en sectores respetuosos con el medio ambiente y ayudar a los trabajadores ante la ecologización de la economía. En este marco, se prevé la creación de nuevos puestos de trabajo en áreas como el reciclado, la biodiversidad, la mejora de la calidad del aire, las renovables, o la eficiencia energética (Lorenzo, 2014).

En América Latina, por ejemplo, Brasil ocupa los primeros puestos en el *ranking* de países cuyos ciudadanos exigen que las empresas actúen con criterios de responsabilidad social y gestión ética. La sostenibilidad ambiental estuvo presente durante el mundial de fútbol del 2014: el Grupo Pão de Açúcar, la cadena minorista más grande de Sudamérica, y Unilever pusieron en marcha en São Paulo, Río de Janeiro y Fortaleza estaciones móviles que recorrieron las calles durante los partidos para reciclar latas, botellas y otros (Lorenzo, 2014). La autora comentó además que en los países en desarrollo de Asia, se encuentran pésimas las condiciones de trabajo en las fábricas de las grandes compañías textiles. Y por último, que en la India, su Ministerio de Asuntos Corporativos refirió sobre las disposiciones de RSE que estas ‘han de ser libremente interpretadas’.

En un artículo cómo las empresas transforman el diálogo entre los grupos de interés en prácticas de gestión en la empresa, Pedersen (2006) indicó que la interacción de la

empresa con los grupos sociales distintos y los individuos es una parte importante de la RSE. Por tanto, términos como ‘participación’, ‘inclusión’, ‘voz’, ‘colaboración’, ‘asociaciones’ y ‘compromiso’, siempre han sido recurrentes en la literatura sobre responsabilidad social empresarial. El investigador agregó que el diálogo entre actores implica que es necesario contar con un marco analítico para evaluar cómo la empresa implica a sus partes interesadas en los procesos de toma de decisiones:

1. **Inclusión.** La identificación y la inclusión de las partes interesadas en el diálogo son vitales. Si las partes interesadas están excluidas del proceso de toma de decisiones, los beneficios esperados del diálogo serán limitados.
2. **Apertura:** La relevancia del diálogo entre las partes será limitada si se toma la naturaleza de los problemas por sentado y si las consecuencias y las alternativas son escasas y determinadas por la empresa.
3. **Tolerancia:** Si alguna de las opiniones prevalece sobre otra.
4. **Empoderamiento:** El nivel de compromiso se ve afectada por el grado en que los actores son capaces de afectar a la estructura, el proceso y los resultados del diálogo.
5. **Transparencia:** Al mencionar “no me digas, demuéstreme”, se espera que las empresas revelen información a las partes interesadas sobre sus performance.

La Figura 9 resume las diferentes dimensiones del diálogo entre los interesados y los correspondientes niveles de compromiso.

## **2.2. Gestión de la Empresa**

D’Alessio (2012) indicó que la gestión de la empresa es el proceso de desarrollar acciones y tomar decisiones para dirigir las actividades del personal y el manejo de los recursos dentro de una organización, con el fin de lograr los objetivos de la empresa. Dicha gestión tiene diferentes enfoques, siendo cuatro los más destacados.

Dimension:	<u>Level of engagement</u>	
	<u>Low</u>	<u>High</u>
Inclusión	Only a few privileged stakeholders are included in the dialogue	All relevant stakeholders are included in the dialogue
<u>Openness</u>	Dialogue is structured around a fixed set of questions/problems/issues	Dialogue is structured around open questions/problems/issues
<u>Tolerancia</u>	One position has priority over all the others.	New, alternative and critical voices are respected
<u>Empowerment</u>	One stakeholder dominates the dialogue and decisions	Freedom and equality in dialogue as well as in decisions
<u>transparency</u>	No access to information about the process and outcomes of the stakeholders dialogue	Full access to information about the process and outcomes of the stakeholders dialogue

Figura 9. Diálogo de las partes: nivel de compromiso.

Tomado de “Making corporate social responsibility (CSR) operable: How companies translate stakeholder dialogue into practice”, por E. R. Pedersen (2006). *Business and Society Review*, 111(2), p. 141.

1. Funciones: Llamado también tradicional o clásico, desarrolla el planeamiento, organización, dirección y control de las actividades de una organización.
2. Procesos: Es una moderna forma de organizarse basados en la unión de procesos.
3. Comportamiento: O de las relaciones humanas, enfatiza el comportamiento organizacional y la relación interpersonal para que, por medio de las personas, puedan conducirse las actividades de la organización.
4. Sistémico: Se centra en el uso de sistemas, datos y técnicas cuantitativas, para tomar decisiones con el fin de facilitar la consecución de los objetivos.

Podría existir una combinación entre estos enfoques, pero debe tenerse en cuenta los objetivos implícitos, es decir, aquellos que no necesitan enunciarse; y los explícitos, específicos para cada empresa, los cuales se enuncian y cambian de acuerdo con el entorno.

Los objetivos implícitos de toda empresa son los siguientes:

- El bienestar de sus empleados y trabajadores.
- El servicio a los clientes, consumidores y usuarios.
- La ganancia de los accionistas y dueños.
- La responsabilidad ante la sociedad.
- El cuidado de la ecología.



### **2.2.1. Recurso humano**

El recurso humano debe ser contratado mediante un proceso de selección adecuado, y en el que se debe invertir para mejorar su calidad de vida, con capacitación y desarrollo profesional, y retenerlo cuando se convierta en talento humano.

Esto puede ser el resultado del orgullo que siente en los productos que elabora, o de la introducción de mejores prácticas de recursos humanos, tales como las políticas de “la familia” de la compañía. También puede ser el resultado indirecto de los programas y actividades que mejoran la moral y la lealtad de los empleados. Los empleados no solo son fuentes de ideas para mejorar los procesos y el rendimiento de la producción, sino los portavoces de la empresa para la que están orgullosos de trabajar (Honhen, 2007, p. 11).

### **2.2.2. Productividad y calidad**

Los programas de mejora continua buscan mejorar la eficiencia operativa y ahorro de costes. La mejora de las eficiencias operativas identificadas a través de una metodología sistemática para gestionar, por ejemplo, la evaluación de los aspectos ambientales y energéticos, puede revelar oportunidades para convertir los flujos de residuos en los flujos de ingresos; así como el uso de las astillas de madera en tablero prensados, y la reducción de todo el sistema operativo en el uso de energía y costo.

Gestión de la capacidad de atraer y construir relaciones efectivas y eficientes de la cadena de suministros: las empresas más grandes pueden estimular a las empresas pequeñas, con las que hacen negocios, para que apliquen responsabilidad social empresarial dentro de su gestión. Por ejemplo, algunos grandes mayoristas de ropa exigen a sus proveedores cumplir con los códigos y las normas laborales.

### **2.2.3. Costos y finanzas**

Las empresas no pueden dejar de pensar en la importancia de gestionar los recursos económicos de la empresa, sobre todo lo relacionado a la obtención de utilidades, que es la base del contrato económico entre la empresa y la sociedad. Las empresas deben operar en función de la obtención de beneficios pero cumpliendo las normas, políticas, procedimientos, procesos y tareas pensadas para evitar consecuencias colaterales negativas que pudieran generarse, potencializando las externalidades positivas, respetando y escuchando a todos los *stakeholders* vinculados (Volpentesta, 2012).

### **2.2.4. Medio ambiente**

D'Alessio (2012) señaló que una organización tiene una gestión enfocada al medio ambiente cuando muestra respeto y se responsabiliza por el entorno donde opera y preserva los recursos naturales, preocupándose en no dañar las aguas, en manejar sus desechos, en reutilizar sus insumos, controlando el empleo de productos contaminantes, y por patrocinar el uso de fuentes de energías no contaminantes. Agregó que la organización debe tener establecido un programa de investigación y desarrollo acorde con su rol en la sociedad, según el sector donde se desenvuelva, que le permitirá ser más competitiva (en términos de costos e innovación), y aportar en mayor medida al desarrollo sostenible.

### **2.2.5. Responsabilidad social empresarial**

La responsabilidad social es un concepto sobre la forma de gestionar las organizaciones, y es en dicha gestión en la cual se pueden aplicar los diferentes estándares de responsabilidad social existentes a nivel internacional. Los estándares de responsabilidad social tienen objetivos de soporte a la gestión de la empresa, destacando el soporte a la mejora del desempeño empresarial en conjunción con la aplicación de prácticas responsables en el marco del establecimiento de compromisos con los diversos grupos de interés, y

facilitar la ruta hacia el desarrollo sostenible y el aporte que la empresa realiza para dicho fin a través de su responsabilidad social (Marquina et al., 2012).

No existe un método específico para la implementación de una gestión empresarial con enfoque en la RSE, pues cada empresa debe adecuarse de acuerdo al contexto donde opera definiendo sus responsabilidades sociales. Tampoco es valorable implementar la RSE si no está en armonía con la misión de la empresa, los valores de su cultura empresarial, la gestión de la calidad de procesos y la gestión del medio ambiente.

### **2.3. Estado de la Gestión de la Empresa con Enfoque en la Responsabilidad Social**

Citado por Canessa y García (2005), uno de los primeros enfoques de gestión de la empresa en RSE fue la difundida por Carroll (1991), quien grafica la responsabilidad social como una pirámide y propuso que las empresas y sus directivos deben entender cuáles son sus responsabilidades con sus grupos de interés, siendo estas de cuatro tipos: (a) económicas, (b) legales, (c) éticas y (d) filantrópicas (ver Figura 10). Además, indicó que estas deben gestionarse al mismo tiempo y, de cumplirlas, deberían llevar a las empresas a obtener utilidades.

Según Carroll (1991), la responsabilidad económica comprende la producción de bienes y servicios que los consumidores precisan, y que por compensación por la entrega de estos productos y servicios la empresa debe obtener una ganancia aceptable. La responsabilidad legal tiene que ver con el cumplimiento de la ley y de las regulaciones estatales, así como las reglas básicas con las cuales deben operar los negocios. Por otro lado, mencionó que la responsabilidad ética se refiere hacer lo correcto, justo y razonable, así como evitar o minimizar el daño a sus grupos de interés; y por último la responsabilidad filantrópica comprende acciones corporativas que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa. Estas acciones incluyen el involucramiento activo de la

empresa en actividades que promueven el bienestar social y mejora de la calidad de vida de la población.



*Figura 10.* La pirámide de Carroll.

Tomado de "El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo", por G. Canessa y E. García, 2005, p. 15. Recuperado de <http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/elabcperu2021/abc%20de%20la%20se%20en%20el%20per%C3%BA%20y%20el%20mundo.pdf>

De ningún modo, la responsabilidad social empresarial debe ser tomada como un trabajo adicional a lo que la empresa realiza en forma regular, pues esta debe ser parte de su gestión, cuyo objetivo es conseguir la sostenibilidad (Marquina, 2013). Entiéndase como sostenibilidad al logro económico, social y ambiental de la empresa por las acciones que realiza, de tal modo que asegura que las futuras generaciones no vean mermadas sus posibilidades de existencia y crecimiento. La sostenibilidad de la empresa pasa justamente

por lograr una forma de gestionar sus operaciones regulares de manera tal que estas generen valor, tanto para los accionistas, como para sus otros grupos de interés o *stakeholders*.

Sobre el tema, Honhen (2007) expresó que en el marco de la implementación de responsabilidad social en la gestión empresarial, esta debe involucrar a toda la empresa desde la alta gerencia hasta los funcionarios de primera línea, y estar relacionada con la decisión eficaz de gestión económica, social y ambiental. Una empresa administrada en forma adecuada bajo criterios de RSE obtiene beneficios óptimos para sí misma y sus accionistas, y para aquellos que se ven afectados por las actividades de la empresa. En todos los niveles de una empresa la dirección y el control de sus actividades y activos inadecuados pueden poner en peligro su propia capacidad de operar.

Por otro lado, Porter y Kramer (2013) afirmaron lo siguiente:

Para integrar negocios y necesidades sociales hace falta más que buenas intenciones y fuerte liderazgo. Se requieren ajustes en organización, en procesos de reporte de información y en incentivos. Pocas compañías han aplicado *management* operativo en procedimientos que identifiquen y prioricen cuestiones sociales relacionadas con su notabilidad en operaciones de negocio y en su importancia para el contexto competitivo de la compañía. Todavía menos empresas han unificado su filantropía con sus esfuerzos de RSE y mucho menos han intentado añadir una dimensión social a su propuesta principal de valor. Hacer todo esto exige un acercamiento muy diferente a la RSE y a la filantropía que prevalece hoy en día (p. 571).

Uno de los objetivos principales de la RSE es que la empresa se integre con sus *stakeholders*, y el nexo entre ellos es mediante el uso de estándares internacionales de gestión, como la emisión de reportes de sostenibilidad enfocados en temas sociales, ambientales y éticos (Marquina et al., 2012). En relación con este tema, Reynolds y Yuthas (2008) indicaron que organizaciones y grupos relacionados al tema propusieron varios

estándares de aplicación internacional de gestión de responsabilidad social, cuya función principal es establecer lineamientos que permitan a las empresas comunicar a los grupos de interés (reportes) y que sean verificables (auditoría) sobre dicha gestión. Entre la serie de estándares que existen en el mundo, destacan:

- Las cartas y códigos éticos, como la del GRI (1997), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico [OCDE] (2008), la ISO 2600 (2010), la Chambre de Commerce Internationale
- Los informes sociales con los índices de desarrollo sostenible, como los de la ASPI, de Ethibel Excellence y Ethibel Pioneer, y del Dow Jones Sustainability Indexes
- Las líneas o guías de dirección en base a normas como por ejemplo la ISO 14000, la AA1000 [International Accountability Assurance Reporting Standard] (2003), la SA 8000 (Social Accountability International Labor Standard)
- La auditoría ética

Estos estándares diseñados por organismos internacionales y oficinas especializadas se integran a la administración estratégica y operacional de la empresa.

Honhen (2007) indicó que existen beneficios clave para las empresas que incluyen RSE en sus modelos de gestión. Las más relevantes son las siguientes:

1. Una mejor previsión y gestión de un entorno de mercado cada vez más complejo y con mayor riesgo: El tener en cuenta los intereses de sus *stakeholders* por el impacto de una empresa es una forma de anticipación y gestión del riesgo.
2. Mejora de la gestión de la reputación: Debido a que organizaciones que se desempeñan bien en lo que respecta a la RSE cuentan con una reputación fundamentada en valores como la confianza, la credibilidad, la fiabilidad, la calidad y la consistencia.

3. Capacidad para reclutar, desarrollar y retener al personal: Esto puede ser el resultado directo del orgullo que los colaboradores sientan por la empresa debido a la introducción de mejores prácticas en recursos humanos, donde además se sientan orgullosos de la empresa donde trabajan o van a trabajar.
4. Mejora de la innovación, la competitividad y el posicionamiento en el mercado: La historia de un buen negocio siempre ha sido el de estar alerta a las tendencias, la innovación y la respuesta a los mercados.
5. Mejora de la eficiencia operativa y ahorro de costes.
6. Capacidad de atraer y construir una cadena: De suministro eficaz y eficiente, mejorando las relaciones entre proveedores y la empresa.
7. Licencia social para operar en la comunidad: Los ciudadanos y las partes interesadas logran una mejor comprensión de los objetivos y actividades de la empresa; esto se traduce en la mejora de las relaciones (lo que a su vez puede convertirse en alianzas más sólidas y duraderas) públicas, privadas y de la sociedad civil.
8. Acceso al capital: Las instituciones financieras están considerando cada vez más los criterios sociales y ambientales en su evaluación de proyectos. Los inversores buscan indicadores con dirección efectiva en RSE. Un plan de negocios que incorpora un buen enfoque responsabilidad social es visto como un indicador de buena gestión.
9. Mejora de las relaciones con los reguladores: Los gobiernos aceleran los procesos de aprobación para empresas que emprenden actividades sociales y ambientales, además de los requeridos por la regulación.
10. Catalización del consumo responsable: Variando las modalidades de consumo que es visto como un importante motor para lograr el desarrollo sostenible. Las empresas representan un papel clave en la facilitación de patrones de consumo y estilos de vida sostenibles a través de los bienes y servicios que prestan.

Por último, para Honhen (2007) existe evidencia general de que las empresas están empezando a beneficiarse de sus actividades de responsabilidad social. Esto se percibe a partir de los comentarios positivos de los medios de comunicación, las encuestas de los empleados, la comunidad, la satisfacción del cliente y el éxito de las líneas de negocio impulsadas por la RSE.

En la actualidad, la empresa no solo busca cumplir objetivos económicos, sino que también busca cumplir con objetivos sociales y de cuidado del medio ambiente; y que para lograr este fin, la empresa moviliza todos sus conocimientos y experiencia acumulada de las fuerzas productivas de la humanidad, incluyendo de la naturaleza (Cuevas, 2011). Por este motivo, desde su inicio, la ética en los negocios y la RSE se transforman en beneficios de la gestión; y esta, aplicada a la empresa, es utilizada como un objeto para la creación del valor de cualquier otro conocimiento. Cuevas (2011) refirió también que la RSE atrae a los CEO e inversionistas porque pueden dar mayores beneficios, evitar pérdidas, mejorar la *performance* de la empresa, mejorar su imagen y asegurar su sostenibilidad.

### **2.3.1. Principios, ética y valores**

***Pacto mundial (ONU)***. Iniciativa de las Naciones Unidas (2000) que reconoce el rol protagónico de las empresas, fue elaborada en colaboración entre organismos laborales, empresariales y sociedad civil, para promover principios, prácticas sociales y ambientales de carácter universal. Estos principios éticos abordan cuatro campos: sobre los derechos humanos, el ambiente laboral, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. La propuesta de su creación fue realizada por el secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, en el Foro Económico de Davos de 1999, bajo el lema de “Un esfuerzo mundial para una causa universal”.

***Declaración tripartita de empresas multinacionales y la política social (OIT)***. Busca promover la contribución positiva y minimizar las dificultades que las empresas



multinacionales ejercen sobre el progreso económico y social. Los principios establecidos en esta declaración ofrecen a las multinacionales, gobiernos, empleadores y trabajadores, orientaciones en materia de empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida, y relaciones laborales. Refuerzan sus disposiciones cierto número de convenciones y recomendaciones de la OIT que definen derechos y obligaciones en términos más específicos, a cuyo respecto se insta a los interlocutores sociales a que los tengan presentes y lo apliquen en toda la medida de lo posible.

***Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales.*** Conjunto de recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales, las cuales consisten en principios y estándares de buenas prácticas para una conducta empresarial responsable, compatible con la legislación vigente del país donde desarrollan sus actividades. Los gobiernos adheridos a estos lineamientos animan a las empresas que operan en sus territorios a cumplir estos principios en cualquier lugar donde desarrollen su actividad, teniendo en cuenta el contexto donde estas operan. Estas directrices, además, buscan fortalecer la confianza entre la empresa y la sociedad, para contribuir en mejorar el clima de la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales en el desarrollo sostenible. Desde el 15 de mayo de 2011, el Perú se sumó como país miembro.

***Los principios de The Caux Round Table (CRT).*** Es una institución que agrupa a líderes empresariales de Europa, Japón y de los Estados Unidos, cuya misión es activar el papel de la empresa como impulsora de un movimiento innovador mundial. Esta organización se avocó a la elaboración de principios para las empresas convirtiéndose en estándar mundial del comportamiento corporativo, ético y responsable. Estos principios incluyen la responsabilidad de las empresas hacia todas las personas involucradas en el negocio, el impacto social y económico de las empresas hacia la innovación, la justicia y una comunidad mundial, el respeto de las leyes y la ética, el apoyo a acuerdos multilaterales que

promuevan el libre comercio, el respeto por el medio ambiente evitando el despilfarro de recursos naturales, la prohibición de operaciones ilícitas, y otras prácticas consideradas como corruptas.

***Principios Globales de Sullivan (GSP).*** El reverendo Leon Sullivan desarrolló los llamados Principios de Sullivan, el cual consiste en un código de conducta de derechos humanos y en particular lo referido a la de los trabajadores de las compañías. El objetivo es promover la igualdad de oportunidades para todos los empleados sin ningún tipo de discriminación en las compañías que operan en Sudáfrica. Los principios de Sullivan se reconocen por haber sido uno de los esfuerzos más eficaces para acabar con la discriminación racial en los lugares de trabajo en Sudáfrica, y por haber contribuido a dismantelar el Apartheid. Estos principios fueron introducidos por primera vez en 1999 y en la actualidad los firmantes de estos 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.

### **2.3.2. Normas internacionales de RSE**

En los últimos tiempos, las organizaciones están enfocando su gestión hacia la responsabilidad social empresarial con el objetivo de diferenciarse respecto de otras, en ámbitos como la protección del medio ambiente, los derechos laborales, la calidad de vida familiar, el respeto a los derechos humanos. Sobre este tema, Strandberg (2010) indicó que el uso de reportes y/o memorias de RSE, sirven para sentar bases de diálogo entre la empresa y los grupos de interés; por tanto, ejecutarlo significa realizar la medición, divulgación y rendición de cuentas. Para esto, en el mundo existe una serie de normas o estándares, las cuales pueden ser implementadas por las organizaciones en su gestión y que demuestran que las empresas aplican o tienen implementada la RSE en su gestión.

Al respecto, según el Organismo Internacional de Normalización (ISO) la norma es “el documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que proporciona para uso común y repetido, reglas directrices o características para ciertas actividades o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de un contexto dado. Por tanto, las normas son un conjunto de reglas, principios y directrices, desarrolladas por instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, asociaciones privadas o por la misma empresa. Estas normas están diseñadas para contribuir en la gestión de la empresa, además se caracterizan por ser aceptadas universalmente y de aplicación voluntaria; siendo necesario conocer cada una de ellas para una evaluación de gestión así como el ámbito donde estas se aplican.

Las normas se diferencian por su enfoque en ámbitos económicos, sociales o ambientales, para lo cual es necesario definir la orientación y el impacto de estas normas en la gestión de la organización. Según la literatura revisada, las normas más comunes para evaluar gestiones relacionadas con la RSE son las siguientes:

**Norma SA 8000 (1997).** Surgió en Estados Unidos para mejorar las condiciones de trabajo que las empresas ofrecen a nivel mundial, basada en los principios de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), la Convención de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas, y la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Es un sistema de verificación de las condiciones de trabajo que tiene por objeto promover la mejora continua del ambiente laboral. Algunas de las más grandes empresas agrícolas exportadoras de banano, tabaco, vino, frutas enlatadas y café procesado, cuentan con esta certificación. La organización internacional que se encarga de acreditar que una empresa cumpla con los requisitos de esta norma es el Council on Economic Priorities Accreditation (CEPAA).

**Norma AA 1000 (1999).** Fue desarrollada por el Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA) para garantizar la credibilidad, la calidad de desempeño y los informes

en materia de sostenibilidad, que mejoren la responsabilidad social en las organizaciones a través del compromiso y el diálogo con las partes interesadas. Este es el primer estándar global que tiene como función medir y difundir el comportamiento ético de las organizaciones.

**Norma ISO 26000.** En junio de 2002, el Comité de Consumidores de la International Standards Organization (ISO) se reunió en Trinidad y Tobago para discutir sobre el desarrollo de una ISO enfocada en RSE. Así, se creó la ISO 26000, que pretende ayudar a las organizaciones a contribuir con el desarrollo sostenible y que estas vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. La ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de responsabilidad: (a) Gobernanza, (b) derechos humanos, (c) prácticas laborales, (e) medio ambiente, (f) prácticas justas de operación, (g) asuntos de consumidores, y (h) participación activa y desarrollo de la comunidad.

### **2.3.3. Indicadores internacionales de evaluación**

Así como la gestión de la organización es evaluada para conocer su desempeño o el cumplimiento de sus logros estratégicos mediante indicadores de gestión valorados, la gestión de la RSE también es estimada con indicadores ponderables para determinar si está alcanzando el objetivo o metas propuestas, y así tomar decisiones gerenciales en base a estos. Al respecto, Strandberg (2010) manifestó que del mismo modo en que se mide la gestión de la empresa, la gestión de la RSE puede y debe ser medida. Por otro lado, también indicó que para lograr este objetivo se han desarrollado indicadores cuantitativos y cualitativos que no son financieros. Dicho de otro modo, se trata de indicadores con triple resultado: económico, social y ambiental; por lo que es necesario definir estos ya que deben ser fiables, comparables y tener validez. A continuación, se presentan los más relevantes.

**Índice Domini 400 Social Index (DSI 400).** En 1990, Morgan Stanley Capital Investment (2016), importante organización de inversión socialmente responsable del mundo, cuya misión es influir en el comportamiento empresarial para conseguir una sociedad más justa y sostenible, creó el primer índice bursátil denominado Domini 400 Social Index, que incorporó cuestiones sociales para clasificar a las empresas. Este índice fue diseñado para los inversores que buscan un punto de referencia diversificado, compuesto por empresas de gran perfil de sostenibilidad. La rentabilidad de este índice se ha venido superando desde su creación en relación con el índice de S&P 500, de carácter global, considerado el mejor indicador único de acciones *large cap* de Estados Unidos. Este índice no admite a empresas relacionadas con el tabaco, el alcohol, el juego, las armas ni de generación de energía nuclear.

**Índice Dow Jones Sustainability Index (DJSI).** Es un indicador elaborado por Dow Jones STOXX y SAM (Sustainable Asset Management), que forma parte de la evaluación de compañías que están asociadas en el Dow Jones STOXX 600 Index, y que además deben cumplir una serie de requisitos en materia de sostenibilidad. Los índices sirven como punto de referencia para los inversores que integran consideraciones de sostenibilidad en sus carteras y proporcionan una plataforma de participación efectiva para las empresas que quieren adoptar las mejores prácticas de sostenibilidad. Para decidir qué empresas entran a formar parte de este índice, primero se les somete a un análisis de múltiples factores, tanto sociales como medio ambientales y económicos. La metodología de evaluación está basada en la aplicación de criterios para valorar las oportunidades, riesgos sociales y ambientales de cada una de las empresas que adoptan dichos índices.

**Global Reporting Initiative (GRI).** Organización creada en 1977 con el propósito de diseñar una guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad a nivel empresarial, que incluya indicadores sociales y medio ambientales. Dicha organización fue convocada por la Coalición para las Economías Ambientalmente Responsables (CERES) y el Programa de las

Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con el fin de promover la participación activa de corporaciones, organizaciones no gubernamentales, agencias internacionales de las Naciones Unidas, organizaciones de contabilidad, asociaciones empresariales, universidades, y de otros grupos de interés del mundo. En la actualidad, el GRI se ha convertido en un estándar para la elaboración de memorias o reportes de sostenibilidad corporativa.

**Indicadores ETHOS de RSE.** Es una herramienta de autoevaluación y seguimiento de la gestión de responsabilidad social empresarial, diseñada para ayudar a que las empresas incorporen en su gestión conceptos y compromisos con el desarrollo sostenible. Este instrumento de medición fue diseñado por organizaciones latinoamericanas líderes en RSE, con asesoría técnica del Instituto ETHOS, como parte del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE). El objetivo de estos indicadores es estandarizar el uso de indicadores de RSE en todos los países de América Latina. Los indicadores están divididos en dos formas: como indicadores de profundidad, que contiene los aspectos comunes a la gestión de RSE en el contexto latinoamericano; y como indicadores binarios y cuantitativos, que contienen aspectos particulares de cada país miembro.

Con la información de la evaluación del estado de la gestión, la empresa podrá determinar si el enfoque de la RSE actual logra sus objetivos, o si la implementación y estrategia general son correctas. Además, esta información ayuda a identificar a los socios internos y pueden contribuir con la gestión de manera integrada (Honhen, 2007.).

#### **2.3.4. Auditoría**

Para garantizar la conformidad de la gestión de RSE en una organización, es necesario verificar las informaciones de sus actividades relacionadas con ella en intervalos planificados. Dichas verificaciones son denominadas ‘auditorías’, que sirven para el seguimiento y mejora continua de los sistemas de gestión de una organización. Dicha auditoría fue definida por la norma UNE-EN ISO 19011:2001 como un “proceso sistemático, independiente y

documentado para obtener evidencias de auditoría y evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar la extensión en que se cumplen los criterios de auditoría”.

Leonard (1999) indicó que la auditoría administrativa es un examen comprensivo y constructivo de la organización de una empresa de una institución, así como de sus métodos de control, operación y de sus recursos humanos y materiales. En tanto que para Rodríguez (1985) es una técnica para evaluar en forma sistemática la efectividad de una función o una unidad según las propias normas de la empresa, con apoyo de personal específico en el área de estudio, para asegurar que los objetivos trazados se cumplan o cómo podrían mejorarse. Por otro lado, Pazos (2010) manifestó en su estudio sobre la gestión de la RSE, que la empresa mide su rentabilidad a través de los estados financieros pero el estado de la gestión social podría medirse a través de una auditoría social, que no es otra cosa que la evaluación del cumplimiento de la organización respecto a las acciones sociales comprometido con sus grupos de interés.

#### **2.4. Investigaciones sobre Gestión con Enfoque en RSE**

Al respecto, en el caso del sector agroindustrial mundial, se encontraron dos estudios a nivel latinoamericano que evaluaron a empresas del sector agrícola, utilizando instrumentos similares al cuestionario Ethos Perú 2021. En el primer estudio se explica la relación de la gestión de RSE con la competitividad del sector realizada a las empresas aguacateras del municipio de Uruapan-Michoacán (México); y en el segundo estudio se analiza la contribución del desarrollo local sostenible en el municipio de Chichigalpa (Nicaragua), entre el 2009 y el 2010, de la empresa agrícola Ingenio San Antonio (ISA).

En la primera investigación, realizada por Ayala y Villafán (2014), se utilizó el instrumento propuesto por el Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI), que se compone de cuatro ámbitos (calidad de vida, ética empresarial, vinculación con la comunidad y medio ambiente), 27 dimensiones y 120 indicadores. La investigación se realizó

a 12 empresas, que representaban al 30% del sector de la región. La información fue recabada mediante entrevistas personales de julio a diciembre de 2010; y el instrumento utilizado fue un cuestionario con escala de respuesta dicotómica, asignando el valor de 0 a las respuestas que indicaban negación, y el valor de 1 a las preguntas cuya respuesta era afirmativa.

En esta investigación es interesante observar la forma de la medición de los resultados del índice de responsabilidad social empresarial (IRSE), que para su objetividad asigna pesos a cada una de las cuatro dimensiones de acuerdo con la importancia relativa, los datos obtenidos y la opinión de los entrevistados (ver Tabla 1). Posteriormente, las cuatro dimensiones o variables se normalizaron para hacer comparaciones entre ellas, otorgando así las siguientes categorías de valores (ver Tabla 2). Con la información obtenida, se elaboró el IRSE para cada empresa, apreciándose que de las 12 analizadas, ninguna alcanzó el valor más alto pero tampoco se encontró empresa que estuviera en el nivel más bajo (ver Figura 11).

Tabla 1

*Peso Relativo de las Cuatro Dimensiones Incorporadas a la RSE*

Variable	Valor
Calidad de vida	0.462
Ética empresarial	0.178
Vinculación con la comunidad	0.06
Medio ambiente	
IRSE	1

*Nota.* Tomado de “Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán y sus implicaciones en la competitividad”, por Ayala y Villafán, 2014, p. 224. *Revista Contaduría y Administración*, 59(4). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39531859010>

Para determinar el nivel en que se encuentra el conjunto de empresas investigadas de acuerdo al indicador IRSE, con el uso de la metodología de Ayala y Villafán (2014), se concluyó que la medida de tendencia central promedio es 51.58%, lo cual es un nivel medio de RSE; esta cifra es el resultado de promediar el valor máximo y el mínimo obtenido por las empresas. En la Tabla 3, se presentan los resultados de las cuatro variables y las 27 dimensiones. Por otro lado, los autores destacan que se debe entender que la RSE tiene el reto



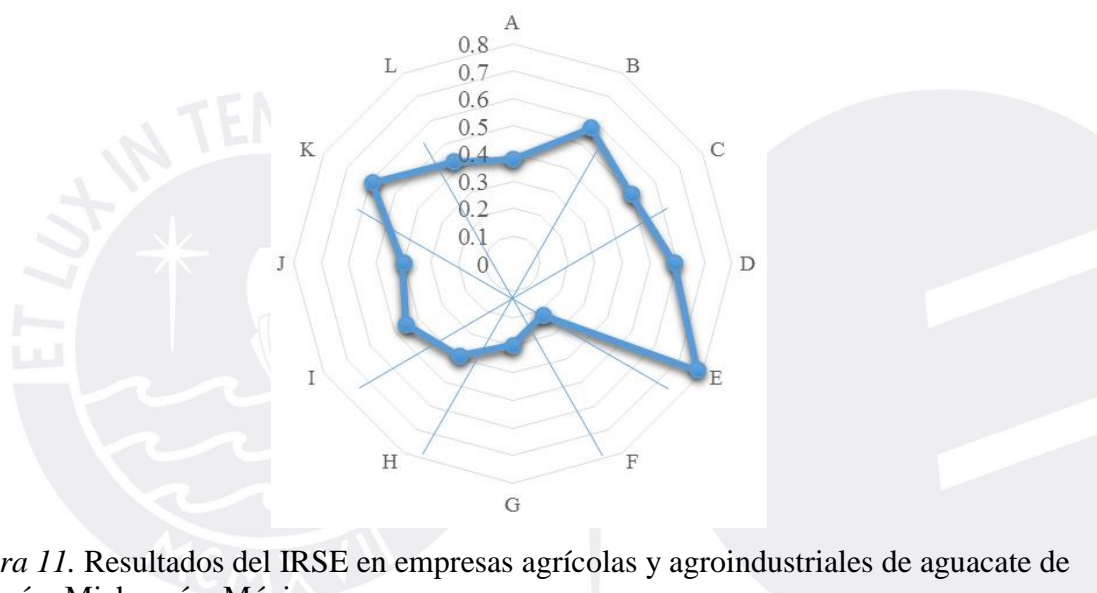
de mejorar en el tiempo las variables que la conforman, para, así, mejorar la competitividad de las empresas.

Tabla 2

*Categorías Otorgadas a las Variables*

Rango	Categoría
0.0,200	Muy bajo
0,201-0,400	Bajo
0,401-600	Medio
0,601-0,800	Alto
0,801-1,00	Muy alto
IRSE	1

*Nota.* Tomado de “Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán y sus implicaciones en la competitividad”, por Ayala y Villafán, 2014, p. 224. *Revista Contaduría y Administración*, 59(4). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39531859010>



*Figura 11.* Resultados del IRSE en empresas agrícolas y agroindustriales de aguacate de Uruapán, Michoacán, México.

Tomado de “Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán y sus implicaciones en la competitividad”, por Ayala y Villafán, 2014, p. 236. *Revista Contaduría y Administración*, 59(4). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39531859010>

En el caso de la empresa agrícola Ingenio San Antonio (ISA), la investigación fue realizada Juana Francisca Méndez (2011). En dicha evaluación se aplicó el cuestionario ETHOS adaptado a la realidad de Nicaragua, que contiene siete indicadores: (a) valores, transparencia, y gobernación; (b) público interno; (c) medio ambiente; (d) abastecedores; (e) consumidores y clientes; (f) comunidad; y (g) gobierno y sociedad. La evaluación se realizó

sobre la base de los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de ISA, así como a los líderes comunales de la zona de influencia.

Tabla 3

*Promedios de las Variables y Dimensiones de RSE de las Empresas Agrícolas y Agroindustriales Aguacateras de Uruapán, Michoacán (México)*

RSE (05158) - medio	Calidad de vida 0.6322	Empleabilidad (0.81) Gestión de capital humano (0.79) Balance entre trabajo y familia (0.51) Seguridad y salud laboral (0.86) Capacitación, educación y desarrollo (0.44) Diversidad e igualdad de oportunidades (0.58)
	Ética empresarial 0.4785	Derechos humanos (0.75) Gobierno corporativo (0.38) Compromiso con los stakeholders (0.30) Compromiso ético (0.26) Trato justo y globalidad (0.63) Apertura y transparencia (0.44) Alineación estratégica (0.23) Combate a la corrupción (0.43)
	Vinculación con la comunidad 0.2295	Difusión de la responsabilidad social (0.25) Ciudadanía y civismo empresarial (0.26) Inversión social (0.10) Balance social (0.02) Cadena de valor (0.18)
	Medio ambiente	Operaciones ambientales (0.23) Políticas ambientales (0.17) Inversión (0.19) Capacitación y programas (0.10) Información y comunicación (0.14) Relaciones externas (0.10) Transporte (0.13) Manejo de impacto ambiental (0.05)

*Nota.* Tomado de “Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán y sus implicaciones en la competitividad”, por D.A. Ayala y K. B. Villafán, 2014, p. 237. *Revista Contaduría y Administración*, 59(4). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39531859010>

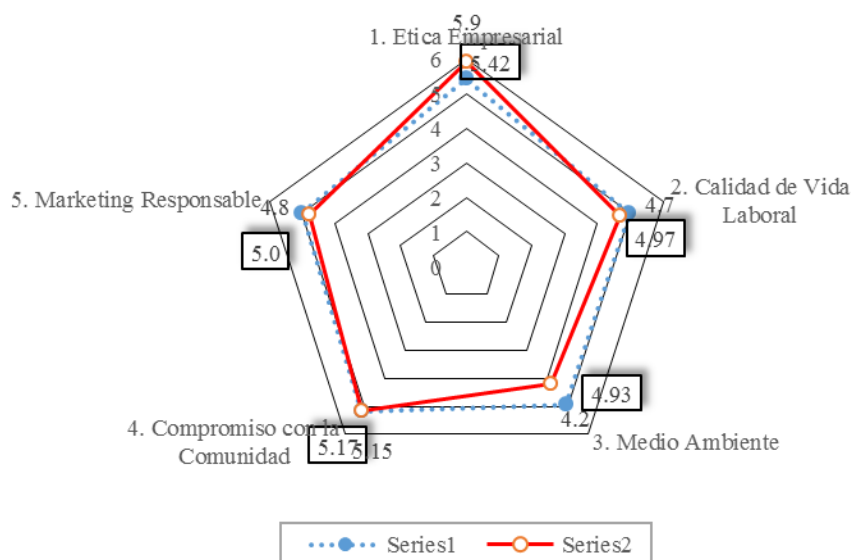
En esta investigación es relevante porque el cuestionario Ethos permitió evaluar la gestión de responsabilidad social de la empresa agrícola, y demostró su validez para medir el nivel de compromiso de las empresas con la sociedad. Para el estudio solo se consideró cinco ámbitos de los siete conformados por el cuestionario; la forma de cuantificar o valorar los resultados se realizó a través de la medida de tendencia central promedio, que fueron comparados con el promedio de otras empresas (*benchmark*). Los resultados pueden observarse en la Tabla 4.

Tabla 4

*Resultados Obtenidos de los Cuestionarios ETHOS*

Variables estudiadas de ética empresarial		Su promedio	Benchmark	Otras empresas
1.1.	Desarrollo de principios éticos.	5.60	6.00	
1.2.	Difusión de los principios éticos en la empresa.	5.90	6.00	
1.3.	Práctica de los principios éticos con la competencia.	5.00	6.00	
1.4.	Práctica de los principios éticos con los proveedores.	6.00	6.00	
1.5.	Práctica de los principios con personal subcontratado.	5.50	6.00	
1.6.	Práctica de los principios éticos con el gobierno.	4.50	6.00	
1 Ética Empresarial		5.42	6.00	5.90
Variables estudiadas de calidad de vida laboral		Su promedio	Benchmark	Otras empresas
2.1.	Valoración de la diversidad.	4.50	6.00	
2.2.	Participación de los empleados en la gestión de la empresa.	4.50	6.00	
2.3.	Relaciones con los sindicatos.	5.80	6.00	
2.4.	Distribución de los beneficios de la empresa.	4.50	6.00	
2.5.	Desarrollo profesional y de la empleabilidad.	5.10	6.00	
2.6.	Cuidado de la salud, seguridad, y condiciones de trabajo.	5.30	6.00	
2.7.	Jubilación y despidos.	5.10	6.00	
2 Calidad de vida laboral.		4.97	6.00	4.70
Variables estudiadas de Medio ambiente		Su promedio	Benchmark	Otras empresas
3.1.	Conocimientos sobre el impacto en el medio ambiente.	5.50	6.0	
3.2.	Responsabilidad ambiental a través del ciclo productivo.	4.80	6.0	
3.3.	Cuidados en la incorporación de insumos y tratamientos de desechos.	3.40	6.0	
3.4.	Educación ambiental.	6.00	6.0	
3 Medio ambiente.		4.57	6.0	4.20
Variables estudiadas de Compromiso con la comunidad		Su promedio	Benchmark	Otras empresas
4.1.	Gestión del impacto de las actividades de la empresa en la comunidad.	5.30	6.00	
4.2.	Relaciones con organizaciones comunitarias.	5.60	6.00	
4.3.	Mecanismos de apoyo a proyectos sociales.	4.00	6.00	
4.4.	Estrategias y criterios de acción en el área social.	5.50	6.00	
4.5.	Apoyo y trabajo voluntario del personal.	4.60	6.00	
4.6.	Liderazgo e influencia social.	5.40	6.00	
4.7.	Participación en proyectos sociales de gobierno.	5.80	6.00	
4 Compromiso con la comunidad.		5.17	6.00	5.10
Marketing responsable		Su promedio	Benchmark	Otras empresas
5.1.	Diagnóstico y solución de los daños potenciales de sus productos y servicios.	4.70	6.00	
5.2.	Política de marketing y comunicación.	6.00	6.00	
5.3.	Técnicas de ventas éticas y respeto de la privacidad del consumidor.	3.30	6.00	
5.4.	Excelencia en la atención al consumidor.	6.00	6.00	
5 Marketing responsable.		5.00	6.00	4.80

*Nota.* Tomado del "Análisis de la responsabilidad social empresarial del Ingenio San Antonio en la contribución del desarrollo local sostenible del Municipio Chichigalpa, durante el periodo 2009-2010," por J. F. Méndez, 2011, p. 29, San Salvador, El Salvador. Recuperado de <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/119683/2/Tesis%20Francis%202011.pdf>



*Figura 12.* Score card de responsabilidad social del Ingenio San Antonio 2009-2010. Tomado del “Análisis de la responsabilidad social empresarial del Ingenio San Antonio en la contribución del desarrollo local sostenible del Municipio Chichigalpa, durante el periodo 2009-2010,” por J. F. Méndez, 2011, p. 30, San Salvador, El Salvador. Recuperado de <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/119683/2/Tesis%20Francis%202011.pdf>

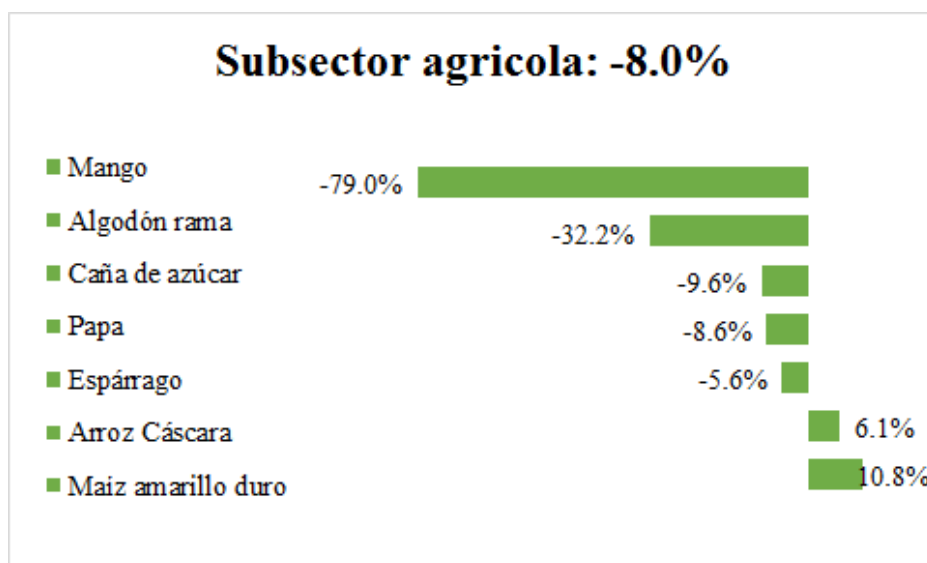
La Figura 12 resume el nivel de responsabilidad empresarial del ISA en el período de estudio. En términos generales, los resultados obtenidos estuvieron por encima de los promedios de otras empresas.

Respecto a la región Piura, no se encontraron investigaciones en ningún tipo de sector productivo, por lo cual el presente trabajo plantea el inicio de futuras evaluaciones acerca de la gestión con enfoque en Responsabilidad Social Empresarial.

## 2.5. Sector Agroindustrial en el Perú

El sector agroindustrial es un mercado sensible, ya que ofrece productos y servicios de alimentación para el consumo humano. Porque representa una ventaja competitiva y genera valor, las empresas deben garantizar confiabilidad y brindar una imagen de RSE. Por ese motivo, las empresas fortalecen sus prácticas en RSE, establecen lazos de comunicación con sus grupos de interés y toma decisiones sobre la base de los dos anteriores. Los mercados cada vez más exigen productos y servicios elaborados con una gestión que involucre la

práctica de RSE. Prueba de ello son los tratados de libre comercio (TLC), que estipulan dichos cumplimientos.



*Figura 13.* Evolución sectorial del subsector agrícola en el Perú (a enero 2015). Tomado del “Informe técnico”, por el INEI, 2015, p. 3. Recuperado de [https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n03\\_produccion\\_ene2015.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n03_produccion_ene2015.pdf)

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2015), el sector agropecuario se redujo en 2.99%, en función del 2014, debido al retroceso del subsector agrícola en -8.04% (ver Figura 13). El decrecimiento del subsector agrícola se explica por la baja de producción de mango, papa, caña de azúcar, espárrago, algodón rama y tomate. Asimismo, y en menor proporción, de alcachofa, mandarina, frijol grano seco, maíz choclo, plátano, entre otros.

La menor producción de mango (-78.96%) se debió a factores climatológicos, que afectaron la floración y fructificación del cultivo. Los departamentos que reportaron menor producción fueron Piura, Lambayeque y La Libertad. La producción de tomate también disminuyó pero en un 50% por la menor superficie sembrada, ante la baja demanda del producto para la industria. Los departamentos de menor cosecha fueron: Ica, Lambayeque, Tacna y La Libertad.

Asimismo, la producción de papa se contrajo en un 8.56%, por la menor superficie sembrada en Huánuco, Cajamarca, Junín, La Libertad, Lima y Arequipa, por su rotación con otros cultivos como quinua y páprika, que tuvieron una mayor expectativa de rentabilidad. A su vez, el nivel productivo de caña de azúcar se redujo en un 9.55% por la menor área cosechada y bajo rendimiento promedio, cuyo comportamiento se reflejó principalmente en Lambayeque debido a la cosecha adelantada, el cambio de variedades y los bajos niveles de recurso hídrico; en los departamentos de Lima y Arequipa también se registró el mismo decrecimiento.

Lo mismo sucedió con la producción de espárrago, al caer en un 5.57% en los departamentos de Lambayeque, Áncash y Lima, debido a factores climatológicos. En el caso del algodón rama, este decreció en un 32.21% por la disminución de las áreas sembradas en Ica, ante los bajos precios de dicha fibra.

No obstante todo ello, la producción de arroz cáscara se incrementó en un 6.05%, por las tierras utilizadas en su cultivo en Piura y San Martín. El piquillo creció en un 285.71% en Piura y Lambayeque, por el mayor rendimiento del cultivo. Asimismo, el volumen productivo de yuca se incrementó en un 29.52% debido a su mayor cosecha en Loreto, Ucayali, Amazonas, Junín, Cajamarca y Pasco.

En cuanto al maíz amarillo duro, este aumentó un 10.85% por el incremento de las áreas sembradas y la disponibilidad de agua; se señala que este producto sustituyó a cultivos de algodón rama en los principales departamentos de Lima, Loreto, Ica, Lambayeque, Áncash y Huánuco. Y en el caso de la quinua, esta creció un 336.55% por las mayores áreas sembradas en los departamentos de Arequipa, Lima e Ica.

Un tema fundamental en la cada vez más desarrollada y dinámica actividad agraria o agrícola es la responsabilidad social corporativa. Lo importante hoy es contar con una filosofía incorporada en la misión de los negocios modernos, donde la práctica

efectiva de la responsabilidad social corporativa (RSC) se vea como una inversión y no como un gasto (Cornejo, 2014).

Gracias a los TLC, que han permitido el crecimiento económico del país, las empresas dedicadas al negocio de productos agrícolas, especialmente a la exportación y comercialización local, están comprometidas a ser cada vez más competitivas. Así como es importante contar con una infraestructura y tecnología de punta en las actividades de los negocios agrícolas, es vital también que los profesionales dedicados a esta especialidad implementen políticas que hagan de sus negocios un modelo empresarial prestigioso. Una de las empresas agroexportadoras peruanas con un buen desempeño en RSE es Camposol, quien la entiende como una forma de hacer negocios y de generar valor; así, como ellos, las demás empresas del sector deberían también ser un ejemplo de buenas prácticas de RSE, no solo logrando mantener una buena relación con sus *stakeholders*, sino haciendo de la RSE una práctica rentable para el negocio.

Camposol pone en práctica su responsabilidad social identificando sus grupos de interés, tiene un comité de responsabilidad social dentro de la empresa, además elabora un plan de acción con indicadores de gestión o índices de sostenibilidad, así como un informe que describe los avances y logros del programa, entre los que destacan: (a) wawa wasi institucional “Rayito de Sol”, (b) campañas médicas, (c) vacaciones útiles para los hijos de los colaboradores en Virú y Piura, (d) un programa de manos solidarias, y (e) la panadería “La casa del pan”. Cabe destacar que Camposol ha sido la primera empresa agroindustrial peruana en preparar un informe de sostenibilidad utilizando indicadores internacionales como las del GRI, bajo la evaluación de Price Waterhouse Coopers (Camposol, 2015).

## 2.6. Resumen

La responsabilidad social empresarial contribuye al desarrollo sostenible de la empresa-sociedad, y esta es una tendencia moderna y actual. Sin embargo, implementar la

RSE y evaluar cómo esta se encuentra, ha hecho que muchas organizaciones públicas, instituciones no gubernamentales, asociaciones privadas y las mismas empresas, desarrollen guías, basadas en principios éticos, normas e indicadores universales de aplicación voluntaria, cuyo objetivo es poder informar y demostrar con transparencia el compromiso con la responsabilidad social hacia los grupos de interés y obtener su licencia social.

Realizar una gestión enfocada en la responsabilidad social significa introducir una serie de herramientas integradas en un todo que crean valor para la empresa. Estos beneficios son: principios éticos y valores, indicadores de medición social y lineamientos o guías de dirección en base a normas, que con una auditoría transparente manifiesta el compromiso de la empresa con su licencia social. Finalmente, la RSE está dejando de ser una opción para las organizaciones, y ha pasado a convertirse en parte de sus estrategias de su negocio.

## **2.7. Conclusiones**

Los conceptos de RSE han evolucionado en los últimos años, y la adopción de estos en la gestión de las organizaciones ha cobrado relevancia en sus operaciones, debido a que los grupos de interés de su ámbito de influencia desean mantenerse permanentemente informados sobre las decisiones de las empresas y el impacto que estas conllevan. Para ello, las organizaciones aplican mecanismos de cumplimiento de acciones sobre responsabilidad social empresarial, recurriendo a reportes y memorias, basados en principios, normas e indicadores de evaluación de su gestión. Revisando la literatura, se encontró que no se tiene estudios sobre evaluación de la gestión enfocada a la RSE de la región Piura en ningún sector productivo, por lo que la investigación plantea es una base para futuras investigaciones.



## Capítulo III. Metodología

### 3.1. Diseño de la Investigación

El enfoque de la presente investigación es cuantitativo, debido a que recolecta datos a través de un cuestionario basado en los Indicadores ETHOS - Perú 2021, para obtener una percepción de los participantes. En este sentido, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), mencionaron que en este enfoque “la recolección de los datos se fundamenta en la medición de las variables”. (p. 5).

El alcance del presente estudio es descriptivo, debido a que detalla rasgos y características importantes de la información recolectada acerca de la situación del Estado de la Gestión con enfoque en la RSE en cinco empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el 2015. En este sentido, según Hernández et al. (2010), “los estudios descriptivos buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, sin que su objetivo sea cómo se relacionan estas” (p. 80), indicó además que “los estudios descriptivos no suelen contener hipótesis, y ello se debe a que en ocasiones es difícil precisar el valor que se puede manifestar en una variable.” (p.107)

El diseño de la investigación es de tipo no experimental puesto que no se han construido situaciones sino que se han recolectado datos existentes. Hernández et al. (2010) lo definen como “estudios que se realizan sin manipular deliberadamente variables, y en las que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.149).

La investigación es de diseño transeccional, pues la información se adquiere en un momento dado, en este caso el año 2015, y lo cual es como una fotografía de algo que sucede en un tiempo específico. Hernández et al. (2010) indicaron que el diseño transeccional “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p. 151).

Cabe resaltar que para la presente investigación no se pretende probar teoría alguna (hipótesis nula), debido a que el objetivo es conocer cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE de las cinco empresas agroindustriales de la región Piura en el año 2015.

### **3.2. Población y Participantes**

#### **3.2.1 Población**

Véliz (2011) mencionó que se llama población o universo a cualquier conjunto de elementos de los que se desea obtener información. Una población no necesariamente está formada por personas, y en ella pueden definirse una o más variables. A cada subconjunto de la población se llama 'muestra'. Para la presente investigación, la población son todas aquellas empresas del sector agroindustrial de la región Piura, cuyas ventas anuales son igual o mayor a S/. 10 millones y conformadas por diez o más colaboradores. Para determinar la población se tomó como base el padrón de socios de la Cámara de Comercio y Producción de Piura del 2015 (ver Apéndice D) y el Catálogo Exportador de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Piura del año 2012 (Apéndice E), de los cuales se tomaron las empresas pertenecientes al sector agroindustrial, que sumaron un total de 77 empresas.

#### **3.2.2. Muestra**

Hernández et al. (2010) indicaron que la muestra es un subgrupo de la población, y para este caso será de carácter no probabilístico, es decir, que su elección no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación. Esta muestra requiere no tanto una representatividad de elementos de una población, sino de una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas. En la Tabla 5, se presentan las empresas que conforman la muestra de la investigación.

### **3.3. Método de Selección de la Muestra**

En la presente investigación se considera que la selección de la muestra es por conveniencia debido a que el grupo investigador ha elegido las empresas piuranas a

Tabla 5

*Empresas que conforman la Muestra de la Investigación*

Empresa	Giro del Negocio
Empresa 1	Empresa agroexportadora dedicada al cultivo, procesamiento, empaque y exportación de frutas frescas, congeladas y deshidratadas.
Empresa 2	Empresa que produce, procesa y exporta frutas frescas (mango, uva, palta) iniciando y cerrando el proceso productivo desde la cosecha hasta la comercialización.
Empresa 3	Empresa dedicada al cultivo y exportación de frutas frescas.
Empresa 4	Empresa productora de caña de azúcar.
Empresa 5	Empresa dedicada al cultivo y exportación de uva.

las cuales tiene mayor acceso para solicitar el apoyo en el desarrollo del cuestionario, considerando que deben facturar igual o más de S/. 10 millones y que deben contar con un mínimo de diez colaboradores. Al respecto, Malhotra (2008) indicó que el método de conveniencia intenta obtener una muestra de elementos conveniente, donde la selección de la misma la realiza el entrevistador. Aun cuando las unidades de muestreo son accesibles, fáciles de medir y cooperativas, este tipo de muestreo presenta algunas limitaciones como muchas posibles fuentes de sesgo por selección.

### 3.4. Confidencialidad

Con respecto al tema de confidencialidad, este quedó indicado en la Hoja de Información (Apéndice B), donde además el participante conoció los objetivos de la investigación. Asimismo, en el documento de Consentimiento Informado (Apéndice C), se dio cuenta entre los participantes el propósito de la investigación, los procedimientos, beneficios y el manejo de confidencialidad de la información. También quedó claro que los nombres de los participantes no serían revelados en la investigación pero que sí quedarían indicados en los respectivos documentos solo para fines probatorios.

### 3.5. Información sobre el Consentimiento

Para la realización de las entrevistas en la presente investigación, las personas seleccionadas fueron contactadas e informadas mediante una carta de presentación otorgada

por CENTRUM Católica (ver Apéndice A), con la finalidad de tener conocimiento que su participación formaría parte de un trabajo de investigación para el desarrollo de una tesis. Asimismo, se brindó un documento denominado Hoja de Información (ver Apéndice B), donde se informaba de los objetivos y el propósito de la investigación, indicándose la confidencialidad de la información obtenida.

De igual manera, se entregó un Consentimiento Informado (ver Apéndice C), en el que los participantes brindaban su consentimiento voluntario para el desarrollo del cuestionario, indicando que habían sido informados sobre el propósito, los procedimientos, los beneficios y manejo de confidencialidad de la información. En otras palabras, quedó indicado que el participante conocía: (a) los objetivos de la investigación, (b) los procedimientos de la entrevista, y (c) el compromiso de confidencialidad sobre la información brindada. Tanto los participantes como el grupo que realiza la investigación tenían en su poder una copia de cada documento.

### **3.6. Instrumentos de Medición o Métodos para Recopilar Datos**

El instrumento utilizado en la recopilación de datos es el cuestionario de Indicadores ETHOS - Perú 2021, que es una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de responsabilidad social empresarial, y que contempla los siete siguientes indicadores: (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; a su vez, estos siete indicadores se subdividen en un total de 40 subindicadores de gestión. Los indicadores ETHOS Perú 2021 son evaluados a su vez por indicadores de profundidad (40 preguntas), indicadores binarios (436 preguntas) e indicadores cuantitativos (89 preguntas).

Previamente al desarrollo del cuestionario, se realizaron dos encuestas piloto a personas con conocimiento en gestión de responsabilidad social empresarial, pertenecientes al área de relaciones comunitarias y calidad, con la finalidad de identificar algunas

observaciones y/o recomendaciones acerca del diseño de las preguntas, de tal manera que el cuestionario quede claro y entendible para los futuros participantes de la investigación.

Después del desarrollo de los cuestionarios piloto, efectivamente se encontraron algunas observaciones de preguntas que generaban confusión, por lo que fue necesario esclarecerlas, lo que permitió que el cuestionario final pueda ser enviado a los participantes y ser desarrollado sin inconvenientes.

Para el inicio de la recopilación de la información, se procedió a enviar cartas de presentación del grupo investigador otorgadas por CENTRUM Católica, con previo consentimiento de los participantes. Una vez aceptada la participación, se procedió al envío de los documentos, según sea el caso, por vía electrónica (*e-mail*) o física (impreso) y éstos fueron: la Hoja de Información, el Consentimiento Informado y el cuestionario en formato Excel; este último se separó en siete pestañas por cada indicador. El plazo indicado para la entrega de la documentación fue de diez días calendario a partir de la fecha de envío, tiempo que fue considerado conveniente para el desarrollo del cuestionario.

### **3.7. Análisis de Datos**

Después de haber recolectado la información obtenida del cuestionario, se procedió a ingresar los datos en una hoja de cálculo Excel 2010 para su posterior análisis, el cual se realizó sobre la estructura de los Indicadores ETHOS - Perú 2021. El análisis se inicia con los indicadores de profundidad, seguido de la validación de éstos resultados y culmina con el análisis de los indicadores binarios. Cabe resaltar que a los datos obtenidos de los ejecutivos entrevistados se les denomina datos reportados, y a los datos analizados por los investigadores como datos evaluados.

El modelo que se utiliza para el análisis de los indicadores de profundidad y binarios será la gráfica de radar o telaraña, que según Véliz (2011) se utilizan para ilustrar las diferencias entre un estado actual y un estado ideal. El gráfico consta de una serie de

polígonos o círculos concéntricos en donde el número de radios graficados corresponde al número de ítems sobre los cuales se realiza la comparación. A continuación se detalla el método utilizado para cada parte del análisis:

### **3.7.1 Análisis de indicadores de profundidad**

Estos indicadores, según Perú 2021 (s.f.), “son los que determinan en qué etapa de la práctica de RSE se encuentra la empresa”. Además son de aplicación común en los países participantes del PLARSE, y están representados por cuatro etapas que expresan determinados estados de práctica (Instituto ETHOS, 2010, p.10); la definición de etapas se encuentra en el Apéndice F. El análisis de estos indicadores de profundidad se inicia realizando una codificación de los datos; es decir, se le asigna un valor a cada etapa de la práctica de RSE (ver Tabla 6). Según Hernández et al. (2010), estos datos deben tener un valor numérico o un símbolo que los represente para ser analizados cuantitativamente.

Posterior a la asignación de valores de cada etapa que reportaron los directivos, se procede a determinar el valor medio para identificar la Etapa Promedio en la que se encuentra el grupo de empresas investigadas. Sin embargo, cuando la Etapa Promedio resulta ser un número decimal, debido a que no existen etapas con ese valor, y cuando se observa inconsistencia en los resultados, para evitar brindar datos confusos y con la finalidad de determinar la etapa en la que se encuentra la empresa, se utilizó la medida de tendencia central *Moda*. Es aquí donde la Etapa Promedio pierde validez y se toma como resultado el valor *Moda*, al cual el grupo investigador le denomina Etapa *Moda*, que es el valor que se repite con mayor frecuencia, brindando un dato de mayor aproximación a la etapa en la que se encuentra el conjunto de empresas. Sheldon (2007, p. 96) definió a la ‘Moda’ como “el valor de datos que aparece con mayor frecuencia en un conjunto de datos.”

Por ejemplo, se considera una inconsistencia, cuando tres de las cinco empresas se encuentran en la Etapa 4 y las otras dos en la Etapa 1, y al calcular el promedio arroja como

resultado 2.8, lo que significaría que las empresas se encuentran en la Etapa 3, dato que no es coherente debido a que la mayor parte de empresas se encuentran en la Etapa 4; es en este tipo de casos que se recurre a la Moda. Estos datos son lo que se consideran para realizar el Gráfico del Radar o Telaraña e ilustrar el estado de la gestión en el que se encuentran las empresas en términos de RSE, el número de lados de los polígonos dependerá de la cantidad de subindicadores que cada indicador contenga. Por otro lado, el número de escalas que tendrá el polígono en este caso será de cuatro debido a la valoración asignada a cada etapa (ver Tabla 6), donde se considera que la Etapa 4 es el estado ideal y la Etapa 1 es la más lejana a este estado.

Continuando con el análisis, después de cuantificar los datos de acuerdo a lo mencionado en el párrafo anterior, se procede a validar dicha información mediante la identificación de preguntas binarias claves que sirvan como evidencia para determinar la etapa en la que realmente se encuentra la empresa en términos de RSE; análisis que coincide con lo expresado por Perú 2021 (s.f.) en su metodología de aplicación para los indicadores de profundidad. El grupo investigador denomina “datos evaluados” a los datos que se obtengan de este análisis, los que se utilizan para realizar la nueva gráfica de telaraña.

Con estos datos evaluados se determina la nueva etapa que le corresponde a cada subindicador y al igual que en los datos reportados, estos se promedian para obtener la etapa promedio del grupo de empresas y de encontrarse inconsistencia se recurre a la moda (Etapa Moda). Para ilustrar y comparar la situación entre lo que reportaron inicialmente los directivos, con la situación que resultó después de validar dicha información, los polígonos se plasmarán en una misma gráfica, donde se denomina *Etapa Moda Reportada* a la moda de los datos brindados por los directivos; y a la *Etapa Moda Evaluada*, a la moda de los datos evaluados por los investigadores.

Tabla 6

*Valoración de las Etapas para el Análisis de los Indicadores de Profundidad*

Etapa	Codificación (Valor Asignado)
Etapa 1	1
Etapa 2	2
Etapa 3	3
Etapa 4	4
Nunca se ha tratado este asunto antes	0
No se considera su aplicación	Justificación

**3.7.2 Análisis de los indicadores binarios**

Según los Indicadores ETHOS - Perú 2021 (Instituto ETHOS, 2010), estos indicadores sirven para validar y profundizar la etapa identificada por la empresa, contribuyendo al entendimiento de las buenas prácticas que pueden incluirse a la gestión de los negocios; y conteniendo aspectos particulares de cada país miembro del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial. Este análisis se inicia obteniendo los datos del cuestionario de preguntas binarias, con respuestas dicotómicas (Sí/No), a las cuales al igual que los indicadores de profundidad, el grupo investigador le asigna un valor a cada respuesta para su posterior análisis.

Siguiendo la metodología del Manual de Autoevaluación de RSE del Instituto DERES (2003), que asigna un valor a las respuestas para obtener un puntaje que pueda determinar cómo se encuentra la situación general o desempeño en la implementación de la gestión en las empresas en términos de RSE, el grupo investigador determinó que las respuestas afirmativas tendrán valor de 2, las respuestas negativas valor de 1 y a quien responda “Nunca hemos tratado este asunto antes” valor de cero; donde el puntaje obtenido será el referente que ayude a conocer el desempeño. Para el análisis se considera el puntaje promedio ponderado 2 como aquella que presente un desempeño óptimo, el puntaje promedio ponderado 1 como aquella donde aún falta implementar acciones y el puntaje cero a quien nunca ha tratado el tema.



La metodología del DERES mencionó que después de obtener las respuestas de cada indicador, se calcula el promedio del mismo sumando el puntaje total marcado en cada pregunta dividiéndolo entre la cantidad de preguntas efectivamente respondidas. Los promedios obtenidos en cada uno de los indicadores se trasladan a los ejes del polígono lo que permite visualizar su resultado en forma individual. En base a lo mencionado, el grupo investigador después de recabar la información de las respuestas a las preguntas binarias procedió a calcular el puntaje promedio por cada indicador y posteriormente lo traslada gráfica de la telaraña para visualizar el desempeño del grupo empresas.

### **3.7.3 Análisis de Indicadores Cuantitativos**

Por último, respecto a los indicadores cuantitativos, no serán considerados dentro de la presente investigación debido a que su objetivo no es parte de ésta. ETHOS (2010) mencionó lo siguiente acerca del concepto de estos indicadores:

Que proponen la selección sistemática de datos. Con ellos, se pueden conformar series anuales para cruzar con otros datos relevantes para la empresa. No todos los indicadores presentan datos cuantitativos; no obstante ello, estos datos serán seguramente de utilidad para el monitoreo interno de la empresa y son la base de la planificación y establecimiento de nuevos objetivos y metas en materia de RSE (p.11).

### **3.8. Validez y Confiabilidad**

De acuerdo con la definición de Hernández et al. (2010, p. 201), la validez es “el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.” El autor también definió que las pruebas de validez están compuestas por: (a) validez de contenido, (b) validez de criterio y (c) validez de constructo. Sobre la validez de contenido, los investigadores indicaron que esta “se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide” (p. 201). En este caso, se corroboró la validez debido a que el instrumento –el cuestionario ETHOS - Perú 2021–, abarca todos los

temas de gestión enfocada a la RSE, a través de sus siete indicadores y 40 subindicadores; por tanto, se pudo medir lo buscado en la presente investigación.

Con respecto a la validez de criterio, Hernández et al. (2010, p.202), indicaron que este “establece la validez de un instrumento de medición al comparar sus resultados con los de algún criterio externo que pretende medir lo mismo”. Esta validez puede ser de tipo concurrente o de tipo predictiva. La de tipo concurrente no aplica en esta investigación ya que ésta se da cuando el instrumento se correlaciona con el criterio en el mismo momento, debido a que no existen investigaciones similares. La predictiva se refiere a si el criterio se fija en el futuro; sin embargo, como el presente estudio es de tipo transeccional, tampoco aplica este tipo de validez.

Por último, citados por Hernández et al. (2010, p. 203), respecto a la validez del constructo, Grinnell, Williams y Unrau (2009) indicaron que “se refiere a qué tan exitosamente un instrumento representa y mide un concepto teórico”. Esto se validó debido a que en el cuestionario ETHOS Perú 2021, los indicadores fueron elaborados en alianza con organizaciones de Latinoamérica [Fundación Avina, Organización Intereclesiástica para la Cooperación al Desarrollo (ICCO) y Forum Empresa], líderes en RSE; con asistencia técnica del Instituto ETHOS, como un componente del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE) [Instituto ETHOS, 2010], el cual está implementado en siete países de Latinoamérica.

El Instituto ETHOS (2010) mencionó que el objetivo de este programa es el de fortalecer la responsabilidad social en Latinoamérica, compartir conocimientos y experiencias entre las organizaciones que participan, y consolidar alianzas futuras. Los países participantes de este programa fueron: Bolivia, Ecuador, Paraguay, Colombia, Perú, Nicaragua y Argentina. Por todo esto, también se confirmó la validez del constructo.

Con respecto a la confiabilidad, Malhotra (2008) la definió como el grado en el que la medición está libre de error aleatorio, pues el error sistemático no produce inconsistencia. En ese sentido, indicó que existen tres enfoques para evaluar la confiabilidad de un instrumento: (a) confiabilidad *test-retest*, (b) de formas alternativas y (c) de consistencia interna. Debido a que el primer y el segundo enfoque de confiabilidad requieren medir a los mismos encuestados en dos momentos distintos, estos no se aplican en el presente estudio, ya que es de tipo transeccional, por lo que el enfoque será de consistencia interna.

En la presente investigación se utiliza un instrumento consistente, que es el cuestionario ETHOS - Perú 2021, cuyas 565 preguntas proporcionan información clara y precisa sobre el estado de la RSE. Esta recolección de datos se realizó de la misma manera en cada una de las empresas intervenidas; es decir, se indicó que para cada subindicador primero se debían responder los indicadores de profundidad y luego los indicadores binarios. Y con respecto al análisis de la información, esta se exportó a una base de datos construida por los investigadores de manera detallada para ser procesada.

### **3.9. Resumen**

En el presente capítulo, se detalla la metodología adecuada para realizar el análisis de la investigación sobre el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015, cuyo procedimiento de recolección de datos se realizó mediante la aplicación del instrumento el cuestionario de Indicadores ETHOS - Perú 2021 mediante indicadores de profundidad y binarios. El estudio tiene un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo transeccional y diseño no experimental. Quedan indicados los participantes de la investigación que son la población y la muestra; esta última está conformada por cinco empresas del sector agroindustrial de la región Piura, cuyas ventas anuales son igual o mayor a S/. 10 millones, y cuentan como un mínimo de diez colaboradores.

El análisis de los datos recolectados se procesó en hojas de cálculo del programa Excel 2010. Se confirmó la validez de contenido debido a que el instrumento abarca todos los temas de gestión enfocados a la RSE que se pretenden medir. Asimismo, se validó la confiabilidad del instrumento debido a su consistencia y estabilidad. Por último, en la metodología se dejó de lado el análisis de los indicadores cuantitativos, debido a que el objetivo de la presente investigación no es desarrollar planes o metas de mejora para las empresas.



## Capítulo IV. Presentación y Análisis de Resultados

En este capítulo se analizan los resultados obtenidos de las cinco empresas investigadas para dar respuesta a las preguntas de investigación presentadas en el Capítulo I. El primer punto de este capítulo se dedica a describir el perfil de las empresas investigadas, el segundo describe el perfil de los informantes, y el tercero analiza cada indicador que compone el cuestionario que son: (a) valores, transparencia, y gobierno corporativo; (b) público interno; (c) medio ambiente; (d) proveedores; (e) consumidores y clientes; (f) comunidad; y (g) gobierno y sociedad (ver Figura 14).

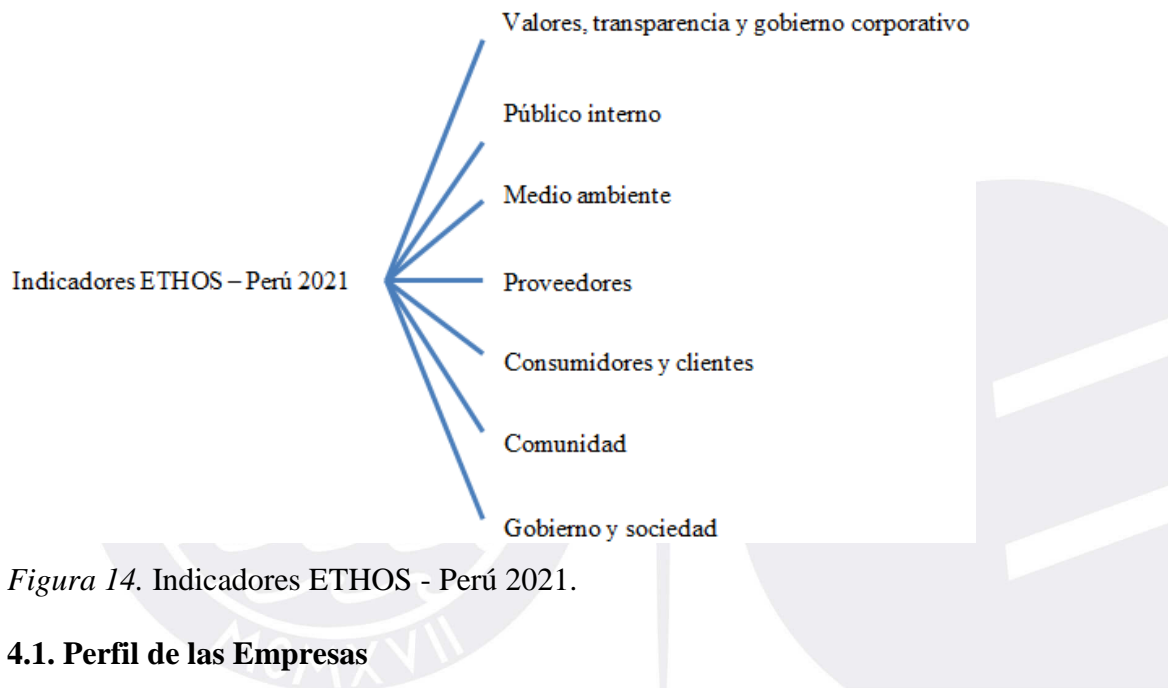


Figura 14. Indicadores ETHOS - Perú 2021.

### 4.1. Perfil de las Empresas

La selección de las empresas a investigar se realizó con ayuda del Catálogo Exportador de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Piura (2015) y del Padrón Rubro Agrícola de la Cámara de Comercio (ver Apéndice D). A partir de ello, se filtraron las empresas que cumplían con las delimitaciones exigidas para el estudio, en ese sentido, se contactó a 18 empresas mediante diferentes vías de comunicación, de las cuales solo nueve accedieron a participar en la investigación. En el proceso, varias de las empresas se retractaron de culminar la evaluación, siendo uno de los principales motivos la falta de tiempo de los directivos y la época de campaña de cosecha y exportación de sus productos;

donde quedaron cinco empresas para ser analizadas (ver Tabla 7). Cabe resaltar que todos los directivos entrevistados indicaron que no responderían a las preguntas cuantitativas debido a que ello les tomaría mucho tiempo y algunos no contaban con dicha información.

Tabla 7

*Lista de Empresas, Facturación Anual en Soles y Número de Empleados en Planilla*

Empresa	Facturación anual (en S/.)	Número de empleados en planilla
Empresa 1	60 millones	150
Empresa 2	34 millones	80
Empresa 3	12.5 millones	150
Empresa 4	87 millones	800
Empresa 5	22 millones	100

#### 4.2. Perfil de los Informantes

En la Tabla 8, se muestran las cinco empresas encuestadas con el perfil de los informantes y sus siguientes características: (a) cargo que desempeña en la empresa, (b) género, (c) edad y (d) tiempo de labores en la empresa. La edad mínima de los entrevistados es 28 y la máxima, 42. Por tanto, el rango de las edades está entre los 28 y 42 años de edad. En cuanto al género, cuatro de los cinco directivos entrevistados son varones y una es mujer. Respecto del tiempo en la empresa, son dos los funcionarios que llevan seis años laborando en las empresas y la funcionaria con menos tiempo tiene dos años.

Tabla 8

*Lista de Ejecutivos Entrevistados*

Empresa	Cargo	Edad	Años en la empresa	Género
Empresa 1	Coordinador de Responsabilidad Social Corporativa	32	3	Masculino
Empresa 2	Jefe de Recursos Humanos	37	2	Femenino
Empresa 3	Jefe de Logística	28	6	Masculino
Empresa 4	Jefe de Ventas	33	6	Masculino
Empresa 5	Jefe de Administración y Recursos Humanos	42	3	Masculino

### 4.3. Presentación y Análisis de los Resultados

#### 4.3.1. Diagnóstico del Estado de la Gestión con enfoque en RSE de las empresas del sector agroindustrial de la Región Piura en el año 2015

De los resultados obtenidos en lo que se refiere a los indicadores de profundidad, se encontró que las empresas respecto a los siete indicadores se ubican en el rango de etapas 1 y 2, que según ETHOS Perú 2021 mencionó son una etapa básica de acciones, ubicándose en un nivel reactivo a las exigencias legales y donde mantienen una postura defensiva sobre los temas, empezando a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas (ver Tabla 9). En la Figura 15 se ilustra la situación general del grupo de empresas en relación a los indicadores de profundidad, tanto de los datos reportados como de los datos evaluados.

Con respecto al análisis de los indicadores binarios en la Tabla 10 se observó que al grupo de empresas aún les falta tomar acciones en temas de RSE debido a que ningún indicador llegó a obtener el desempeño óptimo, que para la presente investigación es el puntaje de 2. El indicador con mejor desempeño fue Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo con un puntaje de 1.60 y el de menor desempeño fue Gobierno y Sociedad con un puntaje de 0.66. La Figura 16 ilustra el polígono que representa el desempeño general de las empresas respecto a los siete indicadores.

Tabla 9

*Consolidado de las Etapas en las que se Encuentran las Empresas del Sector Agroindustrial de la Región Piura en el Año 2015*

Indicadores	Etapas Moda Reportada	Etapas Moda Evaluada
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	1	2
Público interno.	1	1
Medio ambiente.	2	2
Proveedores.	1	2
Consumidores y clientes.	2	1
Comunidad.	2	2
Gobierno y sociedad.	1	1

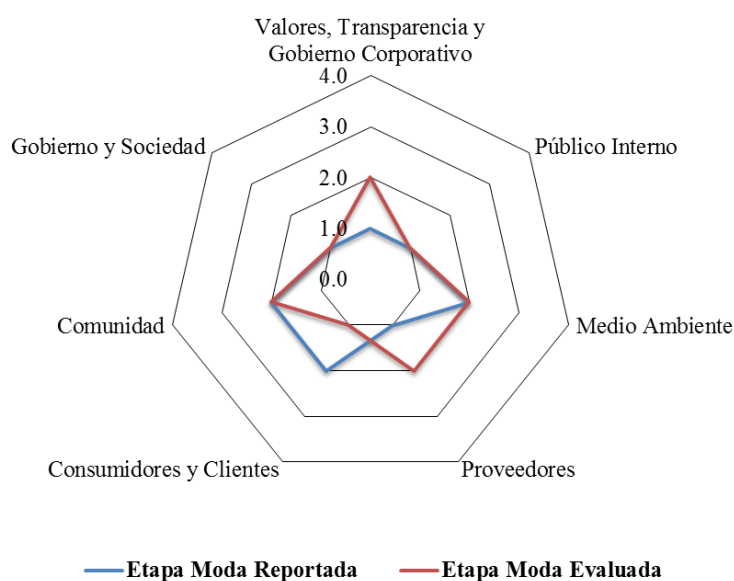


Figura 15. Gráfico de telaraña de las etapas del estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015.

Tabla 10

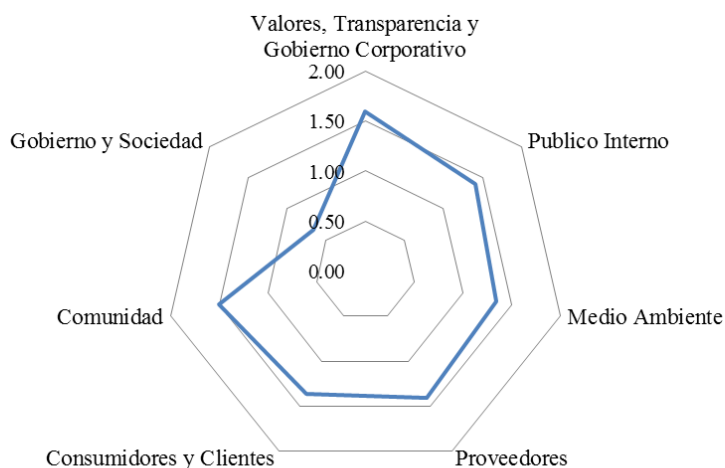
*Consolidado del Desempeño de la Gestión con Enfoque en RSE en las Empresas del Sector Agroindustrial de la Región Piura en el año 2015*

Indicador	Puntaje Promedio
Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	1.60
Público Interno	1.40
Medio Ambiente	1.34
Proveedores	1.41
Consumidores y Clientes	1.37
Comunidad	1.50
Gobierno y Sociedad	0.66

#### 4.3.2. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a valores, transparencia y gobierno corporativo

El título responde a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial con respecto a valores, transparencia y gobierno corporativo de la región Piura en el año 2015?





*Figura 16.* Gráfico de telaraña del desempeño general de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015.

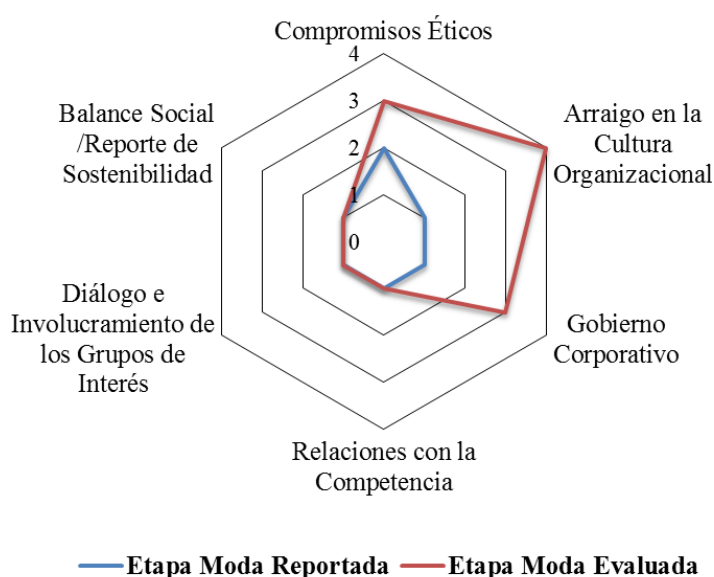
Este primer indicador evalúa la gestión de la empresa respecto a: (a) autorregulación de la conducta y (b) relaciones transparentes con la sociedad. El primero hace referencia a la adopción y alcance de valores y principios éticos en la organización, al arraigo en la cultura organizativa, a la eficacia de la diseminación de los valores y principios éticos de la empresa, y menciona los aspectos de estructura y prácticas de buen gobierno. El segundo hace referencia a las políticas de relación con la competencia u organizaciones del mismo propósito, consideración de impactos sobre sus distintos grupos de la sociedad, y a la elaboración de informes sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales de sus actividades.

1. Evaluación de la etapa: Para este indicador, inicialmente las empresas reportaron encontrarse en la Etapa 1; sin embargo, después de analizar y validar las preguntas binarias, se constató que la etapa real en la que se encontraban era la Etapa 2 (ver Tabla 11). En la Figura 17, se ilustra la etapa moda reportada y la nueva etapa moda evaluada.

Tabla 11

*Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo*

Subindicadores	Etapa Moda Reportada	Etapa Moda Evaluada
Compromisos éticos	2	3
Arraigo en la cultura organizacional	1	4
Gobierno corporativo	1	3
Relaciones con la competencia	1	1
Diálogo e involucramiento de los grupos de interés	1	1
Balance social / Reporte de sostenibilidad	1	1
Etapa Moda	1	2



*Figura 17.* Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.

2. Evaluación del desempeño: De las respuestas a las preguntas binarias se obtuvo que el desempeño general de las empresas evaluadas es de 1.6, lo cual indica que aún falta implementar acciones para el total cumplimiento del indicador. El subindicador que obtuvo mayor puntaje fue Compromisos Éticos con 1.79 y quien obtuvo un menor puntaje fue Relaciones con la Competencia con 1.42 (ver Tabla 12).

Tabla 12

*Evaluación del Desempeño del indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo*

Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo	Promedio
Compromisos éticos	1.79
Arraigo en la cultura organizativa	1.76
Gobierno corporativo	1.66
Relaciones con la competencia	1.42
Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)	1.53
Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	1.44
Promedio General	1.60

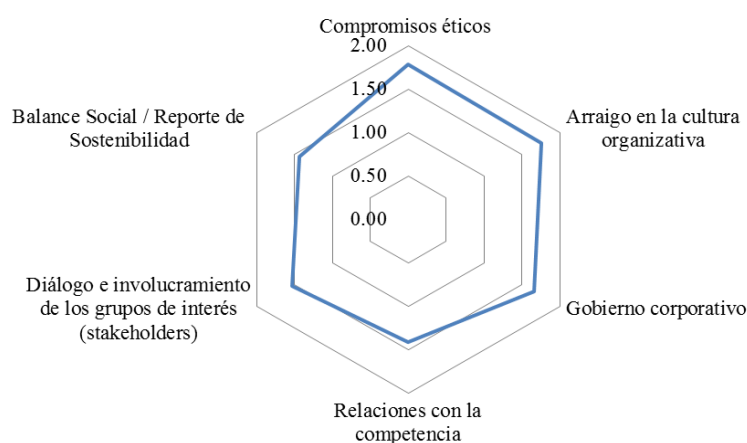


Figura 18. Gráfico del desempeño del indicador Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo.

- Evaluación de los subindicadores: En la Tabla 13 se detalla el análisis de cada subindicador para cada una de las cinco empresas, donde se presentan los datos brindados inicialmente por los directivos, a quienes se les denominó datos reportados y la validación de los mismos, a los que se les denominó datos evaluados.

**Compromisos éticos.** De acuerdo a la Tabla 13, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.8; sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 2, debido a que tres empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E1 reportó encontrarse en la Etapa 1; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 14, esta respondió negativamente a las interrogantes 1.17 y 1.18; por consiguiente, la empresa se ubica en la Etapa 3. De la misma manera, las empresas E2 y

E5 indicaron encontrarse en la Etapa 2, sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 14 respondieron afirmativamente a la pregunta 1.19 que indica que además de cumplir todas las leyes vigentes de Código de Ética y estar al día con los tributos, tienen procedimientos para que los empleados conozcan las leyes a las que están vinculados; por tanto, ambas deberían ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice G). Finalmente, después de esta evaluación, la etapa en la que se encuentra el subindicador Compromisos Éticos es la Etapa 3.

Tabla 13

*Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo*

Subindicadores	Reportados						Evaluados							
	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda
Compromisos éticos	1	2	1	3	2	1.8	2	3	4	1	3	4	3	3
Arraigo en la cultura organizacional	1	1	1	3	2	1.6	1	1	4	1	4	4	2.8	4
Gobierno corporativo	1	2	1	3	1	1.6	1	3	2	1	3	3	2.4	3
Relaciones con la competencia	1	1	1	2	1	1.2	1	1	1	1	1	1	1	1
Diálogo e involucramiento de los grupos de interés	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1.8	1
Balance social / R. de Sostenibilidad	2	3	1	1	1	1.6	1	2	4	1	1	1	1.8	1

**Arraigo en la cultura organizativa.** De acuerdo a la Tabla 13, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que tres de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E2, E4 y E5, indicaron encontrarse en las etapas 1, 3 y 2 respectivamente; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 15, estas respondieron de modo afirmativo a la pregunta 2.6 acerca de la difusión de los principios éticos a proveedores; por tanto, deberían ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice G). Finalmente, después de la evaluación, la etapa en la que se encuentra el subindicador Arraigo en la Cultura Organizacional es la Etapa 4.

Tabla 14

*Resultados del Subindicador Binario Compromisos Éticos*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
1.1.	Expone o difunde sus compromisos éticos por medio de material institucional, por internet o de otra manera adecuada a sus grupos de interés internos (colaboradores, accionistas).	E1, E2, E4, E5
1.2.	Expone o difunde sus compromisos éticos por medio de material institucional, por Internet o de otra manera adecuada a sus grupos de interés externos (comunidad, proveedores, clientes, gobiernos, entre otros).	E1, E2, E4, E5
1.3.	Orienta la relación con el personal.	E1,E2,E3,E4,E5
1.4.	Orienta la relación con los proveedores.	E1, E2, E4, E5
1.5.	Orienta la relación con los consumidores y clientes.	E1, E4, E5
1.6.	Orienta la relación con la comunidad.	E1,E2,E3,E4,E5
1.7.	Orienta la relación con el gobierno.	E4,E5
1.8.	Orienta el compromiso con el medio ambiente.	E1,E2,E4,E5
1.9.	Orienta la relación con los accionistas.	E1,E4,E5
1.10.	Es explícito en cuanto al compromiso ético en la gestión de información privilegiada o de carácter privado, obtenida durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores, etc.).	E1, E2, E3, E4, E5
1.11.	Es explícito respecto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todos los grupos de interés.	E1,E2, E4,E5
1.12.	Es explícito con respecto al cumplimiento de las leyes y pago de tributos.	E1, E2, E3, E4, E5
1.13.	Prohíbe expresamente prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales.	E1, E2, E3, E4, E5
1.14.	Es explícito en promover y defender la competencia leal.	E1, E2, E3, E4, E5
1.15.	Es explícito con respecto al conflicto de intereses.	E1, E2, E3, E4, E5
1.16.	Es explícito con respecto a las contribuciones políticas.	E1, E2, E5
1.17.	Contiene un procedimiento claro y formal de sanción para faltas al código de conducta y/o ética.	E2, E3, E4, E5
1.18.	Posee comité, consejo o responsable (s) formal(es) por cuestiones éticas.	E2, E5
1.19.	Además de cumplir todas las leyes vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a las que están vinculados al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente.	E1, E2, E5

*Nota.* Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010, pp. 13-14. Lima, Perú: Perú 2021.

Tabla 15

*Resultados del Subindicador Binario Arraigo en la Cultura Organizativa*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Arraigo en la cultura organizativa	La empresa	
	2.1. Posee una Visión.	E1, E2, E3, E4, E5
	2.2. Posee una Misión.	E1, E2, E3, E4, E5
	2.3. La RSE está explícita en la misión y visión de la empresa y considerada en sus principios.	E2, E5
	2.4. Promueve la misión y visión a todos los niveles de la empresa.	E1, E2, E5
	2.5. Incorpora en la evaluación y supervisión de los principios éticos (valores, código) a ejecutivos y empleados.	E1, E2, E3, E4
	2.6. Promueve la difusión de sus principios éticos a sus proveedores, contratistas o distribuidores.	E2, E4, E5
	2.7. Aplica sanciones claras para faltas éticas.	E2, E3, E4, E5
	2.8. Reconoce la RSE es parte de la estrategia empresarial / corporativa / organizacional - no es un actividad aislada.	E1, E2, E4, E5
2.9. Tiene un área / comité / grupo responsable de velar por el cumplimiento y transmisión de políticas de RSE.	E2, E4, E5	

*Nota.* Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010, p. 14. Lima, Perú: Perú 2021.

**Gobierno corporativo.** De acuerdo a la Tabla 13, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que tres de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1 y E5 se encontraban en la Etapa 1; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 16 estas respondieron afirmativamente a las preguntas 1.18 y 1.19 acerca de la protección de los derechos de los accionistas, por consiguiente, estas empresas deberían ubicarse en la Etapa 3 (ver Apéndice G). Finalmente, después de la evaluación, la etapa en la que se encuentra el subindicador Gobierno Corporativo es la Etapa 3.

Tabla 16

*Resultados del Subindicador Binario Gobierno Corporativo*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Gobierno corporativo	3.1. Cuenta con mecanismos para nombrar miembros del directorio, que tomen en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva).	E1, E4, E5
	3.2. Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para fundamentar de mejor manera la resolución de dilemas éticos, socioambientales y sobre derechos humanos.	E4, E5
	3.3. Incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones.	E1, E2, E3, E5
	3.4. Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la OIT.	E1, E4, E5
	3.5. Orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para empresas multinacionales de la organización para la cooperación y el desarrollo económicos.	E2
	3.6. Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global y/o en apoyo a las Metas del Milenio.	
	3.7. ¿Existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la empresa?	E1, E4, E5
	3.8. Cuenta con un organigrama de funciones actualizado.	E1, E2, E3, E4, E5
	3.9. Cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de los integrantes del directorio.	E4
	3.10. Asegurar el control de la propiedad de la gestión.	E2, E3, E4, E5
	3.11. Prevenir / cohibir abusos de poder de sus integrantes.	E1, E2, E4, E5
	3.12. Evitar fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses.	E1, E2, E4, E5
	3.13. Desanimar el soborno y otras prácticas de corrupción.	E1, E2, E3, E4, E5
	3.14. Evitar la creación de 'contabilidades paralelas' o de cuentas secretas.	E1, E2, E3, E4, E5
	3.15. Evitar la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan.	E1, E2, E3, E4, E5
	3.16. En caso la empresa sea familiar, cuenta con un plan de sucesión y protocolo familiar.	E2
	3.17. Incorpora en su gestión los principios de buen gobierno corporativo.	E1, E2, E4, E5
	3.18. La protección de los derechos de los accionistas.	E1, E2, E4, E5
	3.19. El tratamiento equitativo de los accionistas, incluidos los minoristas y los extranjeros.	E1, E2, E4, E5
	3.20. La función de los grupos de Interés en el gobierno de la empresa.	E1, E2, E4
	3.21. La comunicación y transparencia informativa.	E1, E2, E3, E4, E5
	3.22. La precisión de las responsabilidades de su directorio.	E1, E2, E4, E5
	3.23. Comunica públicamente sus prácticas de buen gobierno corporativo.	E1, E2, E4

*Nota.* Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010, pp. 15-16. Lima, Perú: Perú 2021.

**Relaciones con la competencia.** De acuerdo a la Tabla 13, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que cuatro de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se

validaron los resultados observando en dicha tabla que de las cinco empresas, cuatro refieren estar en la Etapa 1. No obstante, la empresa E4 indicó encontrarse en la Etapa 2, sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 17 se observa que esta respondió en forma negativa a la pregunta 4.4 acerca de abordar reglas explícitas sobre competencia desleal, por ello la empresa se debe ubicar en la Etapa 1 (ver Apéndice G). Finalmente, después de la evaluación, la etapa en la que se encuentra el subindicador Relaciones con la Competencia es la Etapa 1.

Tabla 17

*Resultados del Subindicador Binario Relaciones con la Competencia*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Relaciones con la competencia	4.1. Ha desarrollado principios relacionados a la competencia leal que constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	E2, E3
	4.2. Expone públicamente y con frecuencia sus principios en relación con la competencia (por ejemplo: por medio de su página web, de material institucional, del informe anual etc.).	E1, E2
	4.3. Adopta política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios.	E1, E2
	4.4. Capacita a su personal de ventas acerca de los lineamientos de la empresa sobre el tema de competencia desleal.	E1, E2
	4.5. Participa en asociaciones gremiales para la discusión de aspectos de competencia leal.	E2, E5
	4.6. Respeto la legislación referente a prácticas de libre competencia y competencia desleal elaboradas o promovidas por ASPEC y/o INDECOPI	E1, E2, E3, E4, E5
	4.7. Piratería.	E3
	4.8. Evasión fiscal.	E1, E3, E4
	4.9. Contrabando.	E3
	4.10. Adulteración de productos o marcas.	E1, E3, E4
	4.11. Falsificación de productos.	E1, E3, E4

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 17. Lima, Perú: Perú 2021.

***Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders).*** De acuerdo a la Tabla 13, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1, donde efectivamente la moda confirmó la etapa, debido a que las cinco empresas cumplían con



dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando que en dicha tabla las empresas E1 y E2, indicaron estar en la Etapa 1; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 18, se observó que respondieron positivamente a la pregunta 5.6 acerca de políticas del desempeño surgidos del proceso de diálogo y compromiso con los grupos de interés, debiendo ubicarse en la Etapa 3. De las empresas E3, E4 y E5, se confirma que están en la Etapa 1, pues respondieron afirmativamente a las preguntas 5.1 y 5.2 acerca de los grupos de interés (ver Apéndice G). Finalmente, después de la evaluación, la etapa en la que se encuentra el subindicador Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés es la Etapa 1.

Tabla 18

*Resultados del Subindicador Binario Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Diálogo e involucramiento de los grupos de interés ( <i>stakeholders</i> )	5.1. Tiene claramente identificados a sus grupos de interés.	E1, E2, E3, E4, E5
	5.2. Posee una política de diálogo constante con los grupos de interés.	E1, E2, E3, E4, E5
	5.3. Se comunica con grupos de interés que critican la naturaleza de sus procesos, productos o servicios.	E1, E2, E5
	5.4. Tiene políticas y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualquier sugerencia, solicitud, esfuerzo o demanda de sus grupos de interés.	E1, E2, E4
	5.5. En su proceso de diálogo e involucramiento de los grupos de interés, cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones.	E1, E2
	5.6. Tiene políticas para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso de diálogo y compromiso de los grupos de interés sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus grupos de interés.	E1, E2
	5.7. Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación general.	E1, E2
	5.8. Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el reporte de sostenibilidad de la empresa.	E1, E2
	5.9. Utiliza metodologías de diálogo estructurado con los grupos de interés, tales como la norma de aseguramiento de la sostenibilidad AA1000.	

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 18. Lima, Perú: Perú 2021.

***Balance social/reporte de sostenibilidad.*** De acuerdo a la Tabla 13, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que tres de las empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron

los resultados y se observó que, en dicha tabla, la empresa E2 indicó estar en la Etapa 3; sin embargo, en la Tabla 19, respondió afirmativamente a la pregunta 6.3, que se refiere a la elaboración del reporte de sostenibilidad, por lo que debe ubicarse en la Etapa 4. Las empresas E3, E4 y E5 confirman que se ubican en la Etapa 1 debido a que respondieron negativamente a la pregunta 6.8 acerca de la elaboración de periódica del Reporte de Sostenibilidad (ver Apéndice G). Finalmente, después de la evaluación, se determina que el subindicador Balance Social/Reporte de Sostenibilidad se ubica en la Etapa 1.

#### **4.3.3. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Público interno**

El título responde a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial sobre el público interno de la región Piura en el año 2015?

Según el Instituto ETHOS (2010), el indicador Público Interno se subdivide en: (a) diálogo y participación, (b) respeto al individuo, y (c) trabajo decente. El primero hace referencia a la participación de empleados en sindicatos u otras asociaciones y al involucramiento de los mismos en la gestión. El segundo se refiere al combate del trabajo infantil, a la contribución de su desarrollo en el país y al compromiso con el derecho de los niños. El último vincula el combate a todas las formas de discriminación, la promoción de la equidad racial, la ampliación de las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral y por último aumentar sus relaciones con los trabajadores tercerizados y/o con sus proveedores.

Interno.

1. Evaluación de la Etapa. Para este indicador inicialmente las empresas reportaron encontrarse en la Etapa 1; dato que se constató al analizar y validar las preguntas binarias (ver Tabla 20). La Figura 19 ilustra la etapa moda reportada y la nueva etapa moda evaluada.

Tabla 19

*Resultados del Subindicador Binario de Balance Social / Reporte de Sostenibilidad*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Balance social / Reporte de sostenibilidad	6.1. Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son auditadas por terceros.	E1, E2, E3, E4, E5
	6.2. Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros.	E1, E2, E4
	6.3. En el proceso de elaboración del reporte de sostenibilidad la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes <i>stakeholders</i> : comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos u otras asociaciones de empleados, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos, etc.).	E1, E2, E4
	6.4. Incorpora la empresa en el reporte de sostenibilidad críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés.	E2
	6.5. El proceso de divulgación del reporte de sostenibilidad contempla por lo menos a cuatro de los siguientes <i>stakeholders</i> : público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general.	E1, E2
	6.6. Expone la empresa datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en internet.	E2
	6.7. Los datos recogidos y utilizados para el reporte de sostenibilidad se emplean en la planificación estratégica de la empresa.	E2
	6.8. Cuenta la empresa con un equipo que se dedica a la elaboración del Reporte de Sostenibilidad todos los años con la finalidad de mejorarlo año a año.	E2
	6.9. Tiene la empresa una estrategia de comunicación estratégica interna y externa que ha sido planificada de acuerdo a las características específicas de sus grupos de interés (idioma, nivel de alfabetismo, discapacidad o características culturales específicas).	E1, E2, E5
	6.10. Cantidad de grupos de interés (público interno, proveedores, comunidad, medioambiente, clientes, gobierno, y sociedad) involucradas en la elaboración del reporte de sostenibilidad.	E2, E4

*Nota.* Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010, p. 18. Lima, Perú: Perú 2021

2. Evaluación del desempeño. De las respuestas a las preguntas binarias se obtuvo que el desempeño general de las empresas evaluadas es de 1.4, lo cual indica que aún falta implementar acciones para el total cumplimiento del indicador. El subindicador que obtuvo mayor puntaje fue Gestión Participativa con 1.6 y el que obtuvo un menor puntaje fue Relaciones con Sindicatos y Otras Asociaciones de empleados con 1.13 (ver Tabla 21).

Tabla 20

*Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Público Interno*

Subindicadores	Etapa Moda Reportada	Etapa Moda Evaluada
Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados.	1	2
Gestión participativa.	1	1
Compromiso con el futuro de los niños.	1	1
Compromiso con el desarrollo infantil.	1	2
Valoración de la diversidad.	2	0
Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.	1	1
Compromiso con la promoción de la equidad de género.	1	1
Relaciones con trabajadores tercerizados.	2	2
Política de remuneración, beneficios y carrera.	2	2
Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo.	1	1
Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.	2	1
Comportamiento en los despidos.	1	1
Preparación para jubilación.	1	1
Etapa Moda	1	1

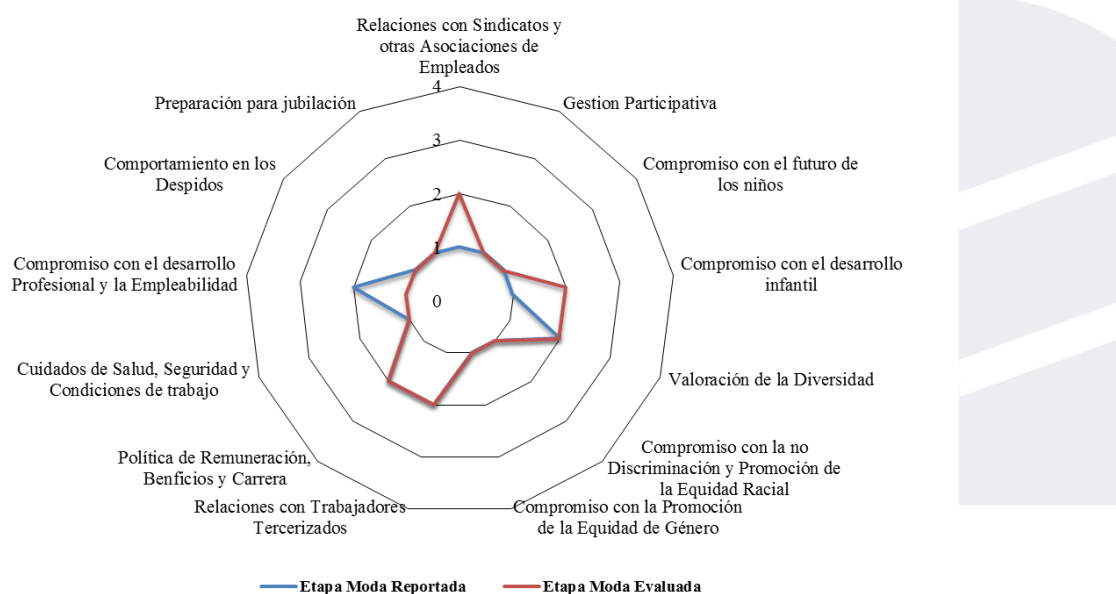


Figura 19. Gráfico de telaraña de los resultados del indicador público interno.

- Evaluación de los subindicadores. En la Tabla 22 se detalla el análisis de cada subindicador para cada una de las cinco empresas, donde se presentan los datos brindados inicialmente por los directivos, a quienes se les denominó datos reportados y la validación de los mismos, a los que se les denominó datos evaluados.

Tabla 21

*Evaluación del Desempeño del indicador Público Interno*

Público Interno	Promedio
Relaciones con Sindicatos y Otras Asociaciones de empleados	1.13
Gestión participativa	1.60
Compromiso con el Futuro de los Niños	1.40
Compromiso con el desarrollo infantil	1.35
Valoración de la diversidad	1.31
Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	1.50
Compromiso con la promoción de la equidad de género	1.54
Relaciones con trabajadores tercerizados	1.49
Política de remuneración, prestaciones y carrera	1.35
Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	1.51
Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	1.52
Conducta Frente a Despidos	1.24
Preparación para jubilación	1.30
Promedio General	1.40

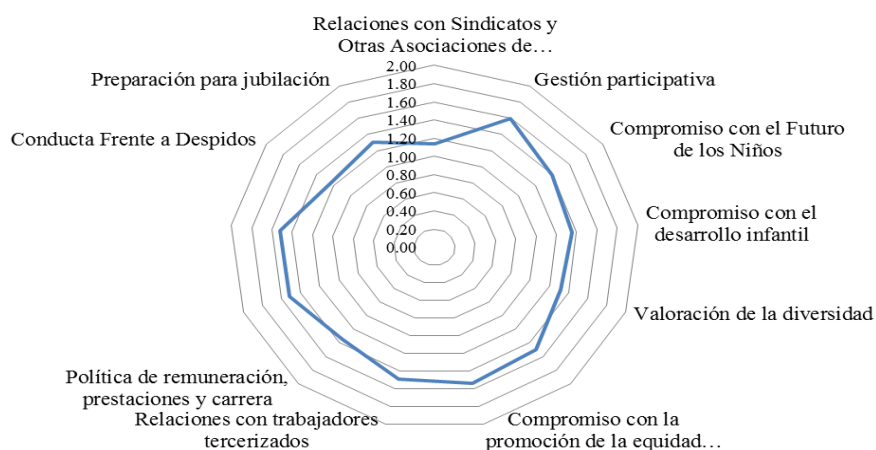


Figura 20. Gráfico del desempeño del indicador Público Interno.

***Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados.*** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1, donde efectivamente la moda confirmó la etapa, debido a que tres empresas cumplían con dicha

Tabla 22

*Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Público Interno*

Subindicadores	Reportados							Evaluados						
	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda
Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados.	1	1	0	1	2	1	1	2	2	0	0	2	1.2	2
Gestión participativa.	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	0	4	2	1
Compromiso con el futuro de los niños.	1	3	1	1	1	1.4	1	1	1	1	2	2	1.4	1
Compromiso con el desarrollo infantil.	1	2	1	1	1	1.2	1	2	2	2	2	2	2	2
Valoración de la diversidad.	1	2	1	2	2	1.6	2	0	0	2	2	3	1.4	2
Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.	1	3	1	1	1	1.4	1	1	4	1	1	1	1.6	1
Compromiso con la promoción de la equidad de género.	1	2	1	1	1	1.2	1	1	4	1	1	2	1.8	1
Relaciones con trabajadores tercerizados.	1	2	2	2	2	1.8	2	1	4	2	2	2	2.2	2
Política de remuneraciones, beneficios y carrera.	2	3	2	2	2	2.2	2	2	2	2	2	2	2	2
Cuidados de salud, seguridad, y condiciones de trabajo.	1	1	1	3	2	1.6	1	1	2	1	1	2	1.4	1
Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.	2	2	1	2	2	1.8	2	1	1	1	1	1	1	1
Comportamiento en los despidos.	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1
Preparación para la jubilación.	1	1	1	2	2	1.4	1	1	1	1	1	1	1	1

etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1 y E2 indicaron ubicarse en la Etapa 1; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 23, estas respondieron afirmativamente a la pregunta 7.2 acerca de permitir la libertad de acción de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos al interior del local de trabajo. Por ello, estas empresas deben ubicarse en la Etapa 2.

Por otro lado, la empresa E4 indicó no haber tocado el tema antes; por tanto, no debería ubicarse en la Etapa 1, sino en la Etapa 0, caso similar a lo sucedido con la empresa E3 (ver Apéndice H). Finalmente, después de la evaluación, se afirma que el subindicador Relaciones con Sindicatos y otras Asociaciones de Empleados se encuentra en la Etapa 1.

Tabla 23

*Resultados del Sub-Indicador Binario Relaciones con Sindicatos y otras Asociaciones de Empleados*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativamente
Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados	7.1. Provee informaciones que afecten a los trabajadores en tiempo adecuado para que el sindicato y otras asociaciones de empleados y los empleados, las utilicen en una discusión con la empresa.	E2
	7.2. Permite la libertad de acción de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos al interior del local de trabajo	E1, E2, E5
	7.3. En caso de que actúe en distintas regiones, ¿negocia con el conjunto de sindicatos de esas regiones un nivel mínimo de prestaciones comunes?	E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 22. Lima, Perú: Perú 2021.

**Gestión participativa.** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1, donde efectivamente la moda confirmó la etapa, debido a que las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E2 y E5 indicaron encontrarse en la Etapa 1; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 24, se observa que estas respondieron en forma afirmativa a las preguntas 8.1 y 8.2 acerca de la participación de los trabajadores y empleados

en asociaciones sin interferencia de la empresa, por consiguiente, estas deben ubicarse en la Etapa 4. La empresa E4 indicó no haber abordado el tema antes; por tanto, no debería ubicarse en la Etapa 1, sino en ninguna de las etapas (ver Apéndice H). Finalmente, después de la evaluación, se confirma que el subindicador de Gestión Participativa se encuentra en la Etapa 1.

Tabla 24

*Resultados del Subindicador Binario de Profundidad Gestión Participativa*

Subindicador	Preguntas	Frecuencia Sí	Empresas que respondieron afirmativo
Gestión participativa	La empresa		
	8.1. Todos los integrantes de comisiones/asociaciones de trabajadores son elegidos por los trabajadores sin interferencia de la empresa.	3	E1, E2, E5
	8.2. Posee la empresa políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias, y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos.	3	E2, E3, E5

*Nota.* Adaptado de los “Indicadores ETHOS - Perú 2021” por el Instituto ETHOS, 2010, p. 23. Lima, Perú: Perú 2021.

***Compromiso con el futuro de los niños.*** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.4, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que cuatro de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E2 indicó encontrarse en la Etapa 3; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 25, esta solo respondió en forma afirmativa a la pregunta 9.1 acerca de combatir el trabajo infantil, por consiguiente, se debe ubicar en la Etapa 1. Las empresas E4 y E5 respondieron afirmativamente a la pregunta 9.3 acerca del papel social de las condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional de los practicantes, por ello, deberían ubicarse en la Etapa 2 (ver Apéndice H). Finalmente, después de la evaluación, la etapa en la que se encuentra el subindicador Compromiso con el Futuro de los Niños es la etapa 1.



Tabla 25

*Resultados del Subindicador Binario Compromiso con el Futuro de los Niños*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Compromiso con el futuro de los niños.	9.1. Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general).	E1, E2, E3, E5
	9.2. Tiene un programa específico para la contratación de practicantes.	E4
	9.3. Considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con el debido acompañamiento, evaluación y orientación.	E4, E5
	9.4. Al cerrar el periodo correspondiente al programa de prácticas, busca emplear a los jóvenes en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas.	E4

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 24. Lima, Perú: Perú 2021.

***Compromiso con el desarrollo infantil.*** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que cuatro de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las cinco empresas indicaron cumplir con la Etapa 1. No obstante, al analizar las preguntas de la Tabla 26 se observa que todas respondieron en forma afirmativa la pregunta 10.10 acerca de contar con un plan de salud familiar, lo cual es ya una iniciativa para dar facilidades en asistencia prenatal y acompañamiento de la niñez de los hijos de los colaboradores, por tanto estas deben ubicarse en la Etapa 2. Finalmente, después de la evaluación, el subindicador Compromiso con el Desarrollo Infantil se ubica en la Etapa 2.

***Valoración de la diversidad.*** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 2, debido a que tres empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E3 indicó encontrarse en la Etapa 1, sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 27, esta respondió afirmativamente a las preguntas 11.12 y 11.13 acerca de las políticas y mecanismos de denuncias de la no discriminación, por tanto

debe ubicarse en la Etapa 2. La empresa E5, indicó ubicarse en la Etapa 2, sin embargo, respondió afirmativamente a las preguntas 11.11, 11.12, 11.13 y 11.14, lo que la ubica en la Etapa 3. Como las empresas E1 y E2 indicaron no haber tratado el tema antes, no deberían ubicarse en las etapas 1 y 2, sino en la Etapa 0 (ver Apéndice H). Finalmente, después de la evaluación se puede afirmar que este subindicador no se encuentra en la Etapa 2.

Tabla 26

*Resultados del Subindicador Binario Compromiso con el Desarrollo Infantil*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Compromiso con el desarrollo infantil	10.1. Ofrece un programa específico para la salud de la mujer embarazada	
	10.2. Ofrece programa de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares (cuidados con el nacimiento, alimentación sana, prevención de enfermedades, protección a la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos)	
	10.3. Acompaña en forma periódica la vacunación, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando el certificado de salud del niño del ministerio de la salud	
	10.4. Promueve campañas de inmunización para empleados y sus dependientes por medio de vacunas que no ofrece la red pública de salud (por ejemplo, la vacuna contra gripe)	E4, E5
	10.5. Acompaña la inclusión de los hijos de los empleados en el colegio (por medio de solicitud de comprobantes de matrícula, particularmente de los niños con discapacidad)	
	10.6. Tiene una política específica para los empleados padres o responsables de niños con discapacidad que les garantice participar en el desarrollo de los hijos en forma adecuada	
	10.7. Promueve campañas de planificación familiar	E2, E4, E5
	10.8. Promueve campañas de no violencia en el hogar	E2, E4, E5
	10.9. ¿Estimula a los proveedores, contratistas y empresas socias a interesarse y a apoyar la promoción de los Derechos del Niño y el Adolescente?	E1, E2, E4
	10.10. Plan de salud familiar.	E1, E2, E3, E4, E5
	10.11. Guardería en el lugar de trabajo	
	10.12. Flexibilidad en los horarios para empleados con hijos menores de 6 años;	E1, E3
	10.13. Ayuda para educación de los hijos.	E2, E4, E5
	10.14. Las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados tercerizados.	E1
	10.15. Posee políticas de acompañamiento postparto, particularmente para identificar la depresión posparto.	E1
	10.16. Facilita la utilización de la flexibilidad de horario de lactancia conforme la legislación en vigor.	E1, E2, E3, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 25. Lima, Perú: Perú 2021.

Tabla 27

*Resultados del Subindicador Binario Valoración de la Diversidad*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Valoración de la diversidad	11.1. La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	E3, E4, E5
	11.2. La cuestión étnico-racial.	E4, E5
	11.3. La cuestión de género.	E3, E4, E5
	11.4. La cuestión de edad.	E3, E4, E5
	11.5. La cuestión religiosa.	E3, E4, E5
	11.6. La cuestión de la orientación sexual.	E3, E5
	11.7. La cuestión del origen geográfico.	E4
	11.8. La cuestión de la clase social.	E3, E4
	11.9. La cuestión de la discapacidad.	E3, E4, E5
	11.10. La cuestión de la apariencia física.	E3, E4
	11.11. En los procesos y herramientas de gestión de personas, la empresa incluye requisitos para monitorear la diversidad de su personal y posibles desigualdades respecto a los segmentos en desventaja, entre otras situaciones.	E4, E5
	11.12. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido.	E5
	11.13. En esa política se prevén claramente los mecanismos y canales formales para denuncia, seguimiento, análisis y averiguación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación.	E5
	11.14. La empresa posee un programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de plazas para ese público.	E5
	11.15. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover la contratación de personas con discapacidad.	
	11.16. De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan políticas para la contratación de personas con edad superior a 45 años.	
	11.17. De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan procedimientos específicos que abordan la cuestión del rango de edad de los empleados.	
	11.18. La empresa ofrece oportunidades de trabajo para ex presidiarios.	
	11.19. La empresa capacita a su personal sobre el respeto a la diversidad.	E4
	11.20. La empresa apoya proyectos que mejoran la oferta de profesionales calificados provenientes de grupos usualmente discriminados en el mercado laboral.	
	11.21. La empresa posee normas que combaten situaciones de acoso sexual.	E1, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, pp. 26-27. Lima, Perú: Perú 2021.

***Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.*** De

acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.4, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que cuatro empresas se ubican en dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando que en dicha tabla la empresa E2 indicó encontrarse en la Etapa 3; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 28,

esta respondió afirmativamente a la pregunta 12.3 acerca de la concientización de la equidad y no discriminación étnica, por ello, esta debería ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice H).

Finalmente después de la evaluación, se confirma que el subindicador Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial se ubica en la Etapa 1.

Tabla 28

*Resultados del Subindicador Binario Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	12.1 ¿La política de promoción de la equidad y no discriminación es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	E2, E3, E4, E5
	12.2 ¿De esta política de promoción de la equidad, se derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales?	E2, E4, E5
	12.3 ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros, o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación étnica o por origen nacional?	E2,
	12.4 ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar figuras estereotipadas o que atenten contra la dignidad de la población de diferente origen étnico o nacionalidad?	E1, E2

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, el Instituto ETHOS, 2010, p. 28 Lima, Perú: Perú 2021.

***Compromiso con la promoción de la equidad de género.*** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que cuatro de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando que en dicha tabla la empresa E2 indicó encontrarse en la Etapa 2; sin embargo, esta respondió afirmativamente a la pregunta 13.5 acerca de la concienciación de la importancia de la valoración de la mujer en las empresas, por tanto, debería ubicarse en la Etapa 4. Por otro lado, la empresa E5 indicó ubicarse en la Etapa 1 sin embargo, en la Tabla 29 esta respondió afirmativamente a la pregunta 13.6 acerca de la prevención y cuidados con la salud de la mujer, ubicándola en la

Etapa 2 (ver Apéndice H). Finalmente después de la evaluación, se confirma que éste subindicador se encuentra en la Etapa 1.

Tabla 29

*Resultados del Subindicador Binario Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Compromiso con la promoción de la equidad de género.	13.1. La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	E2, E3, E4, E5
	13.2. Resultan de esa política de valorización de la diversidad y de no discriminación procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres.	E2
	13.3. La política prohíbe expresamente la contratación, despido o la promoción basados en el estado civil o condición reproductiva.	E2, E5
	13.4. La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios.	E2, E3, E5
	13.5. Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer.	E2, E5
	13.6. El plan de salud de la empresa contempla adaptaciones específicas para la prevención y cuidados con la salud de la mujer.	E1, E2, E4
	13.7. La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas.	E2, E3, E5
	13.8. La política de promoción de la equidad asegura la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa.	E1, E2, E3
	13.9. La empresa promueve, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajo y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres.	E2, E3
	13.10. La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral.	E1, E2, E3, E5
	13.11. La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa.	E2, E5
	13.12. Tiene la política de comunicación comercial como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres.	E1, E2, E5
	13.13. La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las seropositivas.	E1, E2
	13.14. La empresa tiene procedimientos que garantizan la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el sitio laboral y en el transporte hacia la empresa.	E1, E2, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, pp. 29-30. Lima, Perú: Perú 2021.

**Relaciones con trabajadores tercerizados.** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente este subindicador reportó un puntaje promedio de 1.8, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 2, debido a que cuatro empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E2 indicó ubicarse en la Etapa 2, sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 30, esta respondió afirmativamente a la pregunta 14.6 acerca de ofrecer al trabajador tercerizado las mismas condiciones de salud, seguridad y acceso a prestaciones, por consiguiente debería ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice H). Finalmente después de la evaluación, se confirma que el subindicador Relaciones con Trabajadores Tercerizados se ubica en la Etapa 2.

Tabla 30

*Resultados del Subindicador Binario Relaciones con Trabajadores Tercerizados*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Relaciones con trabajadores tercerizados.	14.1. El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa contemplan cuestiones relativas a la no discriminación de los trabajadores tercerizados.	E2, E4
	14.2. Integra los trabajadores tercerizados a sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional.	E2, E4
	14.3. Posee un número de trabajadores tercerizados inferior al 20% del total de trabajadores.	E3, E4
	14.4. Posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura, valores y principios de la empresa.	E2
	14.5. Exige a sus subcontratistas que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación laboral al interior de sus empresas.	E1, E2, E3, E4, E5
	14.6. Ofrece al personal subcontratado beneficios básicos gozados por su personal regular, como transporte, alimentación, salud y otros.	E1, E2, E4, E5
	14.7. Da prioridad al personal subcontratado para ocupar posiciones que se presentan en la empresa.	E1, E2, E5
	14.8. Permite la participación de empleados subcontratados en comités de gestión interna y en el diálogo con la empresa.	E2
	14.9. No discrimina ni rotula a los empleados tercerizados.	E2, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 31. Lima, Perú: Perú 2021.

**Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo.** De acuerdo a la Tabla 22, el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6, no obstante, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que tres de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se

validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E2 indicó ubicarse en la Etapa 1; sin embargo, al analizar sus respuestas en la Tabla 32 respondió afirmativamente a la pregunta 16.16 acerca del monitoreo de ergonomía y evaluación de riesgo disergonómico, por ello, debería ubicarse en la Etapa 2. Respecto a la empresa E3, indicó ubicarse en la Etapa 3, sin embargo, respondió negativamente a las preguntas 16.1 y 16.16, debiéndose ubicar en la Etapa 1 (ver Apéndice H). Finalmente, después de la evaluación, se confirma que el subindicador Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo se ubica en la Etapa 1.

Tabla 31

*Resultados del Subindicador Binario Política de Remuneraciones, Prestaciones y Carrera*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Política de remuneraciones, prestaciones y carrera.	15.1. La remuneración variable de la empresa representa menos del 20% de la masa salarial.	E2, E3, E5
	15.2. Tiene al total de los empleados inscritos y remunerados por planilla.	E1, E2, E3, E5
	15.3. Los empleados participan en la composición accionaria de la empresa.	
	15.4. Ofrece a los empleados beneficios adicionales a los exigidos por la ley.	E3, E4, E5
	15.5. Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos).	E3, E5
	15.6. Realizó en los últimos dos años, un aumento del menor salario de la empresa en relación al salario mínimo vigente.	E1, E2, E3, E4
	15.7. Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones.	E2, E4
	15.8. Se ha establecido por medio de negociación con la asociación de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable.	
	15.9. Fue establecido por medio de negociación con la asociación de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable.	
	15.10. Ofrece a los empleados bonos adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental.	E5
	15.11. Premia el desempeño individual con criterios y procedimientos objetivos.	E2, E3, E4, E5
	15.12. Premia el desempeño colectivo con criterios procedimientos objetivos.	E2, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021” por el Instituto ETHOS, 2010, p. 32. Lima, Perú: Perú 2021.

Tabla 32

*Resultados del Subindicador Binario Cuidados de Salud, Seguridad, y Condiciones de Trabajo*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo.	16.1. Ha sido evaluada o certificada por certificaciones voluntarias como SA 8000, BS 8800 y OHSAS 18001.	E2, E5
	16.2. Ofrece un programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol.	
	16.3. Promueve campañas de prevención de enfermedades de transmisión sexual.	E3, E4, E5
	16.4. Ofrece un programa específico para portadores de VIH/sida.	E4
	16.5. Posee una política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos.	E2, E3, E4
	16.6. Prevé una política de capacitación y no discriminación a los portadores de VIH/sida.	E5
	16.7. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por una estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.	E1, E2, E4, E5
	16.8. Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por una estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.	E1, E2, E4, E5
	16.9. Promueve ejercicios físicos (pausas activas) en el horario de trabajo.	E2, E3, E5
	16.10. Promueve un programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de <i>call center</i> , cajeros etc.).	E2
	16.11. Posee un programa de orientación alimentaria y nutricional	E1, E2, E4
	16.12. Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras.	E2, E4
	16.13. Posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos.	E1, E2, E3, E4, E5
	16.14. Promueve programas de capacitación dirigido a los colaboradores acerca de cómo prevenir accidentes y conservar la limpieza personal así como de la empresa en general.	E1, E2, E3, E4, E5
	16.15. Ofrece apoyo psicológico disponible en el centro de trabajo.	E2, E4, E5
	16.16. Realiza monitoreo según la Norma Técnica Colombiana NTC 5655 “Principios para el diseño ergonómico de sistemas de trabajo”.	E2

Nota. Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021” por el Instituto ETHOS, 2010, p. 34. Lima, Perú: Perú 2021.



**Compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad.** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.8, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 2, debido a que cuatro de las empresas cumplían con dicha etapa.

Tabla 33

*Resultados del Subindicador Binario Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	17.1. Cuenta con programas de desarrollo de carrera para su personal.	E1, E2, E5
	17.2. Mantiene un programa de erradicación del analfabetismo, educación primaria o enseñanza suplementaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos.	
	17.3. Posee un programa de mapeo para identificación de competencias potenciales a ser desarrolladas.	E1, E2, E4
	17.4. Posee programas de orientación sobre la planificación de carreras con el afán de ayudar a los empleados a reflexionar sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo.	E1, E4
	17.5. Cuenta con un presupuesto anual para capacitación.	E1, E2, E3, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 35. Lima, Perú: Perú 2021.

Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1, E2, E4 y E5 indicaron encontrarse en la Etapa 2; sin embargo en el análisis de respuestas en la Tabla 33, estas respondieron negativamente a las preguntas 17.1, 17.3 y 17.4 acerca de mantener programas de desarrollo para el personal, por lo que deberían ubicarse en la Etapa 1 (ver Apéndice H). Finalmente, después de la evaluación, la etapa en la que se encuentra el subindicador Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad es la Etapa 1.

**Conducta frente a despidos.** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.0, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente se validaron los resultados, observando en dicha tabla que la empresa E2 indicó encontrarse en la Etapa 1, sin embargo

en las preguntas de la Tabla 34, esta respondió negativamente a la pregunta 18.5 acerca de proveer al empleado despedido orientaciones sobre el procedimiento, por ello esta no se ubica en ninguna de las etapas. Por otro lado, la empresa E5 señaló encontrarse en la Etapa 1; sin embargo, al responder positivamente la pregunta 18.3 debería ubicarse en la Etapa 2 (ver Apéndice H). Finalmente, después de la evaluación, se afirma que el subindicador Conducta Frente a Despidos se encuentra en la Etapa 1.

Tabla 34

*Resultados del Subindicador Binario Conducta frente a Despidos*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Conducta frente a despidos	18.1. Ha tenido reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años.	
	18.2. Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene una política para minimización y mejoría de ese indicador.	E5
	18.3. Busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONG y sindicatos u otras asociaciones de empleados para conocer, entender, prever, y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal.	E5
	18.4. Busca asociaciones con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo para emprendimientos.	E1
	18.5. Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que orientaron la decisión tomada.	E3, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021” por el Instituto ETHOS, 2010, p. 37. Lima, Perú: Perú 2021.

***Preparación para la jubilación.*** De acuerdo a la Tabla 22, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.4, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que tres de las empresas indicaron encontrarse en dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E4 y E5 indicaron ubicarse en la Etapa 2; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 35, estas responden negativamente a las preguntas 19.2 y 19.3 acerca de orientar y asesorar en temas de jubilación, por tanto, deberán ubicarse en la Etapa 1 (ver Apéndice H). Finalmente, después

de la evaluación, se afirma que el subindicador Preparación para la Jubilación se ubica en la Etapa 1.

Tabla 35

*Resultados del Subindicador Binario Preparación para la Jubilación*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Preparación para la jubilación.	19.1. Informa sobre las diferencias (positivas y negativas) de pertenecer a una entidad pública o privada (administradora de fondos de pensiones - AFP) para la confiabilidad de la jubilación de los trabajadores de la empresa.	E1, E2, E3, E4, E5
	19.2. Ofrece un programa de jubilación complementario a todos sus trabajadores.	
	19.3. Involucra a los familiares de los trabajadores en el proceso de preparación para la jubilación.	
	19.4. Participa en la elaboración de políticas públicas con focalización al adulto mayor (mayor de 60 años).	
	19.5. Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de los adultos mayores.	E2, E4
	19.6. Promueve actividades que permitan aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados en proyectos sociales de la comunidad.	E1, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 38. Lima, Perú: Perú 2021.

#### **4.3.4. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Medio ambiente**

El título responde a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial sobre medio ambiente de la región Piura en el año 2015?

Medio ambiente es un indicador subdividido en: (a) responsabilidad con las generaciones futuras y (b) gerenciamiento del impacto ambiental (Instituto ETHOS, 2010). El primero hace referencia a tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades, así como concientizar a la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana cultivando valores de responsabilidad ambiental. El segundo gira sobre los impactos ambientales causados por los procesos de productos o servicios; contribuye a la concientización de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana cultivando valores de

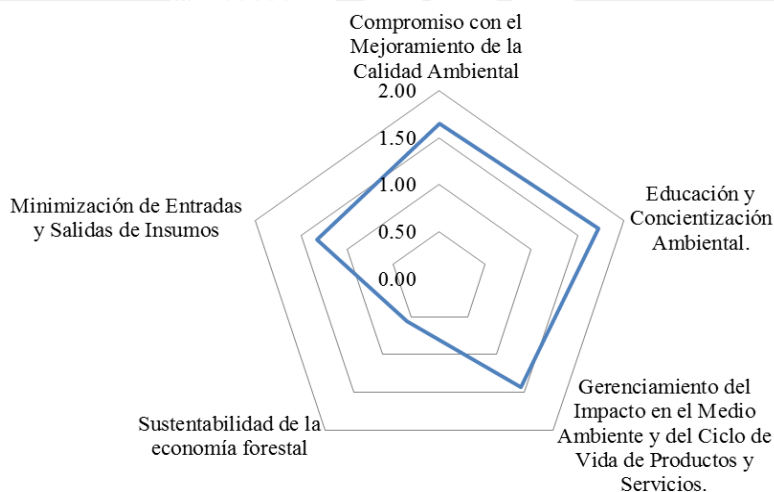


2. Evaluación del desempeño. De las respuestas a las preguntas binarias se obtuvo que el desempeño general de las empresas evaluadas es de 1.34, lo cual indica que aún falta implementar acciones para el total cumplimiento del indicador. El subindicador que obtuvo mayor puntaje fue Educación y Concientización Ambiental con 1.73 y quien obtuvo un menor puntaje fue Sustentabilidad de la Economía Forestal con 0.57 (ver Tabla 37).

Tabla 37

*Evaluación del Desempeño del indicador Medio Ambiente*

Medio Ambiente	Promedio
Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	1.66
Educación y Concientización Ambiental.	1.73
Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	1.43
Sustentabilidad de la economía forestal	0.57
Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	1.33
Promedio General	1.34



*Figura 22.* Gráfico del desempeño del indicador Medio Ambiente.

3. Evaluación de los subindicadores: En la Tabla 38 se detalla el análisis de cada subindicador para cada una de las cinco empresas, donde se presentan los datos

brindados inicialmente por los directivos, a quienes se les denominó datos reportados y la validación de los mismos, a los que se les denominó datos evaluados.

Tabla 38

*Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Medio Ambiente*

Subindicadores	Reportados							Evaluados						
	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda
Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental,	1	1	1	2	1	1.2	1	4	4	1	1	1	2.2	1
Educación y concientización ambiental.	1	1	1	2	1	1.2	1	0	4	4	4	0	2.4	4
Gerenciamiento de los impactos sobre el medioambiente y del ciclo de vida de productos y servicios	3	3	1	3	1	2.2	3	3	3	1	4	2	2.6	3
Sustentabilidad de la economía forestal.	2	2	0	1	1	1.2	2	2	0	0	0	0	0.4	0
Mínimización de entradas y salidas de insumos.	2	1	0	3	2	1.6	2	4	1	0	3	4	2.4	3

***Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental.*** De acuerdo a la Tabla 38, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que cuatro empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1 y E2 indicaron ubicarse en la Etapa 1; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 39 estas respondieron afirmativamente a las preguntas 20.5, 20.6, 20.7 acerca de desarrollar nuevos negocios tomando en cuenta en todo momento el tema de sustentabilidad ambiental, por ello, deberían ubicarse en la Etapa 4. Por otro lado, la empresa E4 indicó ubicarse en la Etapa 2, sin embargo, respondió negativamente a la pregunta 20.4 acerca de contar con una persona o área responsable del medio ambiente, por ello, debería ubicarse en la Etapa 1 (ver Apéndice

I). Finalmente, después de la evaluación, se confirma que el subindicador Compromiso con el mejoramiento de la Calidad Ambiental se encuentra en la Etapa 1.

Tabla 39

*Resultados del Subindicador Binario Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental.	20.1. Posee una política ambiental formal.	E1, E2, E4, E5
	20.2. Incluye en su código de conducta y/o declaración de valores el respeto al medio ambiente.	E1, E2, E4, E5
	20.3. Da a conocer su política ambiental entre sus empleados.	E2, E3, E4, E5
	20.4. Tiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas	E1, E2
	20.5. Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad.	E2, E3, E5
	20.6. Contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados.	E1, E2, E5
	20.7. Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales, etc.).	E1, E2, E4

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021,” por el Instituto ETHOS, 2010, p. 41. Lima, Perú: Perú 2021.

**Educación y concientización ambiental.** De acuerdo a la Tabla 38, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1 y E5 indicaron ubicarse en la Etapa 1; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 40, estas respondieron negativamente las preguntas 21.1, 21.2 y 21.3 acerca de desarrollar acciones de educación ambiental, por tanto, no deberían estar ubicadas en ninguna etapa. En cuanto a las empresas E2, E3 y E4, indicaron ubicarse en la Etapa 2, no obstante, como respondieron positivamente a las preguntas 21.1, 21.2 y 21.3, estas deberían ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice I).

Finalmente, después de la evaluación el subindicador Educación y Concientización Ambiental se encuentra en la Etapa 4.

Tabla 40

*Resultados del Subindicador Binario Educación y Concientización Ambiental*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Educación y concientización ambiental.	21.1. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de reducción del consumo de agua y de energía.	E2, E3, E4
	21.2. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación.	E1, E2, E3, E4, E5
	21.3. Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación para el consumo responsable.	E2, E3, E4

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 42. Lima, Perú: Perú 2021.

***Gerenciamiento de los impactos sobre el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios.*** De acuerdo a la Tabla 38, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 2.2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 3, debido a que tres empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E4 indicó ubicarse en la Etapa 3, sin embargo, en la Tabla 41 respondió afirmativamente la pregunta 22.7, debiéndose encontrar en la Etapa 4. Asimismo, la empresa E5 indicó estar en la Etapa 1, pero como respondió de modo positivo la pregunta 22.2, debió ubicarse en la Etapa 2 (ver Apéndice I). Finalmente, después de la evaluación, se confirma que el subindicador Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios se encuentra en la Etapa 3.

***Sustentabilidad de la economía forestal.*** De acuerdo a la Tabla 38, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que cuatro empresas cumplen con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E2, E4 y E5 indicaron ubicarse en las etapas 2, 1 y 1, respectivamente; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 42 respondieron negativamente a la pregunta 23.2 acerca de poseer certificación forestal; por



ello, no se ubica en ninguna de las etapas (ver Apéndice I). Finalmente, después de la evaluación, el subindicador Sustentabilidad de la Economía Forestal no se ubica en ninguna de las etapas.

Tabla 41

*Resultados del Subindicador Binario Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Gerenciamiento del impacto en el medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios	22.1. Posee un plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que involucren situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados regularmente para enfrentar tales situaciones.	E1, E2, E4, E5
	22.2. Posee una política y un sistema de monitoreo con el objetivo de aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la empresa como de sus contratados).	E1, E4, E5
	22.3. Posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos y/o reciclados post consumo.	E4, E5
	22.4. Provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la disposición final de sus productos.	E3, E4
	22.5. Difunde entre sus grupos de interés los impactos ambientales causados por sus productos o servicios.	E3, E4
	22.6. La empresa prioriza la contratación de proveedores que comprobadamente tengan buena conducta ambiental.	E1, E3, E5
	22.7. Ha recibido avales de las normas ambientales como la ISO14001.	E4

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 43. Lima, Perú: Perú 2021.

Tabla 42

*Resultados del Subindicador Binario Sustentabilidad de la Economía Forestal*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Sustentabilidad de la Economía Forestal	23.1. Realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos directos e indirectos madereros y forestales que utiliza	E1, E2
	23.2. Incentiva a sus proveedores a buscar la certificación forestal	E1
	23.3. Cuenta con un plan de reforestación	

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 44. Lima, Perú: Perú 2021

***Minimización de entradas y salidas de insumos.*** De acuerdo a la Tabla 38,

inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6, sin embargo, la moda lo

ubicó en la Etapa 2, debido a que tres empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1 y E5 indicaron encontrarse en la Etapa 2; sin embargo en las preguntas de la Tabla 43 respondieron positivamente a todas las preguntas que hablan de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental, por ello, deberían ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice I). Por último, según la evaluación, el subindicador Minimización de Entradas y Salidas de Insumos se encuentra en la Etapa 3.

Tabla 43

*Resultados del Subindicador Binario Minimización de Entradas y Salidas de Insumos*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Minimización de entradas y salidas de insumos.	24.1. Tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables.	E1, E2, E5
	24.2. Mantiene acciones de control de la contaminación con ayuda de alguna organización experta en el tema ambiental.	E1, E2, E5
	24.3. El aumento de la eficiencia energética.	E1, E5
	24.4. La reducción del consumo de agua.	E1, E4, E5
	24.5. La reducción de generación de residuos sólidos.	E1, E4, E5
	24.6. La reducción de emisión de CO y otros gases de efecto invernadero en la atmósfera.	E1, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 45. Lima, Perú: Perú 2021.

#### **4.3.5. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Proveedores**

El título responde a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial sobre los proveedores de la Región Piura en el año 2015?

El indicador proveedores, según el Instituto ETHOS (2010), consta de un subindicador llamado Selección, Evaluación y Alianza con Proveedores. El presente hace referencia a regular sus relaciones con proveedores y aliados, al trabajo infantil de la cadena productiva, al trabajo forzado y, por último, a proveedores de igual o menor porte.

1. Evaluación de la Etapa: Para este indicador, inicialmente las empresas reportaron encontrarse en la Etapa 1; sin embargo, después de analizar las preguntas binarias, se

encontró que la etapa real en la que se ubicaban era la Etapa 2 (ver Tabla 44). En la Figura 23 que ilustra la etapa moda reportada y la nueva etapa moda evaluada.

Tabla 44

*Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Proveedores*

Subindicadores	Etapa Moda Reportada	Etapa Moda Evaluada
Criterios de selección y evaluación de proveedores.	2	2
Trabajo infantil en la cadena productiva.	1	4
Trabajo forzado en la cadena productiva.	1	1
Apoyo al desarrollo de proveedores.	1	1
Etapa Moda	1	2

2. Evaluación del desempeño: De las respuestas a las preguntas binarias, se obtuvo que el desempeño general de las empresas evaluadas es de 1.41, lo cual indica que aún falta implementar acciones para el total cumplimiento del indicador. El subindicador que obtuvo mayor puntaje fue Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores con 1.68 y quien obtuvo un menor puntaje fue Trabajo infantil en la cadena productiva con 1.13 (ver Tabla 45).

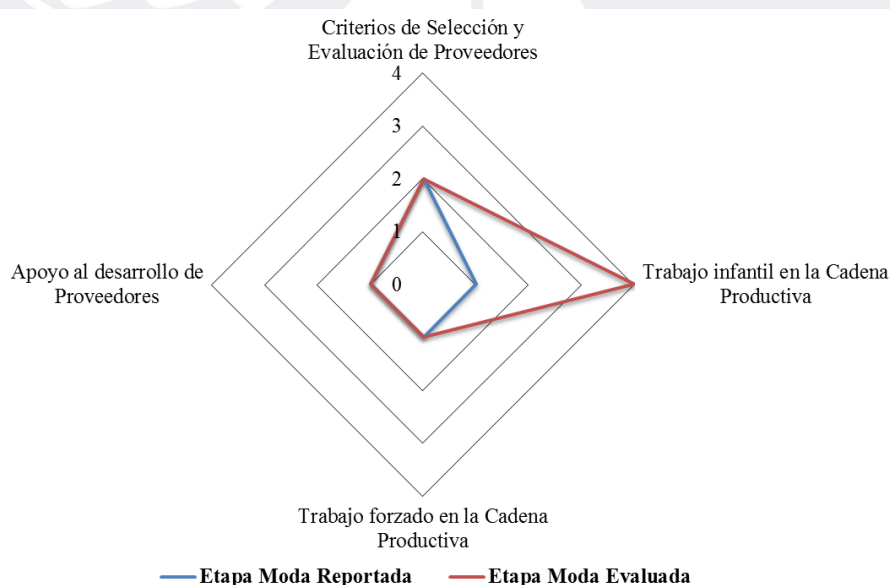


Figura 23. Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador Proveedores.

Tabla 45

*Evaluación del Desempeño del indicador Proveedores*

Proveedores	Promedio
Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	1.68
Trabajo infantil en la cadena productiva	1.13
Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	1.33
Apoyo al Desarrollo de Proveedores	1.50
<b>Promedio General</b>	<b>1.41</b>

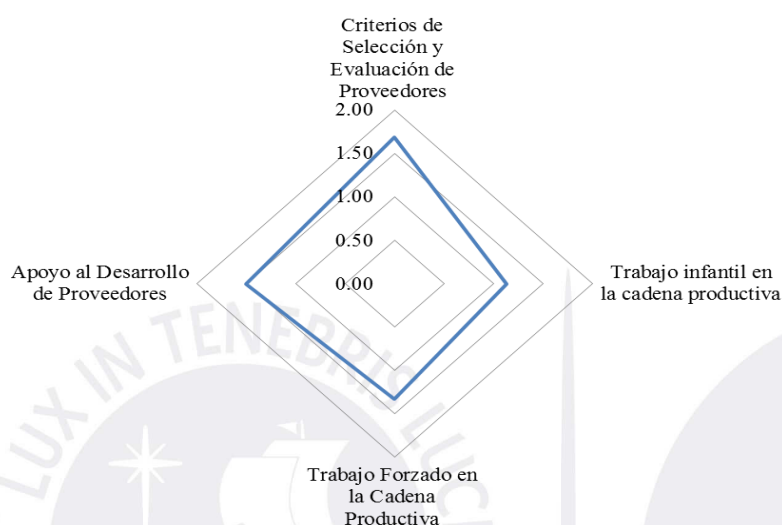


Figura 24. Gráfico del desempeño del indicador Proveedores.

Tabla 46

*Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Proveedores*

Subindicadores	Reportados							Evaluados						
	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda
Criterios de selección y evaluación de proveedores.	2	3	1	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2.8	2
Trabajo infantil en la cadena productiva.	1	2	1	0	1	1	1	2	4	4	4	1	3	4
Trabajo forzado en la cadena productiva.	1	2	1	0	1	1	1	1	4	4	0	1	2	1
Apoyo al desarrollo de proveedores.	2	1	1	1	1	1.2	1	1	1	1	1	1	1	1

3. Evaluación de los subindicadores: En la Tabla 46 se detalla el análisis de cada subindicador para cada una de las cinco empresas, donde se presentan los datos brindados inicialmente por los directivos, a quienes se les denominó datos reportados y la validación de los mismos, a los que se les denominó datos evaluados.

***Criterios de selección y evaluación de proveedores.*** De acuerdo a la Tabla 46, inicialmente el subindicador reportó un puntaje de 2.0, sin embargo, la moda indicó una ubicación en la Etapa 2, debido a que cuatro de las empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observándose en dicha tabla que la empresa E2 indicó estar en la Etapa 3; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 47 respondió positivamente a las preguntas 25.4 y 25.7 acerca de recoger evidencias de que sus proveedores reproducen sus exigencias respecto a RSE, por ello, debería ubicarse en la Etapa 4. Con relación a la empresa E3, esta indicó ubicarse en la Etapa 1; sin embargo, como también respondió positivamente a las preguntas 25.4 y 25.7, debería ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice J). Finalmente, después de la evaluación, se confirma que el subindicador Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores se encuentra en la Etapa 2.

***Trabajo infantil en la cadena productiva.*** De acuerdo con la Tabla 46, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que cuatro de las empresas cumplen con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E2, E3 y E4 respondieron en forma afirmativa las preguntas 26.1 y 26.2 acerca de programas y actividades para erradicar el trabajo infantil, estas deberían ubicarse en la Etapa 4. En la Tabla 46, la empresa E1 indicó ubicarse en la Etapa 1; sin embargo, al responder afirmativamente la pregunta 26.2, esta debería ubicarse en la Etapa 2 (ver Apéndice J). Finalmente, después de la evaluación, se determina que el subindicador Trabajo Infantil en la Cadena Productiva se ubica en Etapa 4.

Tabla 47

*Resultados del Subindicador Binario Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Criterios de selección y evaluación de proveedores.	25.1. Incluye criterios para las relaciones con los proveedores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	E2, E3, E5
	25.2. Al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general.	E2, E3, E5
	25.3. Adopta una política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores.	E1, E2
	25.4. Elabora un informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva.	E1, E2, E3
	25.5. Discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con vistas al entrenamiento y adecuación de sus criterios.	E1, E2, E3
	25.6. Establece un plazo formal para que sus proveedores cumplan con los criterios de responsabilidad social de la empresa.	E2, E3, E5
	25.7. Conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente.	E2, E3
	25.8. Adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos “piratas”, falsificados o fruto de robo.	E1, E2, E3, E5
	25.9. Exige a sus proveedores el cumplimiento de la legislación laboral y previsional a través de la entrega de información sustentatoria.	E1, E2, E3, E4, E5
	25.10. Establece plazos y condiciones de pago adecuados y negociados individualmente con los proveedores.	E1, E2, E3, E4, E5
	25.11. Cumple con los acuerdos establecidos con sus proveedores en lo relacionado a plazos de pago.	E1, E2, E3, E4, E5
	25.12. Tiene una política de compra o contratación que privilegien a proveedores con certificación socio ambiental.	E2, E3, E4

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 48. Lima, Perú: Perú 2021.

Tabla 48

*Resultados del Subindicador de Profundidad Trabajo Infantil en la Cadena Productiva*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Trabajo infantil en la cadena productiva.	26.1. Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones <i>in situ</i> y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil.	E2, E3, E5
	26.2. Promueve o apoya proyectos que ayuden a erradicar a la mano de obra infantil en la cadena productiva.	E1, E2, E3, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 49. Lima, Perú: Perú 2021.

**Trabajo forzado en la cadena productiva.** De acuerdo a la Tabla 46, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1, etapa que fue constatada por la moda. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E2 y E3 reportaron encontrarse en la Etapa 2 y 1 respectivamente; sin embargo, estas respondieron afirmativamente a las preguntas 27.1, 27.2 y 27.3 acerca de articular programas y actividades con la finalidad de erradicar el trabajo forzado, por ello, deberían ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice J). Finalmente, después de la evaluación, se confirma que el subindicador Trabajo Forzado en la Cadena Productiva se ubica en la Etapa 1.

Tabla 49

*Resultados del Subindicador Binario Trabajo Forzado en la Cadena Productiva*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Trabajo forzado en la cadena productiva.	27.1. Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación que compruebe la no existencia de mano de obra forzada.	E1, E2, E3
	27.2. Antes de comprar o contratar a un proveedor, tiene como procedimiento verificar si cumple con la legislación laboral vigente.	E2, E3, E5
	27.3. Capacita a la cadena productiva en las desventajas de tener mano de obra forzada.	E2, E3

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 50. Lima, Perú: Perú 2021.

Tabla 50

*Resultados del Subindicador Binario Apoyo al Desarrollo de Proveedores*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Apoyo al desarrollo de proveedores.	28.1. Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos (poblaciones indígenas, personas con discapacidad etc.).	E1, E3, E4
	28.2. Apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo y a los negocios inclusivos.	E1, E3, E4
	28.3. Tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando el pequeño proveedor (con remuneración justa y al día, calidad en la relación, programas de calificación y de traspaso de tecnologías, etc.).	E3, E4, E5
	28.4. Estimula la formación de redes o cooperativas de proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos estándares de suministro.	E2
	28.5. Tiene política de compras que privilegien a proveedores con certificación socioambiental como: SA8000, ISO 14000, FSC, FLO.	E2
	28.6. Tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendición de cuentas.	E2
	28.7. Incentiva y reconoce públicamente el buen desempeño de sus proveedores.	E1, E2, E4, E5
	28.8. Considera las opiniones recogidas de los proveedores para mejoras en sus procedimientos de compra.	E1, E2, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 51. Lima, Perú: Perú 2021.

**Apoyo al desarrollo de proveedores.** De acuerdo a la Tabla 46, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E1 indicó ubicarse en la Etapa 2, sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 50, esta empresa respondió negativamente a las preguntas 28.3, 28.4, 28.5 y 28.6 acerca de constituir una mejora del estándar gerencial de los proveedores, por ello, debería ubicarse en la Etapa 1 (ver Apéndice J). Finalmente, después de la evaluación, se confirma que el subindicador Apoyo al Desarrollo de Proveedores se ubica en la Etapa 1.



#### 4.3.6. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Consumidores y clientes

El título responde a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial sobre los consumidores y clientes de la región Piura en el año 2015?

Según el Instituto ETHOS (2010), el quinto indicador está compuesto del subindicador Dimensión Social del Consumo, referido a la influencia de la política de comunicación comercial en la creación de una imagen de credibilidad y confianza, el compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor y el conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios.

Tabla 51

*Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Consumidores y Clientes*

Subindicadores	Etapa Moda Reportada	Etapa Moda Evaluada
Política de comunicación comercial.	3	1
Excelencia de la atención.	1	1
Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de productos y servicios.	1	1
Etapa Moda	2	1

1. Evaluación de la Etapa: Para este indicador, inicialmente las empresas reportaron encontrarse en la Etapa 2; sin embargo, después de analizar y validar las preguntas binarias, se encontró que realmente se ubicaban en la Etapa 1 (ver Tabla 51). En la Figura 25 se ilustra la etapa moda reportada y la nueva etapa moda evaluada.
2. Evaluación del desempeño: De las respuestas a las preguntas binarias, se obtuvo que el desempeño general de las empresas evaluadas es de 1.37, lo cual indica que aún falta implementar acciones para el total cumplimiento del indicador. El subindicador que obtuvo mayor puntaje fue Excelencia de la atención con 1.57 y quien obtuvo un

menor puntaje fue Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios con 1.15 (ver Tabla 52).

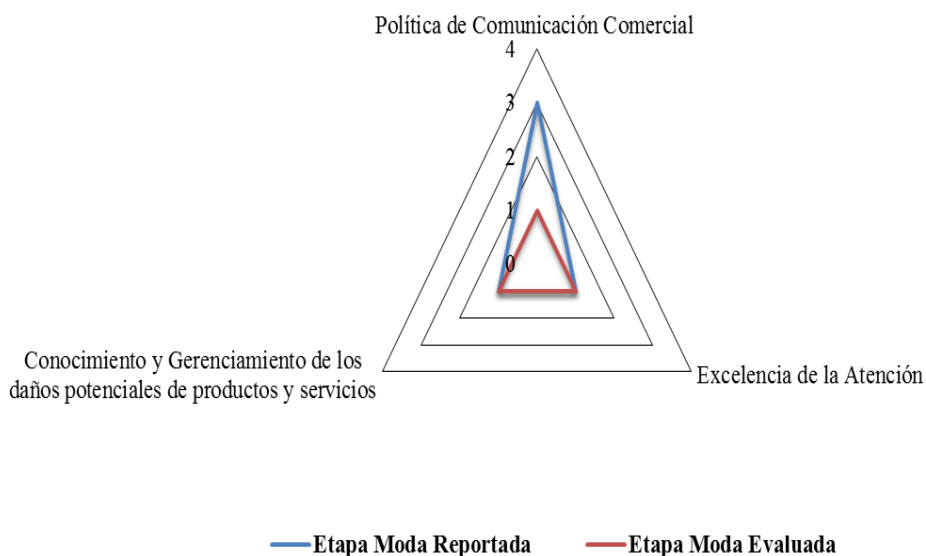


Figura 25. Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador Consumidores y Clientes.

- Evaluación de los subindicadores: En la Tabla 53 se detalla el análisis de cada subindicador para cada una de las cinco empresas, donde se presentan los datos brindados inicialmente por los directivos, a quienes se les denominó datos reportados y la validación de los mismos, a los que se les denominó datos evaluados.

Tabla 52

*Evaluación del Desempeño del Indicador Consumidores y Clientes*

Consumidores y Clientes	Promedio
Política de Comunicación Comercial	1.38
Excelencia de la atención	1.57
Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	1.15
Promedio General	1.37

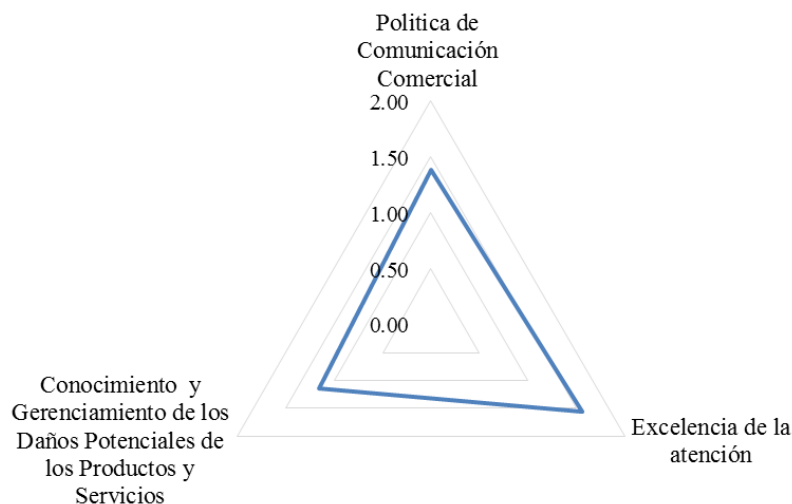


Figura 26. Gráfico del desempeño del indicador Consumidores y Clientes.

Tabla 53

*Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Consumidores*

Subindicadores	Reportados						Evaluados							
	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda
Política de comunicación comercial.	3	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	1.4	1
Excelencia de la atención.	1	4	1	2	2	2	1	1	4	1	2	2	2	1
Conocimiento y gerenciamiento de los daños Potenciales de productos y servicios.	1	4	1	1	2	1.8	1	1	1	1	1	1	1	1

**Política de comunicación comercial.** De acuerdo a la Tabla 53, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 2, donde la moda constató dicha etapa, debido a que tres de las cinco se ubican en 1 Etapa 2. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E1 indicó estar en la Etapa 3; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 54, esta respondió negativamente a la pregunta 29.1 acerca de la política de comunicación comercial, por ello, debería ubicarse en la Etapa 1.

Tabla 54

*Resultados del Subindicador Binario Política de Comunicación Comercial*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Política de comunicación comercial.	29.1. La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	E2, E3, E4
	29.2. Actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos.	E1, E2, E3, E4
	29.3. Informa al cliente/consumidor cuando hubo alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio, etc.).	E1, E2, E3, E4, E5
	29.4. Tiene una política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, indígenas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o de falta a la moral.	E4
	29.5. Realiza un previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios.	E1, E5
	29.6. Tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infantil-juvenil sea responsable.	E1
	29.7. Interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infantil-juvenil.	E2
	29.8. Realiza un previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos.	E1, E5
	29.9. Ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamo de clientes, proveedores, de la competencia o del Gobierno.	
	29.10. Ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza publicitaria vetada y/o recogida por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada.	

*Nota.* Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010, p. 54. Lima, Perú: Perú 2021.

La empresa E4 también indicó ubicarse en la Etapa 3, sin embargo, debido a que respondió negativamente a las preguntas 29.6 y 29.7 que hablan sobre la comunicación volcada al público infanto juvenil, por tanto, esta debería encontrarse en la Etapa 2 (ver

Apéndice K). Finalmente, después de la evaluación, se determinó que el subindicador Política de Comunicación Comercial se encuentra en la Etapa 1.

Tabla 55

*Resultados del Subindicador Binario Excelencia en la Atención*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Excelencia de la atención.	30.1. La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores están en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	E3, E4, E5
	30.2. Ofrece el Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializado para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios.	E2, E3, E4, E5
	30.3. Promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor.	E2, E3, E4
	30.4. Entrena e incentiva a su personal de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas.	E2
	30.5. Evalúa el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y utiliza esta información en los procesos de toma de decisión de la empresa.	E2, E3, E5
	30.6. Al vender productos y servicios, utiliza solo argumentos verdaderos para el convencimiento del consumidor o cliente.	E1, E2, E4, E5
	30.7. Tiene una política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios.	E1, E2, E3, E4
	30.8. Adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario.	E1, E2, E3, E4, E5
	30.9. Le informa al cliente sobre el propósito de recolección de información personal relevante antes de hacerlas.	E1, E2, E3, E5
	30.10. Provee informaciones de registro del cliente a terceros solo mediante su autorización.	E1, E2, E5
	30.11. Adopta una política que le permite al consumidor, cliente o usuario incluir, alterar y excluir datos del banco de informaciones de la empresa.	E2
	30.12. Han recibido algún premio por la calidad en el servicio al consumidor	E2

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 55. Lima, Perú: Perú 2021.

**Excelencia en la atención.** De acuerdo a la Tabla 53, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 2, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que tres de las empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente se validaron los resultados observados en dicha tabla con las respuestas de la Tabla 55 y dio como resultado las mismas etapas reportadas inicialmente para cada de las empresas (ver Apéndice K). Finalmente, después de la evaluación, se afirma que el subindicador Excelencia en la Atención se encuentra en la Etapa 1.

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

De acuerdo a la Tabla 53, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.8, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que a tres de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E2 indicó ubicarse en la Etapa 4 y la empresa E5, en la Etapa 2. Sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 56 estas respondieron negativamente a la pregunta 31.1 acerca de mantener un programa enfocado en salud y seguridad para el cliente, por ello, deberían ubicarse en la Etapa 1 (ver Apéndice K). Finalmente, después de la Tabla 56

#### *Resultados del Subindicador Binario Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños*

##### *Potenciales de Productos y Servicios*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.	31.1. Mantiene un programa especial enfocado en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios.	E2, E3, E4
	31.2. Posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis.	
	31.3. Ha sido, en los últimos tres años, demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente.	
	31.4. Ha tenido, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa.	
	31.5. Tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en su país o exportados.	E1, E2, E3
	31.6. Ya ha tenido productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado.	
	31.7. Cuenta con empaques o contratos que tengan las advertencias necesarias para el correcto uso y/o advertencias del producto o servicio que ofrece.	
	31.8. Considera los requerimientos de clientes con capacidades diferentes.	

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 57. Lima, Perú: Perú 2021. evaluación, se confirma que el subindicador Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños

Potenciales de Productos y Servicios se encuentra en la Etapa 1.

#### 4.3.7. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Comunidad

El título responde a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial sobre Comunidad de la Región Piura en el año 2015?

El indicador Comunidad, según el Instituto ETHOS (2010), está subdividido en: (a) relaciones con la comunidad local y (b) acción social. El primero se refiere a la consideración de las empresas sobre sus posibles impactos en la vida de la comunidad, así como a la relación con las organizaciones comunitarias, ONG y centros públicos existentes en su área de operaciones. La segunda hace referencia al financiamiento y forma de concretar su acción social.

1. Evaluación de la Etapa: Para este indicador, inicialmente las empresas reportaron encontrarse en la Etapa 2, sin embargo, después de analizar y validar con las preguntas binarias se confirmó dicho estadio (ver Tabla 57). En la Figura 27 se grafica la etapa moda reportada y la nueva etapa moda evaluada.

Tabla 57

*Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Comunidad*

Subindicadores	Etapa Moda Reportada	Etapa Moda Evaluada
Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.	2	2
Relaciones con organizaciones locales.	2	3
Financiamiento de la acción social.	2	2
Involucramiento con la acción social.	1	1
Etapa Moda	2	2

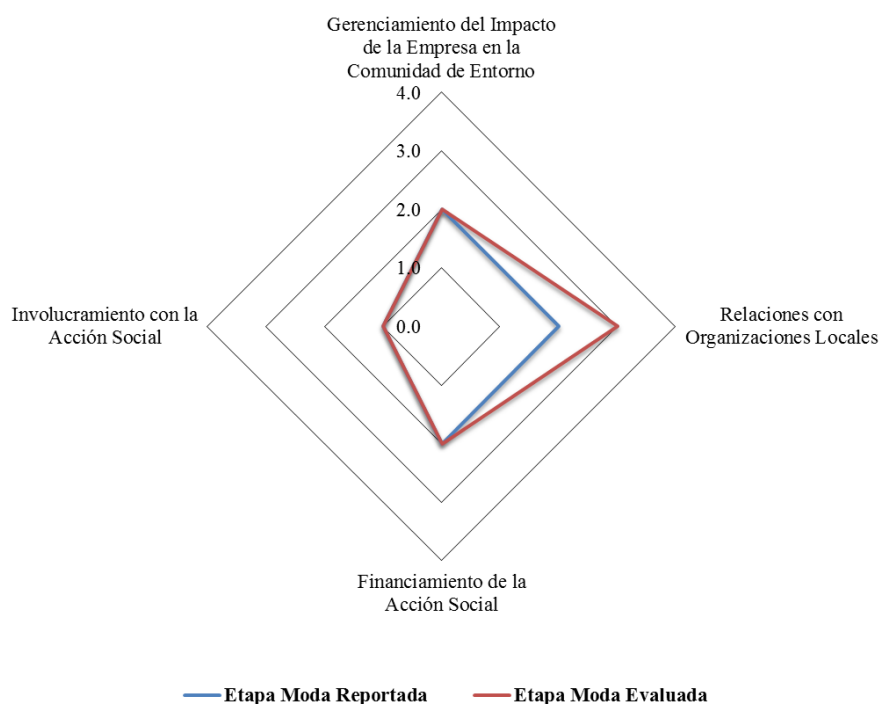


Figura 27. Gráfico de telaraña del consolidado de resultados del indicador comunidad.

2. Evaluación del desempeño: De las respuestas a las preguntas binarias se obtuvo que el desempeño general de las empresas evaluadas es de 1.5, lo cual indica que aún falta implementar acciones para el total cumplimiento del indicador. El subindicador que obtuvo mayor puntaje fue 1.75 y el de menor desempeño es el de financiamiento de la acción social con 1.27 (ver Tabla 58).

Tabla 58

*Evaluación del Desempeño del indicador Comunidad*

Comunidad	Puntaje
Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	1,65
Relaciones con Organizaciones Locales	1,75
Financiamiento de la Acción Social	1,27
Involucramiento con la Acción Social	1,33
Promedio General	1.5



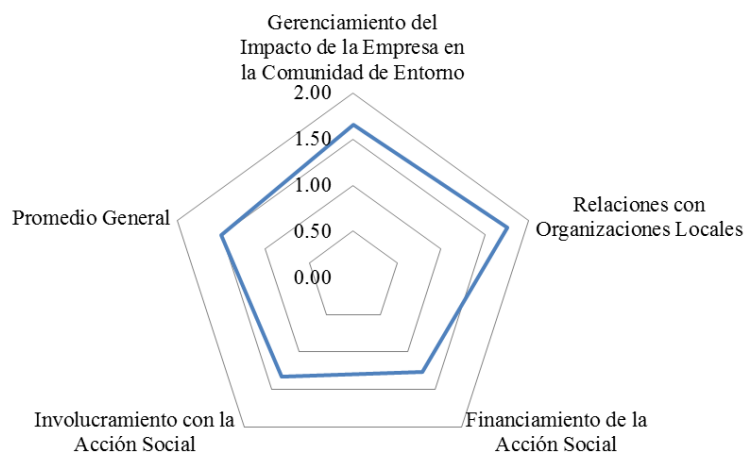


Figura 28. Gráfico del desempeño de la gestión del indicador Comunidad.

3. Evaluación de los subindicadores: En la tabla 59 se detalla el análisis de cada subindicador para cada una de las cinco empresas, donde se presentan los datos brindados inicialmente por los directivos, denominados reportados y la validación de dichos datos se les denominó datos evaluados.

Tabla 59

*Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Comunidad*

Subindicadores	Reportados					Evaluados								
	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda
Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	1	2	4	2.2	2
Relaciones con organizaciones locales.	1	2	1	2	2	1.6	2	3	2	3	2	4	2.8	3
Financiamiento de la acción social.	2	2	0	2	2	1.6	2	2	4	0	2	2	2	2
Involucramiento con la acción social.	2	1	1	2	1	1.4	1	1	1	1	1	1	1	1

***Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.*** Según la Tabla 59, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.8; sin embargo, la

moda lo ubicó en la Etapa 2, debido a que cuatro empresas cumplían con dicha etapa.

Posteriormente, se validaron los datos de dicha tabla, donde se observa que la empresa E5 indicó encontrarse en la Etapa 2; sin embargo, al evaluar las preguntas de la Tabla 60, esta empresa respondió de forma afirmativa a la pregunta 32.12, que indica poseer profesionales que se dedican a dialogar con las comunidades para prevenir conflictos; por ello, debía

Tabla 60

*Resultados del Subindicador Binario Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno*

Subindicador	Pregunta	Empresas que respondieron afirmativo
Gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.	32.1. Ha definido cuál es su comunidad de manera clara y específica.	E1, E2, E3, E4, E5
	32.2. Reconoce a la comunidad en que está presente como parte interesada e importante en sus procesos decisorios.	E1, E2, E3, E4, E5
	32.3. Adopta políticas de relación con la comunidad de su entorno contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de valores.	E1, E2, E4, E5
	32.4. Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones.	E1, E2, E5
	32.5. Contribuye con el gobierno local en la mejora de la infraestructura local con que cuenta la comunidad (viviendas, carreteras, puentes, escuelas, hospitales, etc.).	E2, E3, E5
	32.6. Tiene un programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida practicable, el mayor número de personas del entorno, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de calificación de la comunidad, en cooperación con sindicatos u otras asociaciones de colaboradores, ONG, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes.	E1, E5
	32.7. Tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente.	E5
	32.8. Concientiza y entrena a sus empleados para respetar los valores, cultura, y tradiciones de la comunidad donde actúa.	E1, E2, E3, E4
	32.9. Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno.	E1, E2, E4, E5
	32.10. En caso de que actúe en regiones que limitan con comunidades y reservas indígenas, adopta políticas, procedimientos y normas formales para valorar y preservar el patrimonio cultural, humano y tradiciones de las poblaciones indígenas.	E4
	32.11. Toma medidas correctivas en respuesta a reclamos sobre el impacto de sus actividades en la comunidad.	E1, E2, E4, E5
	32.12. Tiene profesionales que se dediquen específicamente a dialogar con la o las comunidades del entorno para detectar sus inquietudes o necesidades previniendo un posible conflicto.	E1, E2, E4, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 60. Lima, Perú: Perú 2021.

ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice L). Después de esta evaluación se define que el subindicador Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad del Entorno se halla en la Etapa 2.

**Relaciones con organizaciones locales.** De acuerdo a la Tabla 59, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 2, debido a que tres de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E5 indicó ubicarse en la Etapa 2, sin embargo, en la Tabla 61 esta respondió positivamente a las preguntas 33.1 ,33.2 y 33.4 donde se manifiesta que la empresa busca asociarse con otras empresas, sean públicas o privadas para realizar proyectos conjuntos y de interés público por tanto esta debe ubicarse en la Etapa 4. Por otro lado, las empresas E1 y E3 indicaron encontrarse en la Etapa 1 pero respondieron de forma afirmativa las preguntas 33.1, 33.2 y 33.3, donde se manifiesta que la empresa solo participa en la implantación de proyectos con entidades locales o comunales, entonces dichas empresas deberían estar en la Etapa 3 (ver Apéndice L). Finalmente, después de la evaluación la etapa donde se encuentra el subindicador Relaciones con Organizaciones Locales es la Etapa 3.

**Financiamiento de la acción social.** De acuerdo a la Tabla 59, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6; sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 2, debido a que cuatro de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E2 indicó ubicarse en la Etapa 2 , sin embargo al revisar la Tabla 62 esta respondió de positivamente a la pregunta 34.4, donde indica que planea la acción social para asegurar su sostenibilidad, por tanto debe ubicarse en la Etapa 4 (ver Apéndice L). Finalmente este análisis permite afirmar que el subindicador Financiamiento de la Acción Social se halla en la Etapa 2.

Tabla 61

*Resultados del Subindicador Binario Relaciones con Organizaciones Locales*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Relaciones con organizaciones locales.	33.1. Hace un estudio base de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad y realiza seguimiento del mismo.	E1, E2, E3, E4, E5
	33.2. Realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educacionales y/o de interés público	E1, E2, E3, E4, E5
	33.3. La empresa utiliza a los estos organismos locales para tener información de los principales problemas de/con la comunidad.	E1, E3, E5
	33.4. La empresa busca asociarse con otras empresas para mantener comunicación y hacer proyectos conjuntos a través de estos organismos locales.	E2, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 61. Lima, Perú: Perú 2021.

Tabla 62

*Resultados del Subindicador Binario Financiamiento de la Acción Social*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Financiamiento de la acción social.	34.1. Incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planificación estratégica.	E1, E2, E4, E5
	34.2. Posee mecanismos para estimular a proveedores, accionistas y otros grupos de interés a hacer donaciones financieras.	E2
	34.3. Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social.	E1, E2
	34.4. Planea su acción social con vistas a maximizar su impacto a largo plazo y de asegurar la sostenibilidad.	E1, E2, E5
	34.5. Optimiza el impacto de su acción social impulsando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos.	E2, E5
	34.6. Tiene procedimientos de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño.	E1, E2

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 62. Lima, Perú: Perú 2021.

***Involucramiento con la acción social.*** De acuerdo a Tabla 59, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.4, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa

1, debido a que las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1 y E4 indicaron ubicarse en la Etapa 2; sin embargo, al analizar las preguntas de la Tabla 63, estas respondieron de forma negativa a la pregunta 35.4 que trata sobre el ceder horas pagadas para el trabajo voluntario de empleados, entonces estas deben ubicarse en la Etapa 1 (ver Apéndice L). Finalmente, después de la evaluación, se determina que el subindicador Involucramiento con la Acción Social se encuentra en la Etapa 1.

Tabla 63

*Resultados del Subindicador Binario Involucramiento con la Acción Social*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Involucramiento con la acción social.	35.1. Utiliza los incentivos fiscales para deducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios.	E1
	35.2. Participa en espacios de diálogo locales (grupos locales, mesas de diálogo, etc.).	E3, E5
	35.3. Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados.	E2, E5
	35.4. Autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario de los empleados.	
	35.5. Capacita, informa o incentiva a sus proveedores sobre los beneficios de realizar acción social.	E2, E5
	35.6. Involucra a otros grupos de interés en actividades de acción social que realiza la empresa.	E1, E2, E4, E5
	35.7. Posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar sobre el área temática en que actúa.	E4
	35.8. Conoce las iniciativas de trabajo voluntario de su personal.	E2, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 63. Lima, Perú: Perú 2021.

#### **4.3.8. Diagnóstico del estado de la gestión respecto a Gobierno y sociedad**

El título responde a la pregunta de investigación: ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura, sobre el gobierno y la sociedad, en el año 2015?

De acuerdo con el Instituto ETHOS (2010), el indicador Gobierno y Sociedad consta de dos subindicadores: (a) Transparencia política y (b) liderazgo social. El primero se refiere a la financiación de las empresas a partidos políticos o candidatos a cargos públicos, el rol que cumplen estas en la construcción de la ciudadanía y por último su relación con autoridades, agentes y fiscales del poder público. El segundo gira en función de la capacidad de la empresa de ejercer su ciudadanía por medio de asociaciones y foros empresariales o su involucramiento en actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales.

1. Evaluación de la etapa: Para este indicador, inicialmente las empresas reportaron ubicarse en la Etapa 1; información que se corroboró al verificar las preguntas binarias, donde efectivamente se ubica en dicha Etapa 1 (ver Tabla 62). En la Figura 29, se presenta el gráfico resultante donde se muestra la coincidencia de la etapa moda reportada y la nueva etapa moda evaluada.

Tabla 64

*Consolidado de Resultados de la Evaluación del Indicador Gobierno y Sociedad*

Subindicadores	Etapa Moda Reportada	Etapa Moda Evaluada
Contribuciones para campañas políticas.	0	0
Construcción de la ciudadanía por las empresas.	1	1
Prácticas anticorrupción y anticoima.	1	1
Liderazgo e influencia social.	1	1
Participación en proyectos sociales gubernamentales.	2	2
Etapa Moda	1	1

2. Evaluación del desempeño: De las respuestas a las pregunta binarias, se obtuvo que el desempeño general de las empresas evaluadas es de 0,66, lo cual indica que aún falta implementar acciones para el cumplimiento del indicador. El subindicador que obtuvo mayor puntaje fue liderazgo e influencia social con un puntaje de 0.93 y de menor

calificación fue el subindicador contribución a campañas políticas con apenas 0.25 (ver Tabla 63).

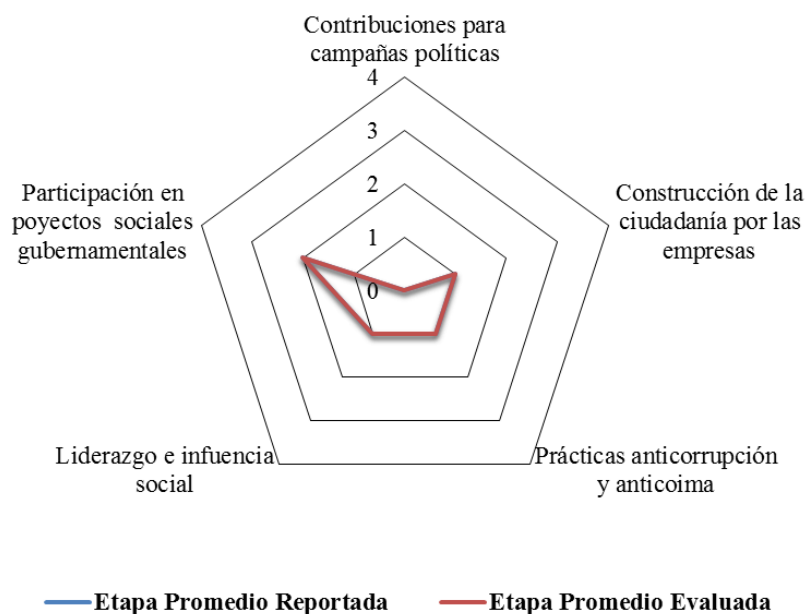


Figura 29. Gráfico telaraña del consolidado de resultados del indicador gobierno y sociedad.

- Evaluación de los subindicadores: En la Tabla 64 se detalla el análisis de cada subindicador para cada una de las cinco empresas, donde se presentan los datos brindados inicialmente por los directivos, a quienes se les denominó datos reportados y la validación de los mismos, a los que se les denominó datos evaluados.

Tabla 65

*Evaluación del Desempeño del indicador Gobierno y Sociedad*

Gobierno y Sociedad	Promedio
Contribución para Campañas Políticas	0,25
Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	0,80
Prácticas Anticorrupción y Anticoima	0,47
Liderazgo e Influencia Social	0,93
Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	0,87
<b>Promedio General</b>	<b>0,66</b>

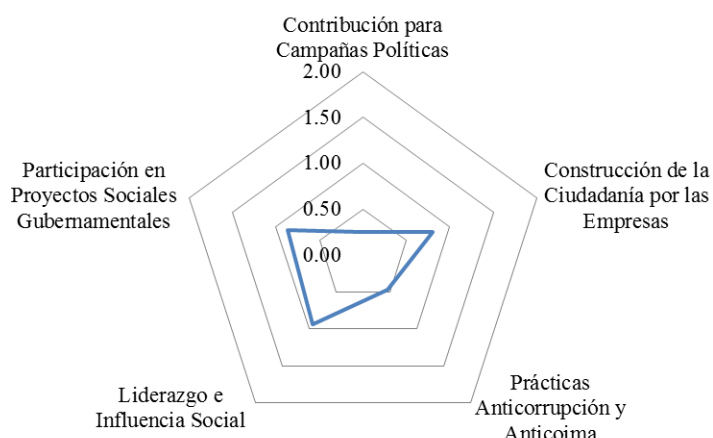


Figura 30. Gráfico del desempeño del indicador Gobierno y Sociedad.

Tabla 66

*Resultados Reportados y Evaluados del Indicador de Profundidad Gobierno y Sociedad*

Subindicadores	Reportados						Evaluados							
	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda	E1	E2	E3	E4	E5	Etapa Promedio	Etapa Moda
Contribuciones para campañas políticas.	0	1	0	0	1	0.4	0	0	1	0	0	1	0.4	0
Construcción de la ciudadanía por las empresas.	0	1	0	1	1	0.6	1	0	1	0	1	2	0.8	1
Prácticas anticorrupción y anticoima.	1	0	0	1	1	0.6	1	1	0	0	1	1	0.6	1
Liderazgo e influencia social.	1	3	1	2	1	1.6	1	1	3	1	1	1	1.4	1
Participación en proyectos sociales gubernamentales.	2	1	0	2	2	1.4	2	2	1	0	1	2	1.2	2

**Contribuciones para campañas políticas.** De acuerdo a la Tabla 64, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 0.4, sin embargo, la moda no la ubico en ninguna etapa, debido a que tres empresas indicaron nunca haber tratado este asunto antes. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1, E3 y E4 indicaron no encontrarse en ninguna etapa, y además en la Tabla 65 las preguntas



36.1, 36.2 , 36.3 y 36.4 no las respondieron ni afirmativamente, ni negativamente (ver Apéndice M). Finalmente, después de la evaluación, se confirma que el subindicador Contribuciones para Campañas Políticas no se ubica en ninguna de las etapas.

Tabla 67

*Resultados del Subindicador Binario Contribuciones para Campañas Políticas*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Contribución para Campañas Políticas	36.1 En los últimos cinco años, la empresa y sus directivos fueron mencionados negativamente en la prensa por contribuir financieramente a campañas políticas	
	36.2 La empresa tiene normas explícitas de no utilización del poder económico para influenciar en las contribuciones que pudieran hacer otras empresas, proveedores, distribuidores y otros aliados	
	36.3 Difunde una postura reconocida por el personal en cuanto a la prohibición de privilegios hacia funcionarios públicos	
	36.4 Realiza auditorias sobre sus prácticas y procedimientos de control y sanción	E2

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 66. Lima, Perú: Perú 2021.

**Construcción de la ciudadanía por las empresas.** De acuerdo a la Tabla 64, al principio el subindicador reportó un puntaje promedio de 0.6, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que tres de las cinco empresas cumplían con dicha etapa.

Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que la empresa E5 indicó ubicarse en la Etapa 1, pero, al analizar las preguntas de la Tabla 66 respondió positivamente a la pregunta 37.1, donde se menciona el estímulo de actividades sobre temas políticos como la evaluación y control de los candidatos electos, por tanto dicha empresa debió ubicarse en la Etapa 2 (ver Apéndice M). Finalmente, después de la evaluación el subindicador Construcción de la Ciudadanía se halla en la Etapa 1.

**Prácticas anticorrupción y anticoima.** De acuerdo a la Tabla 64, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 0.6, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que tres de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla que las empresas E1, E4 y E5 indicaron

encontrarse en la Etapa 1, y que de acuerdo a la Tabla 67 respondieron negativamente a la pregunta 38.2 que trata sobre las medidas disciplinarias a colaboradores y empleados involucrados en favorecimientos a agentes del sector público, la cual confirma la etapa reportada (ver Apéndice M). Finalmente, después de la evaluación, el subindicador Práctica Anticorrupción y Anticoima se encuentra en la Etapa 1.

Tabla 68

*Resultados del Subindicador Binario Construcción de la Ciudadanía por las Empresas*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativamente
	37.1. Estimula a sus empleados para que ejerzan evaluación y control de la actuación de los candidatos electos.	E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 67. Lima, Perú: Perú 2021.

Tabla 69

*Resultados del Subindicador Binario Práctica Anticorrupción y Anticoima*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Prácticas anticorrupción y anticoima.	38.1. Ha sido mencionada en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado de algún incidente que involucre el ofrecimiento de sobornos o la práctica de corrupción de agentes públicos.	Ninguna
	38.2. Prevé medidas que castiguen a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del sector público.	Ninguna
	38.3. Posee una política explícita de no apoyo y no participación en procesos en los que se presume que se manipulan los edictos de licitación (públicos o privados).	Ninguna

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 68. Lima, Perú: Perú 2021.

**Liderazgo e influencia social.** De acuerdo a la Tabla 64, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.6; sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 1, debido a que todas las empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observando en dicha tabla, que la empresa E4 indicó ubicarse en la Etapa 2; sin embargo en las preguntas de la Tabla 68 respondió negativamente a la pregunta 39,1 que habla sobre el patrocinio de campañas de medios relacionados a cuestiones de interés público, por ello, debe

ubicarse en la Etapa 1 (ver Apéndice M). Finalmente, según la evaluación el subindicador Liderazgo e Influencia Social se ubica en la Etapa 1.

Tabla 70

*Resultados del Subindicador Binario Liderazgo e Influencia Social*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Liderazgo e influencia social.	39.1. Patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público.	E3
	39.2. Interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para mejorar la calificación de la mano de obra del sector en que actúa.	E2, E5
	39.3. Estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica.	E1, E2

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 68. Lima, Perú: Perú 2021.

**Participación en proyectos sociales gubernamentales.** De acuerdo a la Tabla 64, inicialmente el subindicador reportó un puntaje promedio de 1.4, sin embargo, la moda lo ubicó en la Etapa 2, debido a que tres de las cinco empresas cumplían con dicha etapa. Posteriormente, se validaron los resultados observándose en dicha tabla, que la empresa E4 indicó ubicarse en la Etapa 2, sin embargo al analizar las preguntas de la Tabla 69 esta

Tabla 71

*Resultados del Subindicador Binario Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales*

Subindicador	Preguntas	Empresas que respondieron afirmativo
Participación en proyectos sociales gubernamentales	40.1. Adopta o desarrolla una alianza con organismos públicos o de la sociedad civil con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria, etc.	E1
	40.2. Patrocina un programa público o privado de beca escolar.	
	40.3. Articula y coordina alianzas con el gobierno en los programas en los cuales participa.	E1, E5

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010, p. 69. Lima, Perú: Perú 2021.

respondió de negativamente la pregunta 40.1 donde se manifiesta sobre contribución con organismos en proyectos públicos, por consiguiente esta empresa debe ubicarse en la Etapa 1 (ver Apéndice M). Finalmente, después de la evaluación, el subindicador Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales se encuentra en la Etapa 2.



## Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones

El objetivo de la presente investigación fue diagnosticar el estado de la gestión con enfoque en RSE en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015, con el cuestionario Indicadores ETHOS - Perú 2021, cuyo diseño abarca siete 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.

La presente investigación se desarrolló siguiendo un enfoque cuantitativo, debido a que se recolectaron datos a través del cuestionario ETHOS Perú 2021, para obtener una percepción de cada participante acerca del estado de la gestión en RSE de su empresa. De alcance descriptivo, debido que detalla rasgos y características importantes de la información obtenida; de tipo no experimental, puesto que no se construyeron situaciones, sino que se recolectaron datos existentes; y con diseño transeccional, ya que la información fue obtenida en un momento dado. Por último, no se estableció hipótesis ya que el objetivo fue conocer el estado de la gestión enfocada en RSE de cinco empresas del sector agroindustrial de la región Piura en el año 2015. La muestra se delimitó a empresas con una facturación anual en ventas igual o mayor a S/. 10 diez millones, y con 10 a más colaboradores, en el año 2015.

### 5.1. Conclusiones

La tesis ha buscado responder las preguntas de investigación utilizadas para diagnosticar al sector agroindustrial desde la percepción de los participantes encuestados. De la pregunta general se concluye lo siguiente:

1. Los resultados de los indicadores de profundidad y desempeño, indican que las empresas evaluadas se encuentran iniciando acciones en su gestión con enfoque en RSE, ubicándose en un nivel reactivo a las exigencias legales y donde mantienen una postura defensiva sobre los temas. Es decir, estas empresas aún se encuentran en

proceso de implementación de la gestión enfocada en RSE. Prueba de ello es que sólo una de las cinco empresas evaluadas cuenta con un área de RSE.

2. Se revisó la información de las cinco empresas en estudio donde se encontró que sólo tres de éstas cuentan con portal web; y de éstas sólo dos difunden políticas de gestión orientadas a la RSE hacia su grupo de interés externo.
3. Dos de las cinco empresas informan gestiones, acciones y programas sociales que realizan a favor de comunidades campesinas y rurales. De esta información, se deduce que las empresas en su gestión enfocada a la RSE, sólo asocian proyectos y programas comunitarios; y no consideran que existen otros grupos de interés como el público interno, clientes, gobierno, proveedores, entre otros.

A continuación se presentan las conclusiones que responden a las siete preguntas específicas:

1. De los Indicadores de Profundidad, se concluye que el subindicador mejor gestionado dentro del indicador Valores, Transparencia y Gobierno corporativo fue el de arraigo en la Cultura Organizativa, en el cual las empresas se ubicaron en la Etapa 4 según el Instituto ETHOS-2010 (ver Apéndice G). Las cinco empresas cuentan con una misión y visión, donde cuatro de ellas señalaron que los ejecutivos y empleados participan en la evaluación y supervisión de los principios, además difunden sus principios éticos a sus proveedores, contratistas y/o distribuidores, aplicando sanciones claras en el caso de faltas éticas.

El subindicador con menor gestión fue el de Relaciones con la Competencia, en el cual las empresas se ubicaron en la Etapa 1 según el Instituto ETHOS- 2010 (ver Apéndice G). Las empresas no cuentan con políticas sobre piratería y contrabando; a pesar de tener escritas políticas de competencia leal, estas no las desarrollan ni las exponen, ni participan en asociaciones gremiales en temas de competencia leal.

En conclusión, la gestión de las cinco empresas investigadas en este indicador se encontró en la Etapa 2 (ver Apéndice G), debido a que si bien las empresas tienen políticas sobre valores, transparencia y gobierno corporativo, estas no son difundidas adecuadamente entre sus grupos de interés, ni tampoco cuentan con reportes de sostenibilidad. Es preciso recordar que la ética y los valores trabajan de la mano con la RSE. Al respecto, Cueva (2011) mencionó que la ética introducida en la organización es utilizada como un medio para la creación del valor. Y es que la RSE crea una serie de instrumentos que pretenden incrementar la *performance* de la empresa; y estos instrumentos, al igual que la ética de los negocios, el desarrollo sostenible y la RSE, son una construcción social que constituye un todo único.

De los indicadores binarios, se concluye que el subindicador que obtuvo mayor desempeño en la implementación de acciones de RSE fue Compromisos Éticos con un puntaje de 1.79, que las empresas no orientan su código de conducta en relación con el gobierno y no contribuyen a formar un comité formal para cuestiones éticas. Por otro lado, el subindicador que obtuvo menor desempeño fue Relaciones con la Competencia con un puntaje de 1.42, debido a que las empresas no implementan acciones en temas sobre competencia desleal, como la piratería y el contrabando.

2. De los indicadores de profundidad, se concluye que el subindicador mejor gestionado dentro del indicador Público Interno fue Relaciones con Trabajadores Tercerizados, al encontrarse en la Etapa 2 según el Instituto ETHOS – 2010 (ver Apéndice H). Las empresas solicitan a sus subcontratistas que cumplan con la legislación laboral, ofreciendo además a su personal subcontratado los beneficios básicos de ley como transporte, alimentación, salud, entre otros.

El subindicador con menor gestión fue el de Valoración de la Diversidad, ya que las empresas no se ubicaron en ninguna de las etapas; esto porque sus políticas no

contemplan explícitamente temas de valorización de la diversidad y no discriminación. En procesos de selección, promoción, movilidad interna y despido, no cuentan con mecanismos y medios formales frente a denuncias por discriminación, y tampoco un área de seguimiento, análisis e indagación de los hechos para estos casos. Tampoco poseen programas para contratar a personas con discapacidad y no cumplen la legislación de plazas para ese público, no cuentan con políticas de contratación de personas con edad superior a 45 años, ni ofrecen oportunidades de trabajo para expresidarios.

En conclusión, el indicador Público Interno en las empresas investigadas se encuentra en la Etapa 1 (ver Apéndice H). Esto significa que las empresas no promueven prácticas de desarrollo para sus colaboradores y que apenas se aseguran de cumplir con las leyes laborales. Al respecto, Baltazar Caravedo, reconocido experto y promotor de la RSE en el Perú, mencionó que la situación de las organizaciones en nuestro país aún es preocupante porque apenas un 1% de las compañías desarrolla la responsabilidad social como una práctica de sostenibilidad y competitividad. Hoy en día todos los negocios deben tener en cuenta el cuidado ambiental, económico y social. Eso quiere decir que los trabajadores reciban un trato donde no haya discriminación de ningún tipo, que tengan la oportunidad de capacitarse para mejorar y que sientan tranquilidad al momento de realizar sus tareas diarias (Solo el 1% de las empresas en el Perú practica la responsabilidad social, 2014). Esto confirma la poca importancia que se brinda al público interno, que es parte relevante de una gestión enfocada en RSE. Si los colaboradores no se sienten contentos y cómodos en sus puestos de trabajo, definitivamente las organizaciones no marcharán de la mejor manera, ya que ellos son los pilares de las empresas. Y esto lo confirma Honhen (2007, p. 11): “Los empleados no solo son fuentes de ideas para mejorar los procesos



y el rendimiento de la producción, sino los portavoces de la empresa para la que están orgullosos de trabajar.”

De los indicadores binarios, el subindicador que obtuvo mayor desempeño en la implementación de acciones de RSE, fue Gestión Participativa con un puntaje de 1.6, donde se concluye que las empresas no promueven asociaciones de trabajadores sin interferencia de la empresa, ni políticas y mecanismos formales para oír y evaluar sugerencias. Por otro lado, el subindicador que obtuvo menor desempeño fue Relaciones con Sindicatos y otras Asociaciones de empleados con un puntaje de 1.13, donde se concluye que al grupo de empresas le falta proveer información a los sindicatos para que estos la utilicen en una discusión con la empresa.

3. De los indicadores de profundidad, se concluye que el subindicador mejor gestionado dentro del indicador Medio Ambiente fue Educación y Concientización Ambiental, en el cual las empresas se ubicaron en la Etapa 4 según Instituto ETHOS – 2010 (ver Apéndice I). La mayor parte de las empresas evaluadas realizan campañas internas y/o externas de reducción del consumo de agua y de energía, así como la educación para el consumo responsable.

El subindicador con menos gestión fue Sustentabilidad de la Economía Forestal, en el cual las empresas no se ubicaron en ninguna etapa. Las empresas indicaron que nunca habían tratado el tema.

En conclusión, la gestión de las empresas investigadas del indicador Medio Ambiente se encuentra en la Etapa 2 (ver Apéndice I), es decir que, si bien existe conciencia de gestión medio ambiental, no se mantienen normas específicas en dicho tema con los proveedores, que son parte de la cadena productiva.

De los indicadores binarios, el subindicador que obtuvo mayor desempeño en la implementación de acciones de RSE, fue Educación y Concientización Ambiental

con un puntaje de 1.73, donde se concluye que las empresas no tienen énfasis en desarrollar campañas internas/ externas de reducción de consumo de agua y energía así como campañas de educación para el consumo responsable. Por otro lado, el subindicador que obtuvo menor desempeño fue Relaciones con Sustentabilidad de la Economía Forestal con un puntaje de 0.57, donde se concluye que el grupo de empresas no cuenta con un plan de reforestación.

4. De los indicadores de profundidad, se concluye que el subindicador mejor gestionado dentro del indicador Proveedores, fue Trabajo Infantil en la Cadena Productiva, en el cual las empresas se ubicaron en la Etapa 4 según el Instituto ETHOS – 2010 (ver Apéndice J). Las empresas realizan verificaciones en su cadena productiva sobre la no existencia de mano de obra infantil, así como proyectos que ayuden a erradicarla.

El subindicador con menor gestión fue Apoyo al Desarrollo de Proveedores, que se encuentra en la Etapa 1 (ver Apéndice J). Las empresas evaluadas no estimulan la formación de redes o cooperativas de proveedores, ni mantienen políticas de compra privilegiada a proveedores con certificación socio ambiental, y por último no tienen mecanismos formales para transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios tales como trabajo infantil, trabajo forzado, protección medio ambiental, equidad de género, transparencia, participación y rendición de cuentas.

En conclusión, la gestión de las cinco empresas investigadas se encontró en la Etapa 2 (ver Apéndice J). Si las empresas encuestadas no introducen acciones con criterios de RSE para seleccionar a sus proveedores, entonces no existirá coherencia en sus prácticas y en las de sus socios comerciales, creando un entorno de contradicción.

De los indicadores binarios, el subindicador que obtuvo mayor desempeño en la implementación de acciones de RSE, fue Criterio de Selección y Evaluación de

Proveedores con un puntaje de 1.68, donde se concluye que las empresas no adoptan una política explícita o programa específico de RSE para la cadena de proveedores.

Por otro lado, el subindicador que obtuvo menor desempeño fue Trabajo Infantil en la Cadena Productiva con un puntaje de 1.13, donde se concluye que el grupo de empresas no implementa prácticas y proyectos para erradicar el uso de la mano de obra infantil en la cadena productiva.

5. De los indicadores de profundidad, se concluye que el subindicador mejor gestionado dentro del indicador Consumidores y Clientes fue el de Excelencia de Atención, en el cual las empresas se ubicaron en la Etapa 2. (ver Apéndice K). Las empresas evaluadas si evalúan el servicio de atención a consumidores/clientes y utilizan esta información en la toma de decisiones de la empresa; además, cuentan con políticas de no soborno para la obtención en la decisión de compra de productos. Asimismo, adoptan una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de la información privada del consumidor, e informa al mismo sobre el propósito de recolección de la información personal antes de elaborarlas.

El subindicador con menor gestión fue Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de Productos y Servicios, que se encuentra en la Etapa 1 (ver Apéndice K). Las empresas no mantienen un programa especial enfocado en salud y seguridad el consumidor, de sus productos o servicios.

En conclusión, la gestión de las cinco empresas investigadas se encontró en la Etapa 1 (ver Apéndice K). Las empresas indicaron contar con políticas de gestión comercial orientadas hacia los consumidores, como por ejemplo características de sus productos y forma de consumo, pero no con políticas enfocadas a la salud y seguridad en situaciones de crisis. Freeman (1984) mencionó que las empresas deben regular sus políticas para atender a un mayor número de grupos interesados de la organización y

no solo a los accionistas. Estos grupos de interés incluyen a los trabajadores, clientes, proveedores y organizaciones de la comunidad. Asimismo, un adecuado entendimiento y gestión de los grupos de interés con enfoque en RSE genera una mejor comprensión del entorno competitivo.

De los indicadores binarios, el subindicador que obtuvo mayor desempeño en la implementación de acciones de RSE, fue Excelencia de la Atención con un puntaje de 1.57, donde se concluye que las empresas no entrenan ni incentivan a su personal en atención al público. Por otro lado, el subindicador que obtuvo menor desempeño fue Conocimiento y Gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios con un puntaje de 1.15, donde se concluye que el grupo de empresas tienen una mayor deficiencia en su implementación, tales como elaborar un programa enfocado en la salud y seguridad del consumidor de sus productos y servicios.

6. De los subindicadores de profundidad, se concluye que el subindicador mejor gestionado dentro del indicador Comunidad fue Relaciones con Organizaciones Locales, en el cual las empresas se ubicaron en la Etapa 3 (ver Apéndice L). Y en la presente investigación, las empresas indicaron realizar estudios de las necesidades de las zonas donde operan antes de diseñar sus proyectos en la comunidad, además de realizar campañas educativas y/o de interés público con organizaciones locales.

El subindicador con menor gestión fue el de Involucramiento con la Acción Social, que se encuentra en la Etapa 1 (ver Apéndice L). Las empresas evaluadas se limitan a realizar filantropía de bienes y recursos financieros, prestan instalaciones, promueven el trabajo voluntario de sus colaboradores y/o desarrollan programas sociales propios, pero no utilizan el incentivo fiscal para beneficiar a las comunidades con patrocinios, además de que no involucran a sus empleados y proveedores en la acción social.

En conclusión, la gestión de las cinco empresas investigadas estuvo en la Etapa 2 (ver Apéndice L), por lo que necesitan fortalecer su compromiso con la comunidad, en especial la de su entorno, donde las decisiones sean tomadas de acuerdo al diálogo resultante. Sobre el tema, Strandberg (2010) refirió que cuando se habla de grupos de interés o partes interesadas, se asocia a aquellas personas o grupo de personas que son afectadas por las operaciones de la empresa, por tanto establecer compromisos con dichos grupos supone acciones y esfuerzos para entender e involucrar a estos grupos en las actividades y la toma de decisiones de una compañía. Por otro lado, González (1999) indicó que tener definida la comunidad local del entorno garantiza a las empresas el derecho de construir y operar, además en ocasiones brinda facilidades para lograrlo. A cambio, la comunidad se beneficia de los impuestos por la actividad empresarial y la contribución económica y social de la empresa.

De los subindicadores binarios, el subindicador que obtuvo mayor desempeño en la implementación de acciones de RSE, fue Relaciones con Organizaciones Locales con un puntaje de 1.75, donde se concluye que las empresas no se asocian con organismos locales para elaborar proyectos conjuntos. Por otro lado, el subindicador que obtuvo menor desempeño fue Financiamiento de la Acción Social con un puntaje de 1.27, donde se concluye que el grupo de empresas no elaboran mecanismos para estimular a proveedores, accionistas y otros grupos de interés a realizar donaciones financieras.

7. De los indicadores de profundidad, se concluye que el subindicador con mayor gestión dentro del indicador Gobierno y Sociedad fue el de Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales, en el cual las empresa se ubican en la Etapa 2 (ver

Apéndice M). Las empresas refieren tener alianzas con el gobierno, organismos públicos y la sociedad civil.

El subindicador con menor gestión fue Contribuciones para Campañas Políticas, el cual no se encontró en ninguna etapa, pues las empresas indicaron nunca haber tratado antes este tema y ello se corroboró en la falta de respuesta a las preguntas del cuestionario binario por parte de las empresas investigadas.

En conclusión, la gestión de las cinco empresas investigadas se encontró en la Etapa 1 (ver Apéndice M). Esto, debido a que por la situación política y la corrupción imperante en el país, las empresas evitan nexos de apoyo financiero a partidos políticos o candidatos porque ‘dañan’ su imagen. Al respecto, Argandoña & Morel (2009) indicaron que el mantener políticas explícitas en la empresa sobre la forma de hacer contribuciones a un partido político o un candidato deben realizarse con transparencia y pleno consentimiento de la dirección. Es importante saber en qué contexto se ejecutará la contribución, ya que por más que sea legítima, puede ser vista como un acto de corrupción, más aún si la empresa está en una negociación para obtener una licencia o contrato público, por ejemplo.

De los indicadores binarios, el subindicador que obtuvo mayor desempeño en la implementación de acciones de RSE, fue Liderazgo e Influencia Social con un puntaje de 0.93, donde se concluye que las empresas no incluyen en sus gestiones temas relacionados sobre políticas de patrocinio de campañas de medios exclusivamente relacionados a cuestiones de interés público, proyectos de desarrollo de investigación y tecnología. Por otro lado, el subindicador que obtuvo menor desempeño fue Contribución para Campañas Políticas con un puntaje de 0.25, donde se concluye que el grupo de empresas no tienen políticas implementadas sobre contribuciones a campañas políticas.

## **5.2. Contribuciones**

### **5.2.1. Contribuciones teóricas**

La presente investigación es una importante contribución sobre la evaluación del estado de la gestión con enfoque en RSE de las empresas del sector agroindustrial en la región Piura en el año 2015, pues según la revisión de la literatura no se tiene referencia de estudios previos en dicha jurisdicción, por ende, el estudio representa un punto de partida para futuras investigaciones que contribuyan a realizar estudios comparativos y determinen una tendencia en el desarrollo e implementación de la responsabilidad social empresarial.

### **5.2.2. Contribuciones prácticas**

Los resultados del presente estudio contribuyen a que empresas del sector agroindustrial de la región Piura definan futuras estrategias de desarrollo, mantenimiento y aplicación de prácticas socialmente responsables, por ejemplo obtener una certificación en RSE, SA 8000 que aborda normas de puestos de trabajo y que tienen un reconocimiento a nivel mundial, lo cual elevará los estándares solicitados por los mercados americanos y europeos; mercados a los cuales el Perú exporta y con los que actualmente tiene suscrito acuerdos comerciales (TLC's). Al respecto Gestión (del 21 de marzo de 2016), Departamento de Trabajo de Estados Unidos expresó su preocupación por el cumplimiento de los derechos laborales en el sector exportador peruano, que se beneficia del tratado de libre comercio.

El exitoso resultado de medir el estado de la gestión enfocada en RSE de las cinco empresas investigadas con un enfoque estadístico que nos ayude a obtener una data más exacta en una situación donde los resultados son dispersos, aplicándose la medida de tendencia central Moda.

Los resultados de la evaluación del desempeño contribuyen en identificar aquellas acciones orientadas a la RSE que deben de incorporarse en la gestión de la organización.

Éstas al implementarlas, demostrarán en el futuro el compromiso de la empresa con la responsabilidad social, lo que contribuirá en mejorar su imagen frente a sus grupos de interés.

Finalmente, este estudio se hace importante debido a que brindará información relevante acerca de la gestión enfocada en RSE a las empresas del sector agroindustrial que no fueron evaluadas, y esto las lleve a reflexionar acerca de cómo vienen manejando su gestión enfocada en RSE; considerando que el crecimiento agroindustrial de los últimos cinco años ha sido sostenible en la región Piura, siendo éste un tema clave para generar valor agregado y competitivo.

### **5.3. Recomendaciones**

#### ***Recomendaciones para futuras investigaciones.***

Se recomienda a CENTRUM Católica y otros investigadores continuar con estudios referidos a la gestión enfocada en RSE proponiendo a sus futuros MBA, en especial a los alumnos de la Región Piura, elaborar artículos académicos que contribuyan a consolidar el conocimiento del tema y así las empresas puedan diseñar e implementar estrategias adecuadas para una gestión sostenible.

Se recomienda que para futuras investigaciones se realice el cuestionario con dos requisitos indispensables: (a) los funcionarios a entrevistar deben ser de áreas de la empresa relacionadas con los indicadores del cuestionario (por ejemplo, del área de recursos humanos, responsabilidad social, ventas, servicios, etc.) y (b) realizar el cuestionario como mínimo a tres funcionarios de la misma empresa, ambos requisitos con la finalidad de obtener información más acertada y cercana a la realidad de la empresa.

Se recomienda realizar el mismo estudio acerca de la percepción de la gestión con enfoque en RSE, desde el punto de vista de proveedores, clientes y comunidades, que son externos a las empresas.



Se recomienda replicar la presente investigación a más empresas del sector en el país, de manera que pueda conocerse el estado situacional de la gestión con enfoque en RSE, y realizar un *benchmarking* entre las empresas.

Se recomienda realizar estudios comparativos de la gestión con enfoque en RSE del sector agroindustrial entre países latinoamericanos, a fin de introducir mejores prácticas que éstos hayan aplicado en situaciones similares a nuestro país.

### ***Recomendaciones para las empresas.***

Para los ejecutivos y accionistas se recomienda cambiar su visión estratégica hacia la gestión enfocada en RSE, teniendo en cuenta que muchos de los convenios de TLC se basan en exigencias de RSE.

Se recomienda a los ejecutivos de las empresas evaluadas, tomar conciencia sobre los beneficios de implementar una gestión enfocada en RSE, entendiendo el concepto y conociendo los estándares nacionales e internacionales que califican a una empresa como socialmente responsable.

Respecto a Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo, se recomienda a las empresas evaluadas implementar políticas sobre piratería y contrabando, con la finalidad de conseguir una imagen de empresa con principios y transparencia.

Respecto a Público Interno, se recomienda a las empresas evaluadas mejorar las relaciones con los empleados, proporcionando información suficiente y adecuada para negociar prestaciones comunes. Así también se recomienda realizar programas de jubilación complementarios que involucren a familiares, con la finalidad de proteger al colaborador cuando finalice su relación con la empresa.

Respecto a Medio Ambiente, se recomienda a las empresas establecer políticas de Sustentabilidad Forestal a sus proveedores, por ser consumidores indirectos.

Respecto a Proveedores, se recomienda a las empresas implementar políticas de compras privilegiadas a aquellos proveedores con certificación socio ambiental; además de implementar mecanismos capaces de transferir sus valores y principios a éstos.

Respecto a Consumidores y clientes, se recomienda a las empresas implementar procedimientos que sean capaces de reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía ante posibles reclamos de clientes.

Respecto a Comunidad, se recomienda a las empresas desarrollar estrategias de acción social, designando una persona o área específica que se encargue de ello, con la finalidad de mejorar la relación con su entorno.

Respecto a Gobierno y Sociedad, se recomienda a las empresas implementar políticas donde se especifique la no contribución con campañas políticas.

#### ***Recomendaciones para el Estado.***

Se recomienda que el Estado promueva a las empresas del sector agroindustrial implementar una gestión enfocada en la RSE, mediante leyes que conlleven a la elaboración de reportes de sostenibilidad, que implique a que éstas tengan un área específica para la implementación y monitoreo de la RSE.

Se recomienda al estado y Gobierno Regional, actualizar anualmente la población de empresas del sector agroindustrial de la región Piura, debido a que durante la investigación sólo se encontró una base de datos que corresponde al Catálogo Exportador de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Piura, que data del año 2012.

## Referencias

- AccountAbility. (2016). *Norma de principios de AccountAbility AA1000APS (2008)*. London, United Kingdom: Autor.
- Argandoña, A., & Morel, R. (2009). La lucha contra la corrupción: Una perspectiva empresarial. *Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo* (4a ed.). Pamplona, España: IESE Business School de la Universidad de Navarra.
- Ayala, D. A., & Villafán, K. B. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Revista de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México*, 59(4), 223-251. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39531859010>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York, NY: Harper.
- Cámara de Comercio de La Libertad [CCPLL]. (2014, 9 de abril). *Solo el 1% de las empresas en el Perú practica la responsabilidad social*. Recuperado de [http://www.camaratru.org.pe/web.pag/camaratru/web1.5/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2647:solo-el-1-de-las-empresas-en-el-peru-practica-la-responsabilidad-social&catid=9:noticias-camaratru&Itemid=59](http://www.camaratru.org.pe/web.pag/camaratru/web1.5/index.php?option=com_content&view=article&id=2647:solo-el-1-de-las-empresas-en-el-peru-practica-la-responsabilidad-social&catid=9:noticias-camaratru&Itemid=59)
- Cámara de Comercio de Piura. (2015). *Padrón del rubro agrícola*. Recuperado de <http://www.camcopiura.org.pe/>
- Camposol. (2015). *Quiénes somos*. Recuperado de <http://www.camposol.com.pe/quienes-somos/nosotros.html>
- Canessa, G., & García, E. (2005). *El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo*. Lima, Perú: Perú 2021.

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39-48.
- Cornejo, A. (2014, setiembre). Evolución de la RSE en el Perú. *Perú 2021: Veinte años que transformaron nuestro futuro*, 20(9), 52-54.
- Cuevas, R. (2011). Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: Una guía de lectura para su estudio. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Université du Québec*, 19(1), 7-26. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v19n1/v19n1a02>
- D'Alessio, F. (2012). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia* (2ª ed.). Lima, Perú: Pearson Educación del Perú.
- Desarrollo de la Responsabilidad Social [DERES]. (s. f.) *Manual de autoevaluación. Responsabilidad social empresarial*. Montevideo, Uruguay: Autor.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Piura [Dircetur Piura]. (2015). *Catálogo exportador de la región Piura*. Recuperado de <http://www.regionpiura.gob.pe/documentos/grde/catalogo1.pdf>
- Donaldson, J., & Fafaliou, I. (2003). Business ethics, corporate social responsibility and corporate governance: A review and summary critique. *European Research Studies*, VI, (1-2).
- Donaldson, J. (1989). *The ethics of international business*. New York, NY: Oxford University Press.
- Duarte, F. (2015, 25 de febrero). La responsabilidad social en el Perú. *Punto Edu*. Recuperado de <http://puntoedu.pucp.edu.pe/entrevistas/la-responsabilidad-social-en-el-peru/>

- Epstein, E. M. (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate responsibility and corporate social responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99-114. doi: 10.2307/41165254
- Franco, P. (2007). *Diagnóstico de la responsabilidad social en el Perú*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Frederick, W. (2008). *Corporate social responsibility: Deep roots, flourishing growth, promising future*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman Publishing Inc.
- Friedman, M. (1970, September 13). Social responsibility business La responsabilidad social de la empresa privada. *New York Times Magazine*, 239, 32-33
- García, E., & Schwalb, M. (2003). *Evolución del compromiso social de las empresas: Historia y enfoque*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Global Reporting Initiative [GRI]. (2016). *Acerca del GRI*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>
- Global Sullivan Principles. (2016). *Portal Web*. Recuperado de <http://www.thesullivanfoundation.org/The-Global-Sullivan-Principles.html>
- González, E. (1999). La empresa ante sus grupos de intereses: Una aproximación desde la literatura del análisis de los stakeholders. *Papeles de Ética, Economía y Dirección de la Universitat Jaume I de Castelló*, 4. Recuperado de <http://docplayer.es/13950728-La-empresa-ante-sus-grupos-de-intereses-una-aproximacion-desde-la-literatura-del-analisis-de-los-stakeholders-1.html>
- Grinnell, R., Williams, M., & Unrau, Y. (2009). *Research methods for BSW students (8a Ed.)*. Kalamazoo, MI: Pair Bond Publications.

Hernández, R.; Fernández, C.; & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación (4ª ed.)*. México D. F., México: McGraw-Hill.

Hohnen, P. (2007). *Corporate social responsibility: An implementation guide for business*. Winnipeg, Canada: International Institute for Sustainable Development (IISD).

Hopkins, M. (1998). *The planetary bargain: Corporate social responsibility comes of age*. London, United Kingdom: St. Martin's Press.

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2015). *Informe técnico N° 3, de marzo de 2015 sobre la producción nacional*. Lima, Perú: Autor. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/produccion-nacional/1/>

Instituto ETHOS. (2010). *Indicadores ETHOS - Perú 2021 de Responsabilidad Social Empresarial*. Lima, Perú: Perú 2021.

International Organization for Standardization [ISO]. (2016). *Portal web*. Recuperado de <http://www.iso.org/iso/home.html>

ISO 26000. *Guía sobre responsabilidad social*. International Organization for Standardization [ISO], 2016. Recuperado de [http://www.iso.org/iso/discovering\\_iso\\_26000-es.pdf](http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf)

Leonard, W. P. (1980). *Auditoría administrativa*. México D.F., México: Diana.

Lorenzo, B. (2014, 6 de julio). La RSE en el mundo. *Diario Responsable*. Recuperado de <http://diarioresponsable.com/opinion/17940--semana-del-3006-al-0607-informes-integrados-economia-ecologica-y-un-mundial-de-futbol-poco-responsable>

Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. México D.F., México: Prentice Hall.

Marquina, P. (2013). *Responsabilidad social: Tarea pendiente*. Lima, Perú: Pearson.

Marquina, P., Goñi, N., Rizo-Patrón, C., Castelo, L., Castro, R., Morice, J., Velasquez, I., & Villaseca, M. (2012). *Diagnóstico de la responsabilidad social en organizaciones peruanas. Una aproximación interinstitucional y multidisciplinaria*. Lima,

- CENTRUM Católica. Recuperado de [https://www.academia.edu/8952318/Diagn%C3%B3stico\\_de\\_la\\_Responsabilidad\\_Social\\_en\\_Organizaciones\\_Peruanas](https://www.academia.edu/8952318/Diagn%C3%B3stico_de_la_Responsabilidad_Social_en_Organizaciones_Peruanas)
- Méndez, J. F. (2011, setiembre). *Análisis de la responsabilidad social empresarial del Ingenio San Antonio en la contribución del desarrollo local sostenible del Municipio Chichigalpa, durante el periodo 2009-2010*. (Tesis de Maestría en Desarrollo Local Sostenible), Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, Universidad de El Salvador (UES), Universidad de Alcalá de Henares (UAH). Recuperado de <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/119683/2/Tesis%20Francis%202011.pdf>
- Mendoza, M. (2013, mayo). Responsabilidad social. *Revista Contribuciones a la Economía de la Universidad Autónoma de Tamaulipas-México*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2013/responsabilidad-social.html>
- Morgan Stanley Capital Investment [MSCI]. (2016). MSCI KLD 400 SOCIAL INDEX (USD). Recuperado de [https://www.msci.com/resources/factsheets/index\\_fact\\_sheet/msci-kld-400-social-index.pdf](https://www.msci.com/resources/factsheets/index_fact_sheet/msci-kld-400-social-index.pdf)
- Mozas, A., & Puentes, R. (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *Revesco, Revista de Estudios Cooperativos*, 103, 75-100.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico [OCDE]. (2016). *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales*. Recuperado de <https://www.oecd.org/corporate/mne/16975360.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2016). *¿Qué es la certificación SA8000?* Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s06.htm>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2016). *Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social – cuarta edición*. Recuperado de [http://www.ilo.org/empent/Publications/WCMS\\_124924/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/empent/Publications/WCMS_124924/lang--es/index.htm)

- Pacto Mundial. (2016). *Global compact. Visión general*. Recuperado de <http://www.pactomundial.org/global-compact/>
- Paico, J. (2014, 9 de julio). Piura es la región agroindustrial que más crece en el país y el mundo. *Revista de la Universidad de Piura (UDEP)*. Recuperado de <http://udep.edu.pe/hoy/2014/piura-es-la-region-agroindustrial-que-mas-crece-en-el-pais-y-el-mundo/>
- Pazos, A. (2010). Gestión de la responsabilidad social empresarial. *Revista Cultura*, 24, 1-20. Recuperado de [http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU\\_24\\_1\\_gestion-de-la-responsabilidad-social-empresarial.pdf](http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_24_1_gestion-de-la-responsabilidad-social-empresarial.pdf)
- Pedersen, E. R. (2006, junio). Making corporate social responsibility (CSR) operable: How companies translate stakeholder dialogue into practice. *Business and Society Review*, 111(2), pp. 137-163. doi: 10.1111/j.1467-8594.2006.00265.
- Perú 2021. (2010). *Indicadores ETHOS - Perú 2021 de responsabilidad social empresarial*. Recuperado de <http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/indicadores-ETHOScompleto/indicadores%20ETHOS%20actualizado%202014.pdf>
- Perú 2021: Estas son las 65 peruanas socialmente responsables. (2015, 8 de abril). *Diario El Comercio*. Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/peru-2021-estas-son-65-peruanas-socialmente-responsables-noticia-1802912>
- Perú 2021. (s.f.) *Indicadores ETHOS-PERU 2021 de RSE. Metodología de Aplicación. Autor.*
- Pintado, E. (2011, 16 de febrero). *La agroindustria*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/evelingracielita/la-agroindustria-6950538>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2013). Estrategia y sociedad: El vínculo entre la ventaja competitiva y responsabilidad social empresarial. En M. E. Porter (Ed.) *Ser competitivo Nuevas aportaciones y conclusiones* (6ª ed.) (pp. 551-578). Bilbao, España: Deusto.



- Quiroz, K. (s.f.). *Gestión de la empresa*. Recuperado de <http://es.calameo.com/books/0024289117e27b19cb525>
- Rahman, S. (2011, March). Evaluation of definitions: Ten dimensions of corporate social responsibility. *World Review of Business Research*, 1(1), 166-176.
- Rodríguez, J. (1985). *Sinopsis de auditoría administrativa*. México D.F., México: Trillas.
- Reynolds, M., & Yuthas, K. (2008). Moral discourse and corporate social responsibility reporting. *Journal of Business Ethics*, 78, 47-64.
- Rizo-Patrón, C. (2014, setiembre). ¿Cuál es la situación de la gestión de la responsabilidad social en el Perú? *Perú 2021: Veinte años que transformaron nuestro futuro*, 20(9), 55-59.
- Sarmiento del Valle, S. (2011, diciembre). La responsabilidad social empresarial: Gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Revista Dimensión Empresarial*, 9(2), 6-15. Recuperado de <http://repositorio.uac.edu.co/handle/11619/940>
- Sheldon, M. R. (2007). *Introducción a la estadística* (2ª ed). Barcelona, España: Reverté.
- Strandberg, L. (2010). *El compromiso con los grupos de interés*. En: Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, N° 10, p. 9. Pamplona, España: IESE Business School de la Universidad de Navarra.
- Strandberg, L. (2010). *La implementación de la rsc en la cadena de valor*. En: Cuadernos de la Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, N° 7, p. 7. Pamplona, España: IESE Business School de la Universidad de Navarra.
- The Caux Round Table. (2016). *History of the Caux Round Table*. Recuperado de <http://www.cauxroundtable.org/index.cfm?&menuid=28&parentid=2>
- UK Essays. (2016). *Marco teórico*. Recuperado de <http://www.ukessays.com/dissertation/examples/economics/marco-teorico.php>

- Véliz, C. (2011). *Estadística para la administración y los negocios*. México D.F., México: Pearson Educación.
- Volpentesta, J. R. (2011). *Gestión de la responsabilidad social empresaria* (2ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Osmar D. Buyatti.
- Woodward, C. (1999). Key opportunities and risks to New Zealand's export trade from green market signals. *Sustainable Management Fund Project 6117*. Auckland, New Zealand: Trade and Development Board. Recuperado de <http://www.worldcat.org/title/key-opportunities-and-risks-to-new-zealands-export-trade-from-green-market-signals-final-paper/oclc/154638252>



## Apéndice A: Carta de Presentación de CENTRUM Católica



Surco, martes, 10 de noviembre de 2015

Señores

Presente.-

Att :

De nuestra consideración:

Es grato dirigirle la presente y saludarle en nombre de **CENTRUM** Católica, Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela en la cual se imparte entre otros, el programa de Maestría en Administración Estratégica de Empresas en la modalidad Gerencial.

Un grupo de alumnos de éste programa viene desarrollando su tesis con el tema "**Estado de la Gestión con Enfoque de Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas del Sector Agroindustrial de Piura (aplicación de los Indicadores Ethos-Perú 2021)**". Para tal fin, mucho agradeceremos brindar el apoyo necesario a los alumnos que a continuación presentamos, los cuales son alumnos regulares de nuestra casa de estudios:

APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
Lourdes, Ángeles Liza	43080935
Emiko, Sánchez Huchiyama	44071323
Roberto, Chavarria Ramos	01284406

Aprovecho la oportunidad para reiterarle mis saludos y le agradezco anticipadamente por su colaboración con este grupo y nuestra escuela, haciendo hincapié en que estudios como éstos buscan hacer un aporte a nuestra sociedad.

Atentamente,

  
**PROFESOR DANIEL GUEVARA SANCHEZ**  
**Coordinador de Tesis**

TRIPLE CORONA



TRIPLE ISO



## Apéndice B: Hoja de Información

Mi Nombre ....., estudiante del Programa MBA Gerencial Piura XIV, de Centrum Graduate Business School Pontificia Universidad Católica del Perú, me presento ante usted para informar de su participación en la investigación titulada:

### **“Estado de la Gestión con enfoque de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del Sector Agroindustrial de la Región Piura”**

El objetivo de la investigación es realizar un diagnóstico situacional de la gestión empresarial con enfoque de responsabilidad social empresarial en empresas del sector agroindustrial de la región Piura.

Para la realización de la investigación deberá responder libre y voluntariamente a un cuestionario basado en los Indicadores ETHOS Perú 2021, dividido en siete ámbitos que son: (a) valores, transparencia y gobierno, (b) público interno, (c) medio ambiente, (d) proveedores, (e) consumidores y clientes, (f) comunidad, (g) gobierno y sociedad.

Por tal motivo, solicito su participación en la presente investigación y responder a la guía de preguntas con sinceridad. El tiempo estipulado para la entrega del cuestionario desarrollado es de 10 días calendario a partir de la entrega. Cabe resaltar que la información brindada es de carácter confidencial. Si además necesita alguna información adicional, puede comunicarse al teléfono: ..... o comunicarse vía correo electrónico a .....

Muy cordialmente,

Lourdes Beatriz Angeles Liza - 43080935

Sonia Emiko Sánchez Huchiyama – 44071323

Roberto Chevarría Ramos - 01284406

Su participación en esta investigación es libre y voluntaria, es decir, tiene el derecho de no participar si así lo desea. Si está dispuesto a participar, favor leer cuidadosamente el siguiente enunciado y firmar en el espacio correspondiente:

Entiendo el propósito de este proyecto de investigación titulado:

“Estado de la Gestión con enfoque de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del Sector Agroindustrial de la Región Piura”. 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”

---

Firma del Participante

---

Fecha

---

Firma del Estudiante

---

Fecha

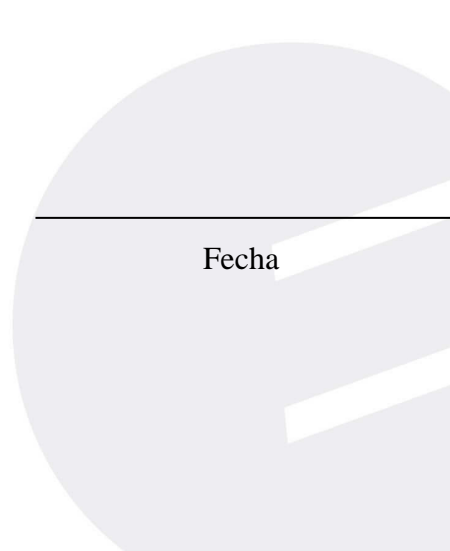
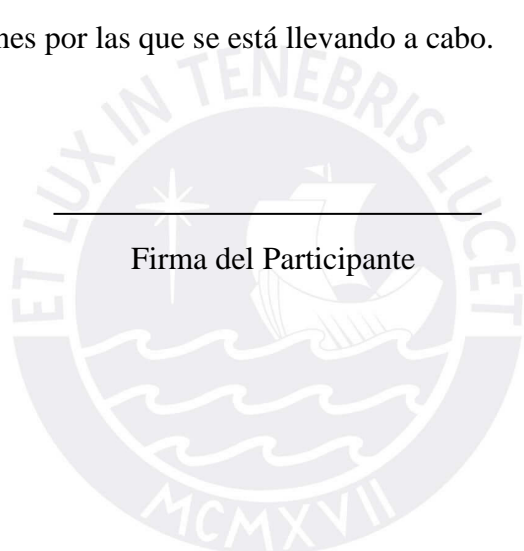


### Apéndice C: Consentimiento Informado

Yo, \_\_\_\_\_, certifico que he sido informado sobre el propósito, procedimientos, beneficios, y manejo de confidencialidad de la investigación titulada: “Estado de la Gestión con enfoque de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del Sector Agroindustrial de la Región Piura”.

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.



### Apéndice D: Padrón de Socios de la Cámara de Comercio y Producción de Piura

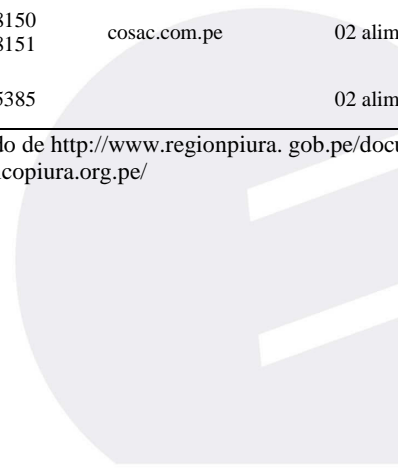
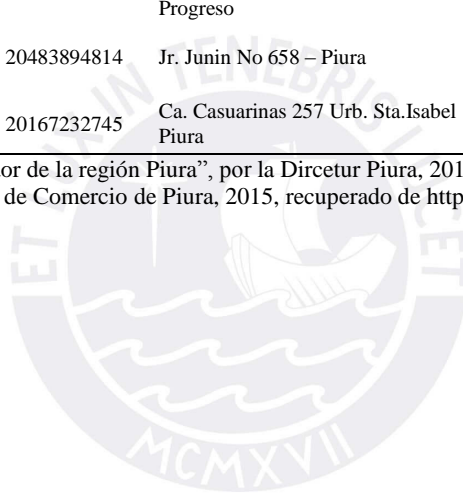
ORD	CAT	Razón Social	RUC	Dirección	TELÉFONO	WEB	Rubro	Giro negocio
1.	D	Agrícola Arantxa S.A.	20525717748	Calle Las Dalias Mz.K Lt.02 Urb. Miraflores Castilla Piura	344813		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Uva red globe
2.	D	Agrícola Borrero E.I.R.L.	20526124031	Av. Tacna Nro. 277 Castilla Piura	341606 342380		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Cultivo de frutas
3.	A1	Agrícola Del Chira S.A.	20525413447	Av.Los Tallanes Mza.E Lt.3 Urb.San Eduardo Piura Piura Piura	285150 155900		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola
4.	B	Agrícola El Abo E.I.R.L	20529917652	Jr. Los Rosalesmza. Q Lote. 03 Int. 401 Urb. Miraflores Piura - Piura – Castilla	969612818		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Uva
5.	C	Agrícola Tungasuca S.A.C.	20525831362	Mz "O" Lote 10 Calle Las Amapolas Urb. Miraflores-Castilla-Piura	340186		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Productor y exportador de mangos frescos
6.	B	Agrilap S.A	20357146004	Calle Los Tallanes No 169 Int.14-El Chipe-Piura	303762		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Cultivo de uva
7.	E	Agro Exportaciones AE S.A.C.	20525785824	Mza. A Lte. 2 Urb. San Eduardo (Camara De Comercio Piura)	+73-631.531	www.agroexportaciones.pe	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Exportación de frutas y hortalizas
8.	D	Agroexportadora Marfrut S.A.C.	20526408811	Mz G Lt 26 Ca Margaritas Urb Sta Maria Del Pinar Piura	300405		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Produccion de frutas frescas
9.	B	Agroindustria El Overal Sac	20483936673	Av. Jose Galvez No 306 - Negritos Talara Piura	393112		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Prod.mango orgánico, uva exp. proces.prod.agroi
10.	D	Ana Banana S.A.C.	20529866560	Av. Los Cocos 259-Urb. Club Grau – Piura	310059		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Banano orgánico
11.	C	Asociación De Bananeros Orgánicos Solidarios Salitral	20484149748	Calle Tacna Cdra. N.06 S/N Salitral-Sullana –Piura	671441	www.bos-salitral.com.pe	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Exportación de banano orgánico
12.	D	Asociación De Productores De Mango Del Valle Del Alto Piura-Apromalpi	20357021058	Jr. Lambayeque N 298 – Chulucanas	379541	www.apromalpi.org.pe	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Exportación de mango y otros
13.	D	Caes Piura	20525955843	Arequipa Nro. 1120 Piura	323594	www.caespiura.org	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Productos orgánicos: café, panela, cacao
14.	D	Complejo Agroindustrial Beta S.A. Consorcio	20297939131	Caserio Nomala Mz A 00 Lte S/N – Chulucanas	056-581150-3801	www.caibeta.com.pe	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola
15.	D	Agroexportador Del Peru S.A.C	20525418244	Calle Libertad 203 2do Piso Piura	306785	www.agroindustrias.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Exportación de fruta fresca
16.	C	Cooperativa Agraria Del Bajo Biavo Ltda	20542264544	Av.Fernando Belaunde Terry S/N San Martin Bellavista Bajo Biavo	042-545319		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola café pergamino
17.	C	Cooperativa Agraria Norandino Ltda.	20525416543	Mz X Ltes 3y4 Z.I. li Etapa Piura (Xdep.Muni)	346292	www.coopnorandino.com.pe	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Coop agraria
18.	C	Dama Agrícola S.A.C.	20526630671	Ca Las Dalias D1 Lte. 5 - Dp. 402 - Urb. Miraflores-Castilla, Piura	347084	www.damaagricola.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Exportación de productos agrícolas

ORD	CAT	Razón Social	RUC	Dirección	TELÉFONO	WEB	Rubro	Giro negocio
19.	D	Ecosaic Sac	20525588913	Calle Arequipa N. 642 4to Piso Ofic. 8 Plaza Fuerte – Piura	332241	www.ecosaicsac.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Exportación de fruta
20.	C	Eduardo Gerardo Espinosa Burneo	10026059653	Calle Lima No 585 – Piura	308795		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agroindustrial - prod.de aceites esenciales
21.	B	El Pedregal S.A.	20336183791	Av. Country No 208 Urb. Sta. Isabel	320697	www.elpedregalsa.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola - fruta uva y cítricos
22.	C	Empacadora De Frutos Tropicales S.A.C	20483794437	Carret. Sullana A Tambog. Km.7.8 Cas. Cieneguillo Centro Sullana-Piura Margen Der	502074	www.empafrut.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agricultura, agroindustria, ganadería
23.	B	Fruitxchange S.A.C	20526145543	Carret.Piura-Sullana Km 1022 Sullana-Sullana-Piura	RPM.#942124882 Of. 073-323436 303436	www.fxcperu.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Uva de mesa
24.	C	Frutas Piuranas S.A.C.	20526218796	Iii Et-Lts 25y26 Mz.Ab Lt.25 Urb.Miraflores Country Club Castilla Piura	969906788		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Elaboracion y exportación de frutas
25.	D	Hispon S.A.C.	20215609791	Mzna. O Lote No10 Urb. Miraflores	340186		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola-productor mango, papaya, uva
26.	B	Inca Land Farms S.A.C.	20525394558	Calle Sucre Nro. 531 – Sullana	491473	www.ilfsac.om	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Exportación de frutas mango uva cítricos
27.	B	Kws Peru S.A.C.	20553503028	Av.Santo Toribio 143 Dp. 801 Piso 8 San Isidro Lima	956503142	www.kws.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Semillas de maiz y girasol
28.	E	Limonos Piuranos Sac	20484002216	Calle Los Naranjos No 272 Urb. Santa Isabel Pi	310166	www.limonspiuranos.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola-destil.aceite,deshid.casc ara,exp.com
29.	E	Milton Fernando Calle Cueva	10028194035	Las Casuarinas 269 Urb. Sta. Isabel – Piura	305067		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Venta de fruta, uva, mango
30.	C	Navarro Fruits Sac	20515091883	Av. Sullana No 884 2do. Piso Int. A – Piura	321493	www.navarrofruits.com.pe	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola- mango y uva
31.	B	Oriundo Agro S.A.C	20529792264	Fundo Chocan Nro. Sn Cas. Santa Victoria Piura - Sullana – Querecotillo	618185		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Banano orgánico
32.	B	Peruvian Seafood Export S.A.C.	20529733331	Cal.General Orbegozo 309 A.H.El Obrero Sullana	945258984		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Hidrobiológicos, uva, mango, limón, pota, merluza, perico
33.	D	Pizca Foods S.A.C.	20484051691	Av. Sanchez Cerro 755 Int 202 Piura	307221	audaco@speedy.com.pe web:www.spicesolution.com	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola-produccion y exportación de ají
34.	C	Procampo S.A.	20268784625	Av. Sanchez Cerro No 1699 Zona Industrial – Piura	308782		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola-venta agroquímicos y fertilizantes
35.	E	Procesadora Mejia S.A.C.	20525241727	Km. 1016 Panamericana Norte Mz D Lte 01-Zo Sullana	903000 994039676 9903000		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Alimentos-bebidas- envasado de frijol de palo
36.	C	Sociedad Agrícola Larapinta Sac	20517382419	Av. Panamericana S/N Cieneguillo Sullana	073-660133 Nextel 113*5667	www.larapinta.com.pe	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola exportación legumbres y hortalizas



ORD	CAT	Razón Social	RUC	Dirección	TELÉFONO	WEB	Rubro	Giro negocio
					Tfno. 340954			
37.	C	Sociedad Agrícola Saturno Sa.	20307758645	Jr.Mariscal La Mar 991(Ex Ugarte Y Moscoso) Piso 3 Magdalena Del Mar	379836	www.solsol.com.pe	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Productor de algodón, palta, mango, páprika, piña
38.	C	Sociedad Ganadera Del Chira S.A.	20224899174	Calle Lopez Albuja No 200 - Urbanizacion Piura	305533		01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agropecuario, agrícola, productor
39.	C	Sunshine Export S.A.C.	20329725431	Calle Arequipa 642 Piso 6 Of.46 Piura	310409	ice@terra.com.pe/ealvarez@sunshineperu./www.sunshi	01 agricultura, agroindustria, ganadería	Agrícola - produccion y exportación de mango
40.	C	Cooperativa De Servicios Múltiples Cedros Café	20570630173	Av.Pakamuro 2314 Pueblo Libre Jaen Cajamarca	976840802		02 alimentos y bebidas	Café pergamino
41.	D	Cooperativa De Servicios Múltiples Ecoforest Ltda	20542380455	Ulises Ramirez Del Aguila Nro. 200 San Martin - Tocache - Nuevo Progreso	551259		02 alimentos y bebidas	Café pergamino
42.	A2	Ecoacuicola S.A.C.	20483894814	Jr. Junin No 658 – Piura	608150 608151	cosac.com.pe	02 alimentos y bebidas	Alimentos: conservas hortalizas-langost.congel
43.	C	Industrias Agrícolas S.R.L.	20167232745	Ca. Casuarinas 257 Urb. Sta.Isabel Piura	325385		02 alimentos y bebidas	Elaboracion de productos alimenticios

*Nota.* Adaptado del “Catálogo exportador de la región Piura”, por la Dircetur Piura, 2015, recuperado de <http://www.regionpiura.gob.pe/documentos/grde/catalogo1.pdf>; y del “Padrón rubro agrícola”, por la Cámara de Comercio de Piura, 2015, recuperado de <http://www.camcopiura.org.pe/>



## Apéndice E: Catálogo Exportador de la Dirección Regional de Comercio Exterior y

### Turismo de Piura del año 2012

Empresas Exportadoras - Región Piura			2012	
N°	RUC	Empresa	Peso Neto Kg.	Valor FOB US\$
1.	20504311342	Pluspetrol Norte S.A.	854,105,080.00	578,623,675.09
2.	20100128218	Petróleos del Perú, Petroperú S.A.	568,151,130.78	442,347,433.78
3.	20506285314	Compañía Minera Miski Mayo S.R.L.	3,213,212,435.13	429,258,020.12
4.	20546128424	ONC (Perú) S.A.C.	24,210,171.42	80,180,412.79
5.	20483783583	CNC S.A.C.	38,447,868.43	56,857,017.37
6.	20224748711	Copeinca S.A.C.	36,154,902.00	47,024,614.49
7.	20356922311	Seafrost S.A.C.	16,030,430.84	41,796,796.91
8.	20100082714	Primax S.A.	59,503,829.00	40,296,058.38
9.	20483894814	Eco - Acuícola S.A.C	18,616,809.65	39,343,854.03
10.	20305673669	Pacific Freezing Company S.A.C.	28,323,724.63	39,019,857.41
11.	20484251861	PROAPCO S.C.R.I.	22,702,391.00	34,971,468.17
12.	20136165667	Pesquera Hayduk S.A.	22,241,326.92	33,152,868.74
13.	20525538738	Sucroalcolera del Chira S.A.	32,673,098.00	31,384,454.83
14.	20536938657	Altamar Foods Perú S.A.C.	8,122,857.68	25,870,520.92
15.	20340584237	Camposol S.A.	13,521,498.20	23,326,208.77
16.	20524856493	Maple Biocombustibles S.R.L.	23,881,325.00	21,804,982.59
17.	20100160375	Corp. de Ingeniería de Refrigeración S.R.L.	10,722,578.51	21,775,851.19
18.	20338054115	Austral Group S.A.A.	12,948,747.27	21,019,003.66
19.	20329725431	Sunshine Export S.A.C.	13,413,066.88	20,514,249.20
20.	20504004415	Gandules Inc. S.A.C.	11,733,905.36	20,071,199.04
21.	20336183791	El Pedregal S.A.	5,999,646.80	19,363,854.52
22.	20160272784	Armadores y Congeladores del Pacífico S.A.	11,804,768.37	18,728,553.79
23.	20159473148	Pesquera Diamante S.A.	14,474,851.00	18,401,521.79
24.	20483957590	Proveedora de Productos Marinos S.A.C.	10,236,795.96	18,398,109.90
25.	20205572229	Industrial Pesquera Santa Mónica S.A.	11,048,370.97	17,808,560.71
26.	20102881690	Dexim S.R.L.	7,497,718.27	17,205,628.01
27.	20100971772	Tecnológica de Alimentos S.A.	12,525,348.00	16,579,953.53
28.	20102728743	Industria Textil Piura S.A.	1,903,162.00	15,189,808.81
29.	20484294756	M.I.K. - Carpe S.A.C.	7,428,540.00	14,215,618.40
30.	20451779711	Sociedad Agrícola Rapel S.A.C.	5,334,229.40	13,395,959.96
31.	20206228815	Peruvian Sea Food S.A.	11,850,917.23	13,102,233.97
32.	20502257634	Perupez S.A.C.	6,408,965.68	12,492,731.62
33.	20505561318	Inversiones Holding Perú S.A.C.	6,437,800.00	11,849,308.20
34.	20307758645	Sociedad Agrícola Saturno S.A.	5,273,742.60	10,833,604.13
35.	20297939131	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	3,865,979.20	10,524,733.00
36.	20526005610	El Álamo Export S.A.C.	449,939.92	10,088,751.45
37.	20515162578	Exportadora Cetus S.A.C.	7,240,162.87	10,047,090.24
38.	20484062031	Appbosa	14,166,275.40	10,034,925.38
39.	20517719669	Marine Feeds Perú S.A.C.	6,860,232.55	9,351,662.45
40.	20100055237	Alicorp S.A.A.	6,396,821.00	8,741,519.61
41.	20525728600	Plásticos Agrícolas y Geomembranas S.A.C.	3,497,090.23	8,572,035.54
42.	20466241734	FLP del Perú S.A.C.	6,983,376.00	8,562,664.34
43.	20293755770	Sakana del Perú S.A.	4,794,694.40	8,424,157.23
44.	20260995449	Inversiones Perú Pacífico S.A.	5,994,828.28	8,415,566.32
45.	20357316872	Cepicafe.	2,109,060.53	7,471,339.20
46.	20480385579	Coop. de Servicios Múltiples Sol & Café Ltda.	1,658,145.00	6,923,822.97
47.	20525288871	Cepibo	10,553,521.99	6,893,683.01
48.	20481065799	Dominus S.A.C.	5,950,892.50	6,844,705.66
49.	20484162418	A.P.O.Q.	9,129,491.04	6,425,734.28
50.	20536631926	Cadape Perú S.A.	495,830.00	6,419,938.42
51.	20484002216	Limones Piuranos S.A.C.	3,482,556.62	6,413,956.06

Empresas Exportadoras - Región Piura			2012	
N°	RUC	Empresa	Peso Neto Kg.	Valor FOB US\$
52.	20512773924	Andalucita S.A.	18,227,385.00	6,387,400.06
53.	20509468606	Mai Shi Group S.A.C.	3,284,572.51	6,145,997.16
54.	20484149748	BOS.	9,031,436.52	6,120,670.08
55.	20525651542	Pesquera Tierra Colorada S.A.C.	4,477,252.55	6,064,534.74
56.	20505607831	Pesquera Ribaldo S.A.	3,360,147.39	5,898,913.87
57.	20484002488	Asociación Valle del Chira	8,364,136.32	5,873,391.70
58.	20502828992	Daewon Susan E.I.R.L.	2,496,119.00	5,732,627.30
59.	20502102436	Copdeban S.A.C.	8,832,140.97	5,555,056.16
60.	20484231835	Trading Fishmeal Corporation S.A.C.	3,931,295.00	5,125,394.70
61.	20525512267	Refrigerados Fisholg & Hijos S.A.C.	2,454,449.89	4,824,001.03
62.	20380336384	Pesquera Exalmar S.A.A.	2,801,610.88	4,483,219.89
63.	20525893040	Spring Valley Fruit S.A.C.	3,176,858.00	4,397,633.10
64.	20526218796	Frutas Piuranas S.A.C.	4,675,125.00	4,317,934.47
65.	20484161365	Industrias Bioacuáticas Talara S.A.C.	2,384,975.00	3,955,553.25
66.	20525966888	Consortio Norvid S.A.C.	1,662,259.80	3,869,388.00
67.	20395379233	Pronatur E.I.R.L.	4,203,782.60	3,851,139.22
68.	20514373494	Nutrifish S.A.C.	2,879,397.36	3,745,876.99
69.	20465976561	Alisur S.A.C.	2,871,627.49	3,561,681.61
70.	20505328010	Bio Costa S.A.C.	5,119,180.56	3,545,564.04
71.	20511643695	Propemar Perú S.A.C.	787,252.07	3,501,341.82
72.	20502855965	Grupo Hualtaco S.A.C.	4,804,057.20	3,467,743.20
73.	20525717748	Agrícola Arantxa S.A.	2,022,640.80	3,373,744.50
74.	20421153711	Manex Fish S.R.L.	1,521,413.00	3,339,772.05
75.	20505012217	Cardomar Perú S.A.C.	2,115,782.55	3,332,963.71
76.	20525545866	APBOSMAM	4,987,122.60	3,272,474.40
77.	20514018163	Agrícola Sausalito S.A.	817,193.51	3,208,088.95
78.	20341167508	Vieira Perú S.A.	2,559,521.40	3,174,076.72
79.	20526145543	Fruitxchange S.A.C - Fc S.A.C.	1,288,766.40	3,173,518.60
80.	20523825721	Galser S.A.C.	2,270,200.00	3,078,426.29
81.	20526364008	Bananos Río Chira S.A.C.	4,394,454.52	2,964,375.95
82.	20484220710	Perú Frut Tropical S.A.C.	2,962,794.00	2,949,676.20
83.	20517952533	Agrícola San Jose S.A.	2,630,976.60	2,933,859.97
84.	20526475926	Minerales Jezsa S.A.C.	60.95	2,843,303.69
85.	20517686639	Brolem Company S.A.C.	2,279,002.00	2,792,951.22
86.	20525761569	Pafru Internacional Perú E.I.R.L.	2,790,638.00	2,698,719.00
87.	20536558072	Sobifruits S.A.C.	1,154,830.40	2,644,675.81
88.	20480298412	Cooperativa Agraria Rodríguez de Mendoza	549,225.00	2,611,030.64
89.	20482485511	Fairtrasa Perú S.A.	2,720,916.24	2,571,428.18
90.	20526153139	Pesquera San Simone S.A.C.	473,263.95	2,556,175.19
91.	20525804632	ASPBOH	3,434,852.80	2,362,740.39
92.	20543150747	Inkafresh Perú S.A.	1,587,168.00	2,335,212.00
93.	20477777393	Estrella Petrolera del Perú S.A.C.	155,720.00	2,319,164.99
94.	20106728055	Negocios de Distribución y Exportación S.A.	342,131.96	2,234,060.40
95.	20525973311	Tropical Fruit Trading Perú S.A.C.	1,869,693.00	2,230,091.25
96.	20525394558	Inca Land Farms S.A.C.	1,462,213.20	2,227,320.00
97.	20525247091	Acproboquea	3,111,480.20	2,209,791.36
98.	20508432110	Peruvian Quality Fruits S.A.C.	1,825,280.00	2,144,418.80
99.	20525541283	Frutos Costeños del Perú S.A.C.	1,806,159.20	2,130,958.00
100.	20484141411	Friomar S.A.C.	1,991,949.00	2,111,347.44
Otras (453 Empresas)			260,796,371.86	174,284,689.02

Nota. Adaptado del "Catálogo exportador de la región Piura", por la Dircetur Piura, 2015. Recuperado de <http://www.regionpiura.gob.pe/documentos/grde/catalogo1.pdf>

## Apéndice F: Definición de las Etapas del Indicador de Profundidad de ETHOS - Perú

2021

Etapa	Definición
Etapa 1	Representa una etapa básica de acciones de la empresa. Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales.
Etapa 2	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.
Etapa 3	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 reguladoras que resultan en cambios de expectativas en la empresa. La responsabilidad social y el desarrollo sustentable son considerados estratégicos para el negocio.
Etapa 4	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.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.



## Apéndice G: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo según Ethos Perú 2021

Sub Indicador	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	
Compromisos éticos	Respecto a la adopción y alcance de valores y principios éticos:	Los valores de la organización están formalizados en una carta de principios, pero están poco incorporados a los procesos de trabajo y a las actitudes/comportamiento de las personas.	Los valores y principios de la organización existen en un documento formal, que cuenta con un proceso de difusión sistemático enfocado en el público interno bajo la responsabilidad de una persona o área responsable.	La organización posee un código de conducta (en el(los) idioma(s) local(es) y adaptado al contexto local, en el caso de las multinacionales) y tiene programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos para garantizar que los valores y principios se incorporen a los procesos de trabajo y a las actitudes /comportamiento de las personas. Tales acciones están formalmente a cargo de una persona o área responsable.	Además de eso, el código de conducta de la organización prevé la participación de empleados, de los principales grupos de interés en su visión y está sometido a control y auditoría periódicos. La responsabilidad de esas acciones está formalmente a cargo de un equipo multidisciplinario.
Arraigo en la cultura organizativa	Respecto a la eficacia de la diseminación de los valores y principios éticos de la empresa:	Los valores se transmiten esporádicamente o en momentos específicos (contratación de empleados, proceso de auditoría), con el foco entrado en el público interno.	Existen procesos sistemáticos de difusión de los valores con el foco centrado en el público interno.	Además de eso, la adopción de esos valores y principios es auditada y verificada periódicamente y los empleados son estimulados a contribuir con su monitoreo	Además de eso, todos los aliados externos son estimulados a replicar el mismo proceso en la cadena productiva.
Gobierno corporativo	Respecto a la estructura organizativa y prácticas de gobierno de la empresa:	Además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, tiene un consejo de administración o consultivo (o estructura similar) y los reportes financieros son auditados por auditoría externa independiente.	El consejo de administración o consultivo (o estructura similar) tiene compromisos, políticas explícitas y mecanismos formales que aseguran la integridad de los informes financieros, priorizando la transparencia en las prestaciones de cuentas y otras informaciones.	Además de eso, tiene políticas explícitas para promover tratamiento adecuado al derecho de voto y tratamiento justo y equitativo a los socios, con resultados monitoreados y evaluados periódicamente	Además de lo expuesto en las etapas anteriores, la alta administración (consejo y directores) incorpora criterios de orden socioambiental en la definición y gestión del negocio y tiene como norma oír, evaluar y considerar las preocupaciones, críticas y sugerencias de los grupos de interés en asuntos que las involucren.

Sub Indicador		Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Relaciones con la competencia	Respecto a las políticas de relación con la competencia u organizaciones de mismo propósito, la empresa:	Sigue las prácticas de precio y competencia comunes al mercado, cumple la legislación y busca un posicionamiento leal.	Posee reglas explícitas y declaradas sobre competencia desleal discutiendo periódicamente (o cuando necesario) con el público interno sobre su postura ante los concurrentes.	Asume el compromiso público de combate a la competencia desleal. Discute su postura con proveedores y clientes, alertándolos para las cuestiones de la competencia leal, y participa en asociaciones de empleados en la discusión de esos aspectos.	Ejerce posición de liderazgo en su segmento en discusiones relacionadas a la búsqueda de estándares de competencia cada vez más levados (combate a la formación de trusts y cárteles, prácticas desleales de comercio, fraude en licitaciones y espionaje empresarial).
Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)	Considerando sus impactos sobre distintos grupos de la sociedad, la empresa:	Está consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio y conoce los dilemas específicos y atributos de sus grupos de interés (empleados, clientes y consumidores, accionistas o inversionistas) y estableció canales de diálogo para mantener esas relaciones.	Conoce los dilemas específicos y atributos relacionados a todos los grupos de interés por medio de mapeo periódico y establece mecanismos de diálogo e involucramiento de los grupos de interés para remediar impactos socioambientales ocasionados por sus actividades por medio de equipos preparados para adoptar planes de contingencia necesarios.	Además de priorizar el involucramiento y el diálogo constante con sus grupos de interés, adopta una estrategia de gestión de la información y conocimiento para “interiorizar los impactos socioambientales” negativos ocasionados por sus actividades como base para la redefinición de políticas, procesos de gestión o producción.	Por medio de utilización de herramientas y políticas específicas, dialoga e involucra a los grupos de interés en forma estructurada en reflexiones previas sobre sus actividades, procesos y acciones para prevenir, minimizar o eliminar los impactos socioambientales negativos que podrá ocasionar la organización. Además de eso, una tercera parte audita el proceso de diálogo y compromiso.
Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	Respecto a la elaboración de informe sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales de sus actividades, la empresa:	Elabora sin regularidad definida el balance social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.	Elabora anualmente el balance social, que describe sus acciones sociales y ambientales, incorporando aspectos cuantitativos.	Produce con amplio involucramiento interno el balance social o reporte de sostenibilidad fácilmente accesible, que aborda aspectos sociales, ambientales y económicos de sus actividades, con tan sólo resultados favorables	Se elabora un balance social o reporte de sostenibilidad con involucramiento de los grupos de interés externas, que integra las dimensiones sociales, ambientales y económicas de sus actividades e incluye resultados desfavorables y los respectivos desafíos, con metas para el próximo periodo.

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

## Apéndice H: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Público Interno según Ethos Perú 2021

Sub Indicador	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	
Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados	Respecto a la participación de empleados en sindicatos y/o en otras asociaciones de empleados en la relación con sus representantes, la empresa:	No ejerce presión sobre los empleados involucrados en actividades sindicales u otras asociaciones de empleados.	No ejerce presión y ofrece libertad para la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo.	Además de permitir la actuación de los sindicatos u otras asociaciones de empleados en el sitio de trabajo, provee informaciones sobre las condiciones de trabajo, y se reúne periódicamente con los sindicatos u otras asociaciones de empleados para oír sugerencias y negociar reivindicaciones.	Además de eso, tiene un canal de comunicación consolidado con los sindicatos u otras asociaciones de empleados, informándolos y proveyéndoles datos financieros y relativos a objetivos estratégicos, que afecten a los trabajadores, para subsidiar las discusiones.
Gestión participativa	Respecto al involucramiento de los empleados en la gestión, la empresa:	Pone a disposición informaciones sobre la empresa (historial, misión, visión, políticas, organigrama, mercados, principales aliados, clientes etc.) y capacita (en la admisión, en programas de integración, entrenamiento sobre nuevos productos y servicios, seminarios y conferencias sobre nuevas políticas y estrategias etc.) a los empleados para que puedan comprenderlas y analizarlas.	Además de eso, pone a disposición de los empleados informaciones económico-financieras.	Además de lo expuesto en las dos etapas anteriores, tiene un proceso estructurado de discusión y análisis de las informaciones económico financieras con sus empleados, con el objetivo de prepararlos para que ayuden al comité de gestión o en las decisiones estratégicas, presentando informaciones importantes para la gestión de riesgos y oportunidades.	Los representantes de los empleados participan activamente en los comités de gestión o en las decisiones estratégicas y tienen comunicación regular con los miembros del gobierno corporativo.
Compromiso con el futuro de los niños	En el tratamiento de la cuestión de combate al Trabajo Infantil, la empresa:	Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil discute internamente la importancia de la educación y las consecuencias del trabajo infantil.	Además de respetar la legislación nacional que prohíbe el trabajo infantil y discutir la cuestión internamente, posee proyectos que contribuyen para el desarrollo de los hijos de los empleados propios (incluso de los tercerizados) estimulando sus competencias técnicas y psicosociales (ciudadanía, deportes, artes, etc.).	Además de lo descrito anteriormente, desarrolla o apoya proyectos para los niños y adolescentes de la comunidad.	Coordina sus proyectos con otros realizados en la comunidad e interviene en el poder público en beneficio del niño y del adolescente y estimula que las políticas y programas de la empresa en relación a este tema se repliquen en toda la cadena productiva.

Sub Indicador	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	
Compromiso con el desarrollo infantil	Considerando su contribución al desarrollo infantil en el país y el compromiso con los derechos de los niños, la empresa:	Sigue la legislación vigente de protección a la maternidad (y paternidad, sí aplicable), lactancia y guardería y prohíbe formalmente cualquier tipo de discriminación a la mujer embarazada y a empleados (hombres y mujeres, incluso los tercerizados) con hijos menores de seis años de edad en procesos de admisión, de promoción o de movilidad interna.	Adopta políticas y/o iniciativas internas para facilitar la consulta prenatal y el acompañamiento de la niñez de los hijos de sus empleados, por medio de orientación médica, nutricional y psicológica específica, y en el desarrollo de las competencias en la supervivencia, desarrollo, participación y protección de los niños.	Considera que el éxito de esas políticas y/o iniciativas supone la formación educacional de los padres y su condición de vida, integra esa discusión a sus acciones para el desarrollo personal y profesional de sus empleados. Además de eso, desarrolla campañas de orientación volcadas a la comunidad y extiende la discusión del tema a sus proveedores.	Considera la cuestión de la protección a la maternidad y a la niñez como un derecho y contribución fundamental al desarrollo de las generaciones presentes y futuras. Se involucra en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control o evaluación de políticas públicas volcadas a la promoción de los derechos de la infancia.
Valoración de la diversidad	Por reconocer la obligación ética de las empresas de combatir todas las formas de discriminación y de valorar las oportunidades que ofrece la riqueza de la diversidad de nuestra sociedad, la empresa:	Sigue rigurosamente la legislación relacionadas a la discriminación y se declara contra comportamientos discriminatorios que no promuevan igualdad de oportunidades en el ambiente interno y en la relación con sus clientes, proveedores y comunidad de entorno.	Además de eso, promueve la diversidad por medio de normas escritas que prohíben prácticas discriminatorias negativas, regulando los procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna, orientando sobre la marcha de posibles denuncias.	Además de poseer normas escritas y canales para posibles denuncias contra prácticas discriminatorias, realiza entrenamiento específico sobre el tema y utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas y establecer estrategias de reclutamiento y promoción.	Extiende esas acciones a toda la cadena productiva y participa en foros de valoración de segmentos en desventaja
Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	Considerando los hechos de discriminación y las desventajas que caracterizan la situación de la población de diferentes orígenes raciales o étnicos, la empresa:	Sigue rigurosamente la legislación vigente que prohíbe la discriminación racial o étnica y las formas conexas de intolerancia en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés. Adopta procedimientos para que se cumplan también en forma rigurosa las legislaciones en sus contratos con empleados tercerizados.	Realiza censo interno periódico para evaluar sus procesos y políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas en relación a la equidad racial. Utiliza esas informaciones para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación, rever procesos y políticas etc.	Asume compromiso público de promover la equidad racial, expresada por medio de políticas formales de gestión de personas que prioricen la equidad y realización de acciones afirmativas como garantía de oportunidades iguales en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna.	Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring volcados a empleados de diferentes orígenes raciales o étnicos, estimula la promoción de la igualdad racial en toda su cadena productiva e invierte en programas de la comunidad de mismo objetivo, para concienciar la sociedad sobre el tema.



Sub Indicador		Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Compromiso con la promoción de la equidad de género	Con el objetivo de cooperar para combatir el prejuicio, ampliar las oportunidades de las mujeres en el mercado laboral y su capacitación para funciones especializadas, la empresa:	Sigue rigurosamente la Constitución del país que prohíbe la discriminación en el mundo laboral y asume internamente una postura contraria a cualquier tipo de prejuicio respecto a todos los grupos de interés.	Realiza un censo interno periódico para evaluar sus procesos, políticas, necesidades, situaciones o áreas críticas con relación a la equidad de género. Utiliza esa información para subsidiar la planificación de acciones afirmativas y reforzar las campañas de concienciación etc.	Asume un compromiso público de promover la equidad de género, expresada por políticas formales de gestión de personas que garanticen oportunidades iguales para mujeres y hombres en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Realiza acciones afirmativas para garantizar oportunidades iguales de carrera y crecimiento de mujeres y hombres que trabajan en la empresa.	Además de mantener programas de desarrollo profesional, coaching y/o mentoring específicos para mujeres con el afán de estimular la formación de liderazgos femeninos en la empresa, se esfuerza para que la actitud de promover la equidad de género se replique en toda su cadena productiva e invierte en programas de valoración de la mujer.
Relaciones con trabajadores tercerizados	En sus relaciones con trabajadores tercerizados y/o con los proveedores de esos servicios, la empresa:	Mantiene relación contractual dentro de los parámetros legales.	Monitorea periódicamente el cumplimiento de los requisitos establecidos en la contratación, exigiendo que se hagan los ajustes que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación.	Además de monitorear el cumplimiento de la legislación, negocia con sus proveedores para que proporcionen a sus empleados niveles salariales compatibles con el promedio de mercado.	Ofrece al trabajador tercerizado las mismas condiciones de salud y seguridad y acceso a prestaciones básicas que tienen los empleados regulares, como transporte, alimentación, guardería, ambulatorio etc.
Política de remuneración, prestaciones y carrera	En su política de remuneración, prestaciones y carrera, la empresa:	Respeto y busca superar los pisos salariales firmados con los sindicatos o impuestos por el gobierno.	Trata a los empleados como un recurso, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según política estructurada de carrera, y llevando en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.	Valora competencias potenciales, estimulando a los empleados por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional y llevando en cuenta su capacidad futura de crecimiento y desarrollo de nuevas habilidades.	Trata a los empleados como socios y, además de valorar competencias potenciales por medio de la remuneración y del desarrollo profesional, establece mecanismos para que sus representantes participen en la formulación de políticas de remuneración y prestaciones, desarrollo profesional y movilidad interna.
Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	Con el objetivo de asegurar buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, la empresa:	Cumple rigurosamente las obligaciones legales y tiene planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.	Posee indicadores para monitorear los planes y metas para superar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector.	Además de eso, desarrolla campañas regulares de concientización e investiga el nivel de satisfacción de los empleados con relación al tema, evidenciando áreas críticas.	Además de desarrollar campañas y realizar encuestas, define las metas e indicadores de desempeño relacionados a condiciones de trabajo, salud y seguridad con la participación de los empleados, los incluye en la planificación estratégica y los divulga ampliamente.

Sub Indicador		Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	Para desarrollar sus recursos humanos, la empresa:	Promueve actividades de entrenamiento puntuales, con el foco centrado en el desempeño de tareas específicas.	Mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación, con vistas al perfeccionamiento continuo de todo su personal.	Además de promover una capacitación continua, se ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual	En todos los niveles jerárquicos, promueve capacitación continua y se ofrece becas de estudio o similares para la adquisición de conocimientos con impacto positivo en la empleabilidad de sus empleados, independientemente de la aplicabilidad en su función actual.
Conducta Frente a Despidos	Para conducir procesos de despidos, la empresa:	Sigue rigurosamente las legislaciones en vigor y provee al empleado despedido orientaciones sobre procedimientos necesarios. En el caso de necesidad de reducción de personal, procura analizar alternativas de contención (Ej.: busca en otras empresas la posibilidad de transferencia temporal de su excedente de empleados; reducción de carga horaria etc.) y reducción de gastos para evitar el despido en masa.	Adopta políticas y procesos de despido que permiten que se tomen decisiones basadas en evaluaciones por competencia técnica, psicológica de conducta y que garantizan la impersonalidad de la decisión y permite el acceso a las informaciones que nortearon el proceso, para propiciar el crecimiento profesional de la(s) persona(s) despedida(s). Además de eso, en el caso de despido en masa, analiza indicadores socioeconómicos (edad, estado civil, número de dependientes etc.) para orientar las prioridades.	Ofrece servicios de recolocación y manutención de prestaciones por tiempo determinado al trabajador despedido sin justa causa. En el caso de necesidad de despido en masa, realiza previamente un programa de dimisión voluntaria que mantiene las prestaciones por tiempo determinado, salario por antigüedad etc.	Además de eso, financia la recapacitación (mentoring, coaching etc.) de los trabajadores despedidos sin justa causa.
Preparación para jubilación	Con el objetivo de preparar a sus empleados para la jubilación, la empresa:	Ofrece información básica sobre la obtención de la jubilación.	Orienta y ofrece asesoramiento regular sobre las modificaciones de la legislación, alternativas y procedimientos administrativos necesarios para la obtención de la jubilación.	Desarrolla actividades sistemáticas de orientación (colectiva e individual), consejería y preparación para la jubilación, discutiendo sus aspectos psicológicos y de planificación financiera.	Además de adoptar programa sistemático de preparación interna, ofrece oportunidades para aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados.

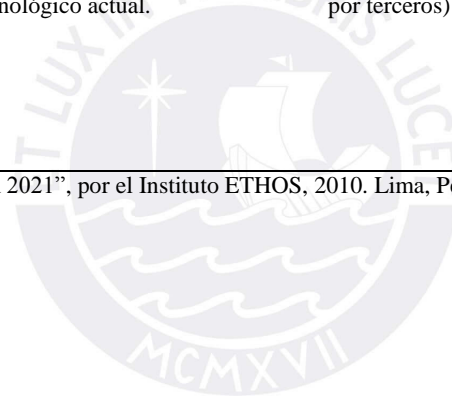
*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice I: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Medio Ambiente según Ethos Perú 2021

Sub Indicador	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	
Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	Para tratar con la debida relevancia y responsabilidad los impactos ambientales resultantes de sus actividades, la empresa:	Además de cumplir rigurosamente los parámetros y requisitos exigidos por la legislación nacional, desarrolla programas internos de mejora ambiental.	Además de eso, prioriza políticas preventivas y posee una área o comité responsable del medio ambiente.	Trata la cuestión ambiental como tema transversal en su estructura organizativa y la incluye en la planificación estratégica.	Desarrolla nuevos negocios (o nuevos modelos para negocios ya existentes) tomando en cuenta, desde la concepción, los principios y las oportunidades relacionados a la sustentabilidad ambiental.
Educación y Concientización Ambiental.	Con el objetivo de contribuir a la concientización de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental, la empresa:	Desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de presión externa (como exigencias del gobierno, crisis de suministro etc.).	Desarrolla sistemáticamente actividades de educación ambiental con el foco centrado en el público interno, colocando a su disposición informaciones y promoviendo discusiones.	Además de campañas internas, desarrolla campañas de concientización y educación ambiental dirigidas a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa.	Además de desarrollar campañas, la empresa apoya o participa en proyectos educacionales en asociación con organizaciones no gubernamentales y ambientalistas, ejerciendo liderazgo social en favor de esa causa.
Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	Considerando los impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, la empresa:	Produce estudios de impacto ambiental según las exigencias de la legislación y centra el foco de su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados.	Además de cumplir con la obligación legal, conoce y desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, y realiza regularmente actividades de control y monitoreo.	Adopta sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados, incluyendo amplia identificación de riesgos, plan de acción, destinación de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría.	Además de adoptar sistema de gestión ambiental, produce estudios de impacto en toda la cadena productiva; desarrolla alianzas con proveedores con el afán de mejorar sus procesos de gestión ambiental y participa en la destinación final del producto y procesos postconsumo.

Sub Indicador	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	
Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	Con el objetivo de contribuir a la concientización de la población sobre los desafíos ambientales resultantes de la actividad humana y cultivar valores de responsabilidad ambiental, la empresa:	Reconoce la importancia de verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. No adopta política interna o programa específico.	Mantiene política o programa específico para verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo.	Los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo tienen certificación de origen y de la cadena de custodia.	Los insumos madereros y forestales utilizados en las instalaciones y/o productos de la empresa tienen certificación de origen y de la cadena de custodia.
Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	Con el objetivo de prevenir y reducir daños ambientales y optimizar procesos, la empresa:	Busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas e implantar procesos de destinación adecuada de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual.	Invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma empresa o por terceros)	Además de invertir en la reducción y en la reutilización de recursos, adopta proceso para medir, monitorear y auditar periódicamente los aspectos ambientales significativos relacionados al consumo de recursos naturales y a la producción de residuos y desechos, estableciendo periódicamente nuevas metas.	Está cerca de alcanzar un alto nivel de sustentabilidad ambiental por medio de estrategias de reutilización y compensación ambiental que abarquen todo el sistema productivo.

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.



## Apéndice J: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Proveedores según Ethos Perú 2021

Sub Indicador		Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	Para regular sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:	Adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocidas por los grupos de interés y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo.	Tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal.	Además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social, como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de estándares ambientales.	Además de los criterios descritos anteriormente, estimula y recoge evidencias de que sus proveedores reproducen sus exigencias respecto a la responsabilidad social para sus respectivos proveedores, y monitorean esos criterios periódicamente.
Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:	Posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil, discute este tema con los proveedores y los estimula a cumplir la legislación.	Además de discutir este tema, posee cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con los proveedores.	Además de poseer esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores y asume públicamente la postura de rechazo a la mano de obra infantil.	Articula programas y actividades para erradicar el trabajo infantil en forma general, asociada a organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.
Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	En sus relaciones con proveedores y aliados, la empresa:	Cumple rigurosamente la legislación y posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo forzado, y exige de los proveedores el cumplimiento de la legislación.	Además, verifica periódicamente el cumplimiento de la ley e incluye la prohibición del trabajo forzado como cláusula específica en sus contratos con proveedores.	Además de poseer en sus contratos esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores. Asume públicamente la postura de rechazo al trabajo forzado.	Articula programas y actividades que tienen el afán de erradicar el trabajo forzado en forma general, junto con los aliados de las organizaciones de la sociedad civil y/o poder público.
Apoyo al Desarrollo de Proveedores	Respecto a los proveedores de igual o menor porte, la empresa:	Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales.	Contribuye para la mejora del estándar gerencial de los proveedores, al colocar a disposición informaciones y al promover actividades conjuntas de entrenamiento.	Además de contribuir a la mejora gerencial de los proveedores, mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de negociación que contemplan su crecimiento futuro.	Además de contribuir para el crecimiento de sus proveedores de igual o menor parte, estimula y facilita su involucramiento en proyectos sociales y ambientales.

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice K: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Consumidores y Clientes según Ethos Perú 2021

Sub Indicador	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	
Política de Comunicación Comercial	Considerando la influencia de su política de comunicación comercial en la creación de una imagen de credibilidad y confianza, la empresa:	Actúa rigurosamente de acuerdo a la legislación de defensa del consumidor. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros.	Tiene una política formal de comunicación alineada con sus valores y principios, que abarca todo su material de comunicación, tanto interno como externo.	Tiene conciencia de su papel en la formación de valores y estándares de consumo y comportamiento de la sociedad y actúa en forma tal, que su comunicación posibilita la creación de valores positivos en el entorno, para contribuir al desarrollo sostenible.	Además de adoptar esa política de comunicación, desarrolla alianzas con proveedores, distribuidores, asistencia técnica y representantes de consumidores, para crear una cultura de responsabilidad y transparencia en la comunicación.
Excelencia de la atención	Respecto a su compromiso con la calidad de los servicios de atención al consumidor/cliente, la empresa:	Posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, enfocado en la información demandas individuales.	Proporciona al consumidor/cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados.	Además de registrar los requerimientos y resolver rápidamente las demandas, posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas a los problemas y la utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios.	Promueve la mejora continua de su atención, priorizando el diálogo y el compromiso de los grupos de interés en el proceso.
Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	Respecto al conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de sus productos y servicios, la empresa:	Realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre daños potenciales de sus productos y servicios para los consumidores/clientes.	Realiza regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Provee informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes.	Además de eso, obtiene por medio del diálogo constante el compromiso activo de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes para perfeccionar, en forma continua, sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar riesgos a la salud y a la seguridad del consumidor o cliente.	Considera, además, los valores y principios de la empresa, el desarrollo sostenible y la ética dimensiones importantes en la concepción o reformulación, fabricación y venta de sus productos y/o servicios.

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice L: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Comunidad según Ethos Perú 2021

Sub Indicador		Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	Considerando sus posibles impactos en la vida de la comunidad, la empresa:	Procura tomar medidas reparadoras en respuesta a reclamos y requerimientos de la comunidad.	Conoce en profundidad sus impactos en la comunidad, posee proceso estructurado para registrar reclamos y promueve reuniones sistemáticas para informar liderazgos locales sobre disposiciones tomadas.	Posee una política formal de anticiparse a demandas de la comunidad e informarla sobre actuales y futuros planes e impactos de sus actividades, e involucra a la comunidad en la resolución de los problemas.	Además de poseer una política formal de relación con la comunidad, mantiene comités permanentes o grupos de trabajo con la participación de liderazgos locales para analizar sus actividades y monitorear sus impactos.
Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	Con relación a las organizaciones comunitarias, ONGs y centros públicos presentes en su entorno, la empresa:	Conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a pedidos eventuales de apoyo.	Apoya a varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas.	Participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados.	Participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados.
Financiamiento de la Acción Social	El financiamiento de la acción social de la empresa está basado en:	Fondo variable, administrado arbitrariamente por el director o gerente, en respuesta a solicitudes externas.	Fondos definidos en un presupuesto anual, administrados con transparencia por un comité o grupo de trabajo, conforme a criterios preestablecidos.	Programa social estructurado o inversión social privada, administrada por un equipo especializado, con dotación presupuestaria estable y con un público, con metas y estrategias definidas.	Programa social estructurado o inversión social privada que cuenta con un mecanismo propio para la generación de ingresos, estando asegurada su continuidad a largo plazo (fondo patrimonial y/o porcentaje fijo sobre la facturación de la empresa).
Involucramiento con la Acción Social	Como forma de concretar su acción social, la empresa:	Hace donaciones de productos y recursos financieros, cede instalaciones, moviliza el trabajo voluntario de sus empleados y/o desarrolla proyectos sociales propios.	Además de donaciones y/o proyectos sociales corporativos, cede horas de sus empleados o equipos para actividades ligadas a esos proyectos.	Además de apoyo material, posee una política por la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales para fortalecer los proyectos sociales (corporativos o realizados por terceros).	Además de apoyo material y aporte de competencias, involucra a las organizaciones o liderazgos locales en el diseño y en la implementación de los proyectos sociales, e intercede ante otros organismos, públicos o privados, para concretar esos proyectos.

Nota. Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice M: Definición de las Etapas de los Subindicadores de Gobierno y Sociedad según Ethos Perú 2021

Sub Indicador	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4	
Contribución para Campañas Políticas	Respecto a la financiación de partidos políticos y de candidatos a cargos públicos, la empresa:	Cuando financia, lo hace limitando la decisión a los miembros de la alta directiva, dentro de los parámetros establecidos por la legislación.	Cuando financia, se fundamenta en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a las informaciones sobre la decisión tomada.	La decisión de financiamiento o no financiamiento se toma de forma transparente, (por medio de políticas escritas, del código de conducta y/o declaración de valores etc.) permitiendo el acceso de los grupos de interés a las informaciones y requiriendo del financiado la respectiva comprobación y registro de la donación.	Además de lo descrito en la etapa anterior, promueve campañas de concientización política, ciudadanía e importancia del voto, involucrando a todos los empleados y otros grupos de interés.
Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	Respecto a su papel en la construcción de la ciudadanía, la empresa:	Desarrolla actividades eventuales, enfocadas en la educación para la ciudadanía, abordando derechos y deberes.	Desarrolla periódicamente actividades de educación para la ciudadanía y permite la libre discusión e intercambio de informaciones sobre temas políticos.	Además de eso, promueve o apoya por medio de alianzas, la organización de debates, foros de discusión con candidatos a puestos públicos, con el objetivo de asegurar el voto consiente.	Asume el papel de formar ciudadanos y desarrolla programas de educación para la ciudadanía, no sólo internamente y en su cadena de producción, sino también en la comunidad de entorno, ejerciendo liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción en su municipio.
Prácticas Anticorrupción y Anticoima	En la relación con autoridades, agentes y fiscales del poder público, en todos los niveles, la empresa:	Procura evitar situaciones que involucren favorecer a agentes del poder público, pero no tiene procedimientos formales o divulgados de control y castigo.	Mantiene una postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecimiento directo o indirecto de agentes del poder público.	Asume un compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética etc.), y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público, con quienes se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría, en caso de ocurrirlos.	Seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también dependen de divulgación, facilitación o educación, busca la empresa involucrar a un número cada vez mayor de grupos de interés como proveedores, clientes, entidades aliadas etc., en iniciativas de combate a la corrupción y coima, para diseminar el tema, y/o enseñar la utilización de herramientas relacionadas etc.



Sub Indicador		Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Liderazgo e Influencia Social	Buscando ejercer su ciudadanía por medio de asociaciones y foros empresariales, la empresa:	Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio.	Participa en comisiones y grupos de trabajo relacionados a cuestiones de interés público.	Participa activamente, contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socioambiental.	Tiene miembros de su alta directiva involucrados en la articulación, viabilizarían y fortalecimiento de propuestas de carácter socioambiental y en diálogo con autoridades públicas para su adopción.
Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	En su involucramiento con las actividades sociales realizadas por entidades gubernamentales, la empresa:	Contribuye tan sólo con el pago de impuestos.	Contribuye ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades puntuales y/o apoya financieramente a programas y proyectos del sector público, en respuesta a solicitudes de las autoridades.	Contribuye regularmente con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales.	Participa activamente en la elaboración, perfeccionamiento, ejecución, control y evaluación de políticas públicas de interés general, contribuyendo a su fortalecimiento.

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.



## Apéndice N: Evaluación Subindicadores Binarios de Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>Compromisos éticos</b>	La empresa	1.1	Expone o difunde sus compromisos éticos por medio de material institucional, por Internet o de otra manera adecuada a sus grupos de interés internos (colaboradores, accionistas)	2	2	1	2	2
		1.2	Expone o difunde sus compromisos éticos por medio de material institucional, por Internet o de otra manera adecuada a sus grupos de interés externos (comunidad, proveedores, clientes, gobiernos, entre otros)	2	2	1	2	2
	El código de conducta y/o código de ética:	1.3	Orienta la relación con el personal	2	2	2	2	2
		1.4	Orienta la relación con los proveedores	2	2	1	2	2
		1.5	Orienta la relación con los consumidores y clientes	2	1	1	2	2
		1.6	Orienta la relación con la comunidad	2	2	2	2	2
		1.7	Orienta la relación con el gobierno	1	1	1	2	2
		1.8	Orienta el compromiso con el medio ambiente	2	2	1	2	2
		1.9	Orienta la relación con los accionistas	1	2	1	2	2
		1.10	Es explícito en cuanto al compromiso ético en la gestión de información privilegiada o de carácter privado, obtenida durante los procesos de la empresa en su interacción con sus diversos grupos de interés (clientes, colaboradores, proveedores etc.)	2	2	2	2	2
		1.11	Es explícito respecto al compromiso de transparencia y veracidad de las informaciones prestadas a todos los grupos de interés.	2	2	1	2	2
		1.12	Es explícito con respecto al cumplimiento de las leyes y pago de tributos	2	2	2	2	2
		1.13	Prohíbe expresamente prácticas corruptas para la obtención de ventajas comerciales	2	2	2	2	2
		1.14	Es explícito en promover y defender la competencia leal	2	2	2	2	2
		1.15	Es explícito con respecto al conflicto de intereses	2	2	2	2	2
		1.16	Es explícito con respecto a las contribuciones políticas	2	2	1	1	2
		1.17	Contiene un procedimiento claro y formal de sanción para faltas al código de conducta y/o ética	1	2	2	2	2
		1.18	Posee comité, consejo o responsable (s) formal(es) por cuestiones éticas.	1	2	1	1	2
		1.19	Además de cumplir todas las leyes vigentes para su ejercicio y estar al día con todos los tributos, tiene procedimientos para que todos sus empleados conozcan las leyes a las que están vinculados al ejercer actividades en nombre de la organización o en su beneficio propio para que puedan cumplirlas integralmente	2	2	1	1	2
19	<b>Promedio</b>		<b>1.79</b>	<b>1.89</b>	<b>1.42</b>	<b>1.84</b>	<b>2.00</b>	<b>1.79</b>
<b>Arraigo en la cultura</b>	La empresa	2.1	Posee una Visión	2	2	2	2	2
		2.2	Posee una Misión	2	2	2	2	2

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>organizativa</b>		2.3 La RSE esta explícita en la misión y visión de la empresa y considerada en sus principios	1	2	1	1	2	
		2.4 Promueve la misión y visión a todos los niveles de la empresa	2	2	1	2	2	
		2.5 Incorpora en la evaluación y supervisión de los principios éticos (valores, código) a ejecutivos y empleados	2	2	2	2	1	
		2.6 Promueve la difusión de sus principios éticos a sus proveedores, contratistas o distribuidores	1	2	1	2	2	
		2.7 Aplica sanciones claras para faltas éticas	1	2	2	2	2	
		2.8 Reconoce la RSE es parte de la estrategia empresarial / corporativa / organizacional - no es un actividad aislada	2	2	1	2	2	
		2.9 Tiene un área / comité / grupo responsable de velar por el cumplimiento y transmisión de políticas de RSE	1	2	1	2	2	
		<b>9 Promedio</b>	<b>1.56</b>	<b>2.00</b>	<b>1.44</b>	<b>1.89</b>	<b>1.89</b>	<b>1.76</b>
	<b>Gobierno corporativo</b>	La empresa	3.1 Cuenta con mecanismos para nombrar miembros del directorio, que tomen en consideración habilidades, conocimientos y especialización para orientar el direccionamiento estratégico de la organización, incluyendo cuestiones relativas a oportunidades y riesgos ambientales y sociales y monitorear la actuación de la gestión (directiva)	1	1	1	2	2
3.2 Utiliza estudios, investigaciones y el apoyo de especialistas para fundamentar de mejor manera la resolución de dilemas éticos, socioambientales y relativos a derechos humanos			1	1	1	2	2	
3.3 Incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones			2	2	2	1	2	
3.4 Orienta sus operaciones en concordancia con las declaraciones de principios de la OIT			2	1	1	2	2	
3.5 Orienta sus operaciones en concordancia con las directrices para empresas multinacionales de la organización para la cooperación y el desarrollo económicos			1	2	1	1	1	
3.6 Orienta sus operaciones en concordancia con Principios del Pacto Global y/o en apoyo a las Metas del Milenio			1	1	1	1	1	
3.7 ¿Existe una estrategia formal de RSE dentro del mapa estratégico de la empresa?			2	1	1	2	2	
3.8 Cuenta con un organigrama de funciones actualizado			2	2	2	2	2	
3.9 Cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de los integrantes del directorio			1	1	1	2	1	
Posee un directorio de una estructura que contempla consejos o comisiones de administración, auditoría		3.10 Asegurar el control de la propiedad de la gestión	1	2	2	2	2	
		3.11 Prevenir / cohibir abusos de poder de sus integrantes	2	2	1	2	2	
		3.12 Evitar fraudes por uso de información privilegiada en beneficio propio o actuación en conflicto de intereses	2	2	1	2	2	
		3.13 Desanimar el soborno y otras prácticas de corrupción	2	2	2	2	2	
		3.14 Evitar la creación de "contabilidades paralelas" o de cuentas secretas	2	2	2	2	2	
		3.15 Evitar la elaboración de documentos que no reflejen verdaderamente las transacciones que reportan	2	2	2	2	2	

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
	independiente, fiscal y de remuneración para: Aplica los principios del BGC en lo referido a:	3.16	En caso la empresa sea familiar, cuenta con un plan de sucesión y protocolo familiar	1	2	1	1	1
		3.17	Incorpora en su gestión los Principios de Buen gobierno Corporativo	2	2	1	2	2
		3.18	La Protección de los Derechos de los Accionistas	2	2	1	2	2
		3.19	El Tratamiento Equitativo de los Accionistas, incluidos los minoristas y los extranjeros	2	2	1	2	2
		3.20	La Función de los Grupos de Interés en el gobierno de la empresa	2	2	1	2	1
		3.21	La Comunicación y Transparencia Informativa	2	2	2	2	2
		3.22	La Precisión de las Responsabilidades de su Directorio	2	2	1	2	2
		3.23	Comunica públicamente sus prácticas de Buen Gobierno Corporativo	2	2	1	2	1
		<b>23 Promedio</b>	<b>1.70</b>	<b>1.74</b>	<b>1.30</b>	<b>1.83</b>	<b>1.74</b>	<b>1.66</b>
<b>Relaciones con la competencia</b>	La empresa	4.1	Ha desarrollado principios relacionados a la competencia leal que constan en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa	1	2	2	1	1
		4.2	Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios en relación a la competencia (por ejemplo, por medio de su página Web, de material institucional, del informe anual etc.)	2	2	1	1	1
		4.3	Adopta política de no utilización de la demostración de los defectos o deficiencias de los productos o servicios de la competencia para promover sus productos o servicios	2	2	1	1	1
		4.4	Capacita a su personal de ventas acerca de los lineamientos de la empresa sobre el tema de competencia desleal	2	2	1	1	1
		4.5	Participa en asociaciones gremiales para la discusión de aspectos de competencia leal	1	2	1	1	2
		4.7	Piratería	1	1	2	1	1
	La política sobre competencia desleal aborda los siguientes items.	4.8	Evasión fiscal	2	1	2	2	1
		4.9	Contrabando	1	1	2	1	1
		4.10	Adulteración de productos o marcas	2	1	2	2	1
		4.11	Falsificación de productos	2	1	2	2	1
		<b>10 Promedio</b>	<b>1.60</b>	<b>1.50</b>	<b>1.60</b>	<b>1.30</b>	<b>1.10</b>	<b>1.42</b>
<b>Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)</b>	La empresa	5.1	Tiene claramente identificados a sus grupos de interés	2	2	2	2	2
		5.2	Posee una política de diálogo constante con los grupos de interés	2	2	2	2	2
		5.3	Se comunica con grupos de interés que critican la naturaleza de sus procesos, productos o servicios	2	2	1	1	2
		5.4	Tiene políticas y/o procedimientos de relaciones para responder prontamente a cualquier sugerencia, solicitud, es- fuerzo o demanda de sus grupos de interés	2	2	1	2	1
		5.5	En su proceso de diálogo e involucramiento de los grupos de interés, cuenta con indicadores de desempeño para monitoreo de las relaciones	2	2	1	1	1
		5.6	Tiene políticas para que los indicadores/datos/informaciones surgidos del proceso	2	2	1	1	1

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
		de diálogo y compromiso de los grupos de interés sean comparables, confiables, relevantes y comprensibles para sus grupos de interés						
		5.7 Utiliza esos indicadores/datos/informaciones en el proceso de planificación general	2	2	1	1	1	
		5.8 Inserta esos indicadores/datos/informaciones en el reporte de sostenibilidad de la empresa	2	2	1	1	1	
		5.9 Utiliza metodologías de diálogo estructurado con los grupos de interés, tales como la norma de aseguramiento de la sostenibilidad AA1000	1	1	1	1	1	
		<b>9 Promedio</b>	<b>1.89</b>	<b>1.89</b>	<b>1.22</b>	<b>1.33</b>	<b>1.33</b>	<b>1.53</b>
<b>Balance Social / Reporte de Sostenibilidad</b>	La empresa	6.1 Las informaciones sobre la situación económico-financiera de las actividades de la empresa son audita- das por terceros	2	2	2	2	2	
		6.2 Las informaciones sobre aspectos sociales y ambientales de las actividades de la empresa son auditadas por terceros	2	2	1	2	1	
		6.3 En el proceso de elaboración del reporte de sostenibilidad la empresa involucra a por lo menos cuatro de los siguientes stakeholders: comunidad, público interno, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general (por ejemplo, por medio de contactos con organizaciones de defensa del medio ambiente, sindicatos u otras asociaciones de empleados, entidades volcadas a la salud pública o defensa de los derechos humanos, etc.)	2	2	1	2	1	
		6.4 Incorpora la empresa en el reporte de sostenibilidad críticas, sugerencias y testimonios de grupos de interés	1	2	1	1	1	
		6.5 El proceso de divulgación del reporte de sostenibilidad contempla por lo menos a cuatro de los siguientes stakeholders: público interno, comunidad, consumidores y clientes, proveedores, gobierno y sociedad en general	2	2	1	1	1	
		6.6 Expone la empresa datos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades en Internet	1	2	1	1	1	
		6.7 Los datos recogidos y utilizados para el reporte de sostenibilidad se emplean en la planificación estratégica de la empresa	1	2	1	1	1	
		6.8 Cuenta la empresa con un equipo que se dedica a la elaboración del Reporte de Sostenibilidad todos los años con la finalidad de mejorarlo año a año	1	2	1	1	1	
		6.9 Tiene la empresa una estrategia de comunicación estratégica interna y externa que ha sido planificada de acuerdo a las características específicas de sus grupos de interés (idioma, nivel de alfabetismo, discapacidad o características culturales específicas)	2	2	1	1	2	
		6.10 Cantidad de grupos de interés (público interno, proveedores, comunidad, medioambiente, clientes, gobierno y sociedad) involucradas en la elaboración del Reporte de Sostenibilidad	1	2	1	2	1	
		<b>10 Promedio</b>	<b>1.50</b>	<b>2.00</b>	<b>1.10</b>	<b>1.40</b>	<b>1.20</b>	<b>1.44</b>

Nota. Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010, p. 69. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice O: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Público Interno

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>Relaciones con Sindicatos y otras Asociaciones de Empleados</b>	La empresa	7.1	Provee informaciones que afecten a los trabajadores en tiempo adecuado para que el sindicato y otras asociaciones de empleados y los empleados, las utilicen en una discusión con la empresa	1	2	0	1	1
		7.2	Permite la libertad de acción de grupos de trabajadores organizados y/o sindicatos al interior del local de trabajo	2	2	0	1	2
		7.3	En caso de que actúe en distintas regiones, ¿negocia con el conjunto de sindicatos de esas regiones un nivel mínimo de prestaciones comunes?	1	1	0	1	2
		3	<b>Promedio</b>	1.33	1.67	0.00	1.00	1.67
<b>Gestión participativa</b>	La empresa	8.1	Todos los integrantes de comisiones/asociaciones de trabajadores son elegidos por los trabajadores sin interferencia de la empresa	2	2	1	1	2
		8.2	Posee la empresa políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los empleados con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos	1	2	2	1	2
		2	<b>Promedio</b>	1.50	2.00	1.50	1.00	2.00
<b>Compromiso con el futuro de los niños</b>	La empresa	9.1	Discute con otras empresas o presenta propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector (o de manera general)	2	2	2	1	2
		9.2	Tiene un programa específico para la contratación de practicantes	1	1	1	2	1
		9.3	Considerando su papel social respecto a los practicantes, les ofrece buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con el debido acompañamiento, evaluación y orientación	1	1	1	2	2
		9.4	Al cerrar el periodo correspondiente al programa de prácticas, busca emplear a los jóvenes en la propia empresa y en caso de imposibilidad, les ofrece oportunidades en empresas u organizaciones aliadas	1	1	1	2	1
		4	<b>Promedio</b>	1.25	1.25	1.25	1.75	1.50
<b>Compromiso con el desarrollo infantil</b>	La empresa	10.1	Ofrece un programa específico para la salud de la mujer embarazada	1	1	1	1	1
		10.2	Ofrece programa de orientación sobre cómo se da el desarrollo integral del niño por medio del fortalecimiento de las competencias familiares (cuidados con el nacimiento, alimentación sana, prevención de enfermedades, protección a la integridad del niño, estímulo al desarrollo cognitivo y emocional de los hijos)	1	1	1	1	1
		10.3	Acompaña en forma periódica la vacunación, crecimiento y desarrollo de los hijos de los empleados, solicitando y verificando el certificado de salud del niño del ministerio de la salud	1	1	1	1	1
		10.4	Promueve campañas de inmunización para empleados y sus dependientes por medio de vacunas que no ofrece la red pública de salud (por ejemplo, la vacuna contra gripe)	1	1	1	2	2

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
		10.5 Acompaña la inclusión de los hijos de los empleados en el colegio (por medio de solicitud de comprobantes de matrícula, particularmente de los niños con discapacidad)	1	1	1	1	1	
		10.6 Tiene una política específica para los empleados padres o responsables de niños con discapacidad que les garantice participar en el desarrollo de los hijos en forma adecuada	1	1	1	1	1	
		10.7 Promueve campañas de planificación familiar	1	2	1	2	2	
		10.8 Promueve campañas de no violencia en el hogar	1	2	1	2	2	
		10.9 ¿Estimula a los proveedores, contratistas y empresas socias a interesarse y a apoyar la promoción de los Derechos del Niño y el Adolescente?	2	2	1	2	1	
	La empresa ofrece las prestaciones listadas a continuación para empleados (mujeres y hombres), indiscriminadamente, de todos los niveles jerárquicos:	10.10 Plan de salud familiar;	2	2	2	2	2	
		10.11 Guardería en el lugar de trabajo	1	1	1	1	1	
		10.12 Flexibilidad en los horarios para empleados con hijos menores de 6 años;	2	1	2	1	1	
		10.13 Ayuda para educación de los hijos	1	2	1	2	2	
		10.14 Las mismas prestaciones de sus empleados registrados a los empleados tercerizados	2	1	1	1	1	
		10.15 Posee políticas de acompañamiento postparto, particularmente para identificar la depresión postparto	2	1	1	1	1	
		10.16 Facilita la utilización de la flexibilidad de horario de lactancia conforme la legislación en vigor	2	2	2	2	2	
			<b>16 Promedio</b>	<b>1.38</b>	<b>1.38</b>	<b>1.19</b>	<b>1.44</b>	<b>1.38</b>
<b>Valoración de la diversidad</b>	La empresa Esa política contempla explícitamente:	11.1 La política de valoración de la diversidad y no discriminación está en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa.	1	1	2	2	2	
		11.2 La cuestión étnico-racial	1	1	2	2	1	
		11.3 La cuestión de género	1	1	2	2	2	
		11.4 La cuestión de edad	1	1	2	2	2	
		11.5 La cuestión religiosa	1	1	2	2	2	
		11.6 La cuestión de la orientación sexual	1	1	2	1	2	
		11.7 La cuestión del origen geográfico	1	1	1	2	1	
		11.8 La cuestión de la clase social	1	1	2	2	1	
		11.9 La cuestión de la discapacidad	1	1	2	2	2	
		11.10 La cuestión de la apariencia física	1	1	2	2	1	
		11.11 En los procesos y herramientas de gestión de personas, la empresa incluye requisitos para monitorear la diversidad de su personal y posibles desigualdades respecto a los segmentos en desventaja, entre otras situaciones	1	1	1	2	2	

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
		11.12 De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos formales para procesos de selección, admisión, promoción y movilidad interna y despido	1	1	1	1	2	
		11.13 En esa política se prevén claramente los mecanismos y canales formales para denuncia, seguimiento, análisis y averiguación de los hechos que involucren posibles casos de discriminación	1	1	1	1	2	
		11.14 La empresa posee un programa específico de contratación de personas con discapacidad y cumple rigurosamente la legislación de plazas para ese público	1	1	1	1	2	
		11.15 De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover la contratación de personas con discapacidad	1	1	1	1	1	
		11.16 De la política de valorización de la diversidad y no discriminación resultan políticas para la contratación de personas con edad superior a 45 años	1	1	1	1	1	
		11.17 De la política de valoración de la diversidad y de no discriminación resultan procedimientos específicos que abordan la cuestión del rango de edad de los empleados	1	1	1	1	1	
		11.18 La empresa ofrece oportunidades de trabajo para ex presidiarios	1	1	1	1	1	
		11.19 La empresa capacita a su personal sobre el respeto a la diversidad	1	1	1	2	1	
		11.20 La empresa apoya proyectos que mejoran la oferta de profesionales calificados provenientes de grupos usualmente discriminados en el mercado laboral	1	1	1	1	1	
		11.21 La empresa posee normas que combaten situaciones de acoso sexual	2	1	1	2	2	
		<b>21 Promedio</b>	<b>1.05</b>	<b>1.00</b>	<b>1.43</b>	<b>1.57</b>	<b>1.52</b>	<b>1.31</b>
<b>Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial</b>	La empresa	12.1 ¿La política de promoción de la equidad y no discriminación es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa?	1	2	2	2	2	
		12.2 ¿De esta política de promoción de la equidad, se derivan procedimientos específicos para mejorar la calificación y el desarrollo en la carrera de empleados de diversos orígenes étnicos o nacionales?	1	2	1	2	2	
		12.3 ¿Realiza campañas internas de concientización (seminarios, foros, o encuentros específicos) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la equidad y no discriminación étnica o por origen nacional?	1	2	1	1	1	
		12.4 ¿La política de comunicación comercial tiene como premisa no utilizar figuras estereotipadas o que atenten contra la dignidad de la población de diferente origen étnico o nacionalidad?	2	2	1	1	1	
		<b>4 Promedio</b>	<b>1.25</b>	<b>2.00</b>	<b>1.25</b>	<b>1.50</b>	<b>1.50</b>	<b>1.50</b>
<b>Compromiso con la promoción de</b>	La empresa	13.1 La política de promoción de la equidad de género es formal y consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa	1	2	2	2	2	
		13.2 Resultan de esa política de valorización de la diversidad y de no discriminación	1	2	1	1	1	



Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
la equidad de género		procedimientos específicos para mejorar la calificación y promover a las mujeres						
	13.3	La política prohíbe expresamente la contratación, despido o la promoción basados en el estado civil o condición reproductiva	1	2	1	1	2	
	13.4	La política de promoción de la equidad de género es explícita en lo que se refiere a salarios y prestaciones, seguridad social privada, acceso a entrenamientos y becas de estudios	1	2	2	1	2	
	13.5	Realiza campañas internas de concienciación (seminarios, foros o encuentros puntuales) para mejorar la comprensión sobre la importancia de la valoración de la mujer	1	2	1	1	2	
	13.6	El plan de salud de la empresa contempla adaptaciones específicas para la prevención y cuidados con la salud de la mujer	2	2	1	2	1	
	13.7	La empresa tiene metas de contratación, entrenamiento y movilidad interna (horizontal y vertical) para promoción de la equidad de género en todos los niveles jerárquicos de todas las áreas	1	2	2	1	2	
	13.8	La política de promoción de la equidad asegura la participación femenina en los procesos decisorios y en la gestión en todos los niveles y áreas de la empresa	2	2	2	1	1	
	13.9	La empresa promueve, cuando necesario, la adecuación de espacios de trabajo y equipos compatibles con las condiciones físicas de las mujeres	1	2	2	1	1	
	13.10	La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente actividades que puedan intimidar o apremiar a las mujeres en el ambiente laboral	2	2	2	1	2	
	13.11	La promoción de la equidad de género es una de las dimensiones de la política de comunicación estratégica de la empresa	1	2	1	1	2	
	13.12	Tiene la política de comunicación comercial como premisa no utilizar la figura femenina estereotipada, que llegue a agredir la dignidad de las mujeres	2	2	1	1	2	
	13.13	La política de promoción de la equidad de género prohíbe expresamente la discriminación contra mujeres con problemas de salud, incluso las seropositivas	2	2	1	1	1	
	13.14	La empresa tiene procedimientos que garanticen la protección de las mujeres contra la violencia y acoso psicológico, moral, físico y sexual en el sitio laboral y en el transporte hacia la empresa	2	2	1	2	2	
	14	<b>Promedio</b>		<b>1.43</b>	<b>2.00</b>	<b>1.43</b>	<b>1.21</b>	<b>1.64</b>
Relaciones con trabajadores tercerizados	La empresa	14.1	El código de conducta y/o la declaración de valores de la empresa contemplan cuestiones relativas a la no discriminación de los trabajadores tercerizados	1	2	1	2	1
	La empresa	14.2	Integra los trabajadores tercerizados a sus programas de entrenamiento y desarrollo profesional	1	2	1	1	1
		14.3	Posee un número de trabajadores tercerizados inferior al 20% (veinte por ciento) del total de trabajadores	1	2	2	1	1
		14.4	Posee política de integración de los trabajadores tercerizados con la cultura,	1	2	1	1	1

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador	
		valores y principios de la empresa							
		14.5 Exige a sus subcontratistas que garanticen el correcto cumplimiento de la legislación laboral al interior de sus empresas	2	2	2	2	2		
		14.6 Ofrece al personal subcontratado beneficios básicos gozados por su personal regular, como transporte, alimentación, salud y otros	2	2	1	2	2		
		14.7 Da prioridad al personal subcontratado para ocupar posiciones que se presentan en la empresa	2	2	1	1	2		
		14.8 Permite la participación de empleados subcontratados en comités de gestión interna y en el diálogo con la empresa	1	2	1	1	1		
		14.9 No discrimina ni rotula a los empleados tercerizados	1	2	1	2	2		
		<b>9 Promedio</b>	<b>1.33</b>	<b>2.00</b>	<b>1.22</b>	<b>1.44</b>	<b>1.44</b>	<b>1.49</b>	
<b>Política de remuneración, prestaciones y carrera</b>	La empresa	15.1 La remuneración variable de la empresa representa menos del 20% (veinte por ciento) de la masa salarial	1	2	2	1	2		
		15.2 Tiene al total de los empleados inscritos y remunerados por planilla	2	2	2	1	2		
		15.3 Los empleados participan en la composición accionaria de la empresa	1	1	1	1	0		
		15.4 Ofrece a los empleados beneficios adicionales a los exigidos por la ley	1	1	2	2	2		
	La empresa	15.5 Posee políticas con metas para reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa (monitoreada por el índice resultante de la división de la mayor remuneración por la menor, en especie, incluyendo el reparto de utilidades y programa de bonos)	1	1	2	1	2		
		15.6 Realizó en los últimos dos años, un aumento del menor salario de la empresa en relación al salario mínimo vigente	2	2	2	2	0		
		15.7 Realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y prestaciones	1	2	1	2	0		
		El programa de reparto de utilidades de la empresa, en caso de que lo posea:	15.8 Se ha establecido por medio de negociación con la asociación de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable	1	1	1	1	0	
			15.9 Fue establecido por medio de negociación con la asociación de empleados o con el sindicato y según la legislación aplicable	1	1	1	1	0	
			15.10 Ofrece a los empleados bonos adicionales orientados por elementos de sustentabilidad, como éxitos a medio y largo plazo o el alcance de metas relacionadas al desempeño social y ambiental	1	1	1	1	2	
			15.11 Premia el desempeño individual con criterios y procedimientos objetivos	1	2	2	2	2	
		15.12 Premia el desempeño colectivo con criterios procedimientos objetivos	1	2	1	2	2		
		<b>12 Promedio</b>	<b>1.17</b>	<b>1.50</b>	<b>1.50</b>	<b>1.42</b>	<b>1.17</b>	<b>1.35</b>	
<b>Cuidados de salud,</b>	La empresa	16.1 Ha sido evaluada o certificada por certificaciones voluntarias como SA8000 , BS 8800 , OHSAS 18001	1	2	1	1	2		

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>seguridad y condiciones de trabajo</b>		16.2 Ofrece un programa de prevención y tratamiento para drogadicción y adicción al alcohol	1	1	1	1	1	
		16.3 Promueve campañas de prevención de enfermedades de transmisión sexual	1	1	2	2	2	
		16.4 Ofrece un programa específico para portadores de VIH/SIDA	1	1	1	2	1	
		16.5 Posee una política expresa de respeto a la privacidad de sus empleados en lo que se refiere a informaciones sensibles (incluso médicas) obtenidas y mantenidas bajo la responsabilidad del área de recursos humanos	1	2	2	2	1	
		16.6 Prevé una política de capacitación y no discriminación a los portadores de VIH/SIDA	1	1	1	1	2	
		16.7 Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso moral que sean divulgados y debidamente amparados por una estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos	2	2	1	2	2	
		16.8 Posee normas y procesos para combatir situaciones de acoso sexual que sean divulgados y debidamente amparados por una estructura formal y neutral de denuncia y averiguación de hechos.	2	2	1	2	2	
		16.9 Promueve ejercicios físicos (pausas activas) en el horario de trabajo.	1	2	2	1	2	
		16.10 Promueve un programa de combate al estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan funciones más estresantes (como operadores de call center, cajeros etc.)	1	2	1	1	1	
		16.11 Posee un programa de orientación alimentaria y nutricional	2	2	1	2	1	
		16.12 Posee una política de equilibrio trabajo-familia que aborde cuestiones relativas a horario laboral y horas extras	1	2	1	2	1	
		16.13 Posee una política de compensación de horas extras para todos los empleados, incluso gerentes y ejecutivos	2	2	2	2	2	
		16.14 Promueve programas de capacitación dirigido a los colaboradores acerca de cómo prevenir accidentes y conservar la limpieza personal así como de la empresa en general	2	2	2	2	2	
		16.15 Ofrece apoyo psicológico disponible en el centro de trabajo	1	2	1	2	2	
		16.16 Realiza monitoreos según la Norma Técnica Colombiana NTC 5655 "Principios para el diseño ergonómico de sistemas de trabajo"	1	2	1	1	1	
			<b>16</b>	<b>Promedio</b>	<b>1.31</b>	<b>1.75</b>	<b>1.31</b>	<b>1.63</b>
<b>Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad</b>	La empresa	17.1 Cuenta con programas de desarrollo de carrera para su personal	2	2	1	1	2	
		17.2 Mantiene un programa de erradicación del analfabetismo, educación primaria o enseñanza suplementaria entre sus empleados, con metas y recursos definidos	1	1	1	1	1	
		17.3 Posee un programa de mapeo para identificación de competencias potenciales a ser desarrolladas	2	2	1	2	1	
		17.4 Posee programas de orientación sobre la planificación de carreras con el afán de	2	1	1	2	1	

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
		ayudar a los empleados a reflexionar sobre sus funciones e identificación de objetivos a largo plazo						
		17.5 Cuenta con un presupuesto anual para capacitación	2	2	2	2	2	
		5 <b>Promedio</b>	<b>1.80</b>	<b>1.60</b>	<b>1.20</b>	<b>1.60</b>	<b>1.40</b>	<b>1.52</b>
<b>Conducta Frente a Despidos</b>	La empresa	18.1 Ha tenido reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años	1	1	1	1	1	
		18.2 Acompaña y evalúa periódicamente la rotación de empleados y tiene una política para minimización y mejoría de ese indicador	1	1	1	1	2	
		18.3 Busca establecer un diálogo estructurado con instancias del gobierno local, especialistas, ONG y sindicatos u otras asociaciones de empleados para conocer, entender, prever y reducir el impacto de un posible cierre de unidades de negocios o plantas, o de la eventual necesidad de corte de personal	1	1	1	1	2	
		18.4 Busca asociaciones con organizaciones especializadas para desarrollar programas de capacitación y estímulo para emprendimientos	2	1	1	1	1	
		18.5 Ante la necesidad de reducción de personal, prevé una comunicación dirigida a los empleados remanentes sobre las razones que orientaron la decisión tomada	1	1	2	2	2	
		5 <b>Promedio</b>	<b>1.20</b>	<b>1.00</b>	<b>1.20</b>	<b>1.20</b>	<b>1.60</b>	<b>1.24</b>
<b>Preparación para jubilación</b>	La empresa	19.1 Informa sobre las diferencias (positivas y negativas) de pertenecer a una entidad pública o privada (Administradora de Fondos de Pensiones – AFP) para la confiabilidad de la jubilación de los trabajadores de la empresa	2	2	2	2	2	
		19.2 Ofrece un programa de jubilación complementario a todos sus trabajadores	1	1	1	1	1	
		19.3 Involucra a los familiares de los trabajadores en el proceso de preparación para la jubilación	1	1	1	1	1	
		19.4 Participa en la elaboración de políticas públicas con focalización al adulto mayor (mayor de 60 años)	1	1	1	1	1	
		19.5 Participa o apoya programas y campañas públicas o privadas de valoración de los adultos mayores	1	2	1	2	1	
		19.6 Promueve actividades que permitan aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados en proyectos sociales de la comunidad	2	1	1	1	2	
		6 <b>Promedio</b>	<b>1.33</b>	<b>1.33</b>	<b>1.17</b>	<b>1.33</b>	<b>1.33</b>	<b>1.30</b>

*Nota.* Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice P: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Medio Ambiente

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental</b>	Informaciones Adicionales	20.1 Posee una política ambiental formal	2	2	1	2	2	
		20.2 Incluye en su código de conducta y/o declaración de valores el respeto al medio ambiente	2	2	1	2	2	
		20.3 Da a conocer su política ambiental entre sus empleados	1	2	2	2	2	
		20.4 Tiene una persona responsable por el área de medio ambiente que participa en sus decisiones estratégicas	2	2	1	1	1	
		20.5 Participa en comités/consejos locales o regionales para discutir la cuestión ambiental con el gobierno y la comunidad	1	2	2	1	2	
		20.6 Contribuye para la preservación de la biodiversidad por medio de políticas específicas y/o proyecto(s) de conservación de áreas protegidas y/o programa de protección a animales amenazados	2	2	1	1	2	
		20.7 Tiene política explícita de no utilización de materiales e insumos provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales (como madera, productos forestales no madereros, animales, etc.)	2	2	1	2	1	
<b>7</b>	<b>Promedio</b>		<b>1.71</b>	<b>2.00</b>	<b>1.29</b>	<b>1.57</b>	<b>1.71</b>	<b>1.66</b>
<b>Educación y Concientización Ambiental</b>	La empresa	21.1 Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de reducción del consumo de agua y de energía	1	2	2	2	1	
		21.2 Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación	2	2	2	2	2	
		21.3 Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de educación para el consumo responsable	1	2	2	2	1	
<b>3</b>	<b>Promedio</b>		<b>1.33</b>	<b>2.00</b>	<b>2.00</b>	<b>2.00</b>	<b>1.33</b>	<b>1.73</b>
<b>Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios</b>	La empresa	22.1 Posee un plan de emergencia ambiental que relaciona todos sus procesos y productos o servicios que involucren situaciones de riesgo, y entrena a sus empleados regularmente para enfrentar tales situaciones	2	2	1	2	2	
		22.2 Posee una política y un sistema de monitoreo con el objetivo de aumentar la calidad ambiental de la logística y gestión de la flota (tanto para vehículos de la empresa como de sus contratados)	2	1	1	2	2	
		22.3 Posee un programa de gerenciamiento de residuos con la participación del cliente, para la recolección de materiales tóxicos y/o reciclados postconsumo	1	1	1	2	2	
		22.4 Provee a sus consumidores y clientes informaciones detalladas sobre daños ambientales resultantes del uso y de la disposición final de sus productos	1	1	2	2	1	
		22.5 Difunde entre sus grupos de interés los impactos ambientales causados por sus productos o servicios	1	1	2	2	0	
		22.6 La empresa prioriza la contratación de proveedores que comprobablemente tengan buena	2	1	2	1	2	

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
		conducta ambiental						
		22.7 Ha recibido avales de las normas ambientales como ISO14001	1	1	1	2	0	
		7 <b>Promedio</b>	<b>1.43</b>	<b>1.14</b>	<b>1.43</b>	<b>1.86</b>	<b>1.29</b>	<b>1.43</b>
<b>Sustentabilidad de la economía forestal</b>	La empresa	Realiza visitas programadas o eventualmente no programadas para realizar el monitoreo del origen o cadena de producción de los insumos directos e indirectos madereros y forestales que utiliza	2	2	0	1	1	
		23.1						
		23.2 Incentiva a sus proveedores a buscar la certificación forestal	2	1	0	1	1	
		23.3 Cuenta con un plan de reforestación	1	1	0	0	1	
		23.4 Total de visitas programadas o no programadas realizadas para monitoreo del origen o cadena de cust+odia	0	0	0	0	1	
		23.5 Cantidades de productos forestales con origen verificado utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo	0	0	0	0	1	
		23.6 Cantidades de productos de origen forestal utilizados en la operación diaria o en el proceso productivo con cadena productiva certificada	0	0	0	0	1	
		6 <b>Promedio</b>	<b>0.83</b>	<b>0.67</b>	<b>0.00</b>	<b>0.33</b>	<b>1.00</b>	<b>0.57</b>
<b>Minimización de Entradas y Salidas de Insumos</b>	La empresa	24.1 Tiene iniciativas para el uso de fuentes de energía renovables	2	2	0	1	2	
		24.2 Mantiene acciones de control de la contaminación con ayuda de alguna organización experta en el tema ambiental	2	2	0	1	2	
	La empresa tiene sistema de monitoreo para:	24.3 El aumento de la eficiencia energética	2	1	0	1	2	
		24.4 La reducción del consumo de agua	2	1	0	2	2	
		24.5 La reducción de generación de residuos sólidos	2	1	0	2	2	
		24.6 La reducción de emisión de CO y otros gases de efecto invernadero en la atmósfera	2	1	0	1	2	
		6 <b>Promedio</b>	<b>2.00</b>	<b>1.33</b>	<b>0.00</b>	<b>1.33</b>	<b>2.00</b>	<b>1.33</b>

Nota. Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice Q: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Proveedores

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores</b>	La empresa	25.1	Incluye criterios para las relaciones con los proveedores en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa	1	2	2	1	2
		25.2	Al seleccionar proveedores (o desarrollar nuevos proveedores), incluye como criterio la práctica efectiva de procesos éticos de gestión de las informaciones de carácter privado obtenidas en sus relaciones con clientes o con el mercado en general	1	2	2	1	2
		25.3	Adopta una política explícita o programa específico de responsabilidad social empresarial para la cadena de proveedores	2	2	1	1	1
		25.4	Elabora un informe periódico con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social empresarial en su cadena productiva	2	2	2	1	1
		25.5	Discute cuestiones relacionadas a la responsabilidad social con sus proveedores, con vistas al entrenamiento y adecuación de sus criterios	2	2	2	1	1
		25.6	Establece un plazo formal para que sus proveedores cumplan con los criterios de responsabilidad social de la empresa	1	2	2	1	2
		25.7	Conoce en profundidad el origen de las materias primas, insumos y productos utilizados en su producción o en las operaciones diarias y tiene la garantía de que en esos orígenes se respetan los derechos humanos y el medio ambiente	1	2	2	1	1
		25.8	Adopta criterios de compra que contemplan la garantía de origen para evitar la adquisición de productos “piratas”, falsificados o fruto de robo	2	2	2	1	2
		25.9	Exige a sus proveedores el cumplimiento de la legislación laboral y previsional a través de la entrega de información sustentatoria	2	2	2	2	2
		25.10	Establece plazos y condiciones de pago adecuados y negociados individualmente con los proveedores	2	2	2	2	2
		25.11	Cumple con los acuerdos establecidos con sus proveedores en lo relacionado a plazos de pago	2	2	2	2	2
		25.12	Tiene una política de compra o contratación que privilegien a proveedores con certificación socio ambiental	1	2	2	2	1
		12 <b>Promedio</b>	<b>1.58</b>	<b>2.00</b>	<b>1.92</b>	<b>1.33</b>	<b>1.58</b>	<b>1.68</b>
<b>Trabajo infantil en la cadena productiva</b>	La empresa	26.1	Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes sobre su cadena productiva, realizando inspecciones in situ y exigiendo documentación comprobatoria de la no existencia de mano de obra infantil	1	2	2	0	2
		26.2	Promueve o apoya proyectos que ayuden a erradicar a la mano de obra infantil en la cadena productiva	2	2	2	0	2
		26.3	Total de auditorías por uso de mano de obra infantil en la cadena productiva	0	1	0	0	1
		3 <b>Promedio</b>	<b>1.00</b>	<b>1.67</b>	<b>1.33</b>	<b>0.00</b>	<b>1.67</b>	<b>1.13</b>

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>Trabajo Forzado en la Cadena Productiva</b>	La empresa	27.1	Tiene como práctica realizar periódicamente investigación, verificación e informes de evaluación y acompañamiento de sus proveedores, exigiendo documentación que compruebe la no existencia de mano de obra forzada	2	2	2	0	1
		27.2	Antes de comprar o contratar a un proveedor, tiene como procedimiento verificar si cumple con la legislación laboral vigente	1	2	2	0	2
		27.3	Capacita a la cadena productiva en las desventajas de tener mano de obra forzada	1	2	2	0	1
		3	<b>Promedio</b>	<b>1.33</b>	<b>2.00</b>	<b>2.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1.33</b>
<b>Apoyo al Desarrollo de Proveedores</b>	La empresa	28.1	Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio y organizaciones con proyectos de generación de renta para grupos usualmente excluidos (poblaciones indígenas, personas con discapacidad etc.)	2	1	2	2	1
		28.2	Apoya a organizaciones que practican y promueven el Comercio Justo y a los negocios inclusivos	2	1	2	2	1
		28.3	Tiene como norma el tratamiento justo a los proveedores, privilegiando el pequeño proveedor (con remuneración justa y al día, calidad en la relación, programas de capacitación y de traspaso de tecnologías etc.)	1	1	2	2	2
		28.4	Estimula la formación de redes o cooperativas de proveedores, ayudándolos a adecuarse a nuevos estándares de suministro	1	2	1	1	1
		28.5	Tiene política de compras que privilegien a proveedores con certificación socioambiental como: SA8000, ISO 14000, FSC, FLO	1	2	1	1	1
		28.6	Tiene mecanismos formales que permiten transferir a la cadena de proveedores sus valores y principios, tales como buenas condiciones de trabajo, ausencia de mano de obra infantil y forzada (o análoga a la mano de obra esclava), protección al medio ambiente, equidad de género, transparencia, participación y rendición de cuentas	1	2	1	1	1
		28.7	Incentiva y reconoce públicamente el buen desempeño de sus proveedores	2	2	1	2	2
		28.8	Considera las opiniones recogidas de los proveedores para mejoras en sus procedimientos de compra	2	2	1	2	2
		8	<b>Promedio</b>	<b>1.50</b>	<b>1.63</b>	<b>1.38</b>	<b>1.63</b>	<b>1.38</b>

Nota. Adaptado de “Indicadores ETHOS - Perú 2021”, por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.



## Apéndice R: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Consumidores y Clientes

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>Política de Comunicación Comercial</b>	La empresa	29.1 La política de comunicación comercial consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa	1	2	2	2	1	
	La empresa	29.2 Actualiza cuando es necesario el material de comunicación destinado a los consumidores/clientes (como rótulos, embalajes, manuales de operación, instrucciones de uso, términos de garantía y piezas publicitarias, entre otros) para hacer más transparente la relación y más seguro el uso de sus productos	2	2	2	2	1	
		29.3 Informa al cliente/consumidor cuando han habido alteraciones en las características de sus productos o servicios (composición, calidad, plazos, peso, precio etc.)	2	2	2	2	2	
		29.4 Tiene una política formal contra propaganda que coloque a los niños, adolescentes, indígenas, mujeres o cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o de falta a la moral	1	1	1	2	1	
		29.5 Realiza un previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con sus valores y principios	2	1	1	1	2	
		29.6 Tiene políticas específicas para asegurar que la comunicación volcada al público infanto-juvenil sea responsable	2	1	1	1	1	
		29.7 Interactúa con sus proveedores y distribuidores estimulándolos a adoptar una postura responsable respecto a la comunicación volcada al público infanto-juvenil	1	2	1	1	1	
		29.8 Realiza un previo análisis de piezas publicitarias para verificar la conformidad con la Declaración Universal de los Derechos Humanos	2	1	1	1	2	
		29.9 Ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza de comunicación que haya sido objeto de reclamo de clientes, proveedores, de la competencia o del gobierno	1	1	1	1	1	
		29.10 Ha tenido en los últimos tres años, alguna campaña o pieza publicitaria vetada y/o recogida por presión de organizaciones de la sociedad civil organizada	1	1	1	1	1	
	10	<b>Promedio</b>	<b>1.50</b>	<b>1.40</b>	<b>1.30</b>	<b>1.40</b>	<b>1.30</b>	<b>1.38</b>
<b>Excelencia de la atención</b>	La empresa	30.1 La política y las normas de relaciones con clientes y consumidores consta en el código de conducta y/o en la declaración de valores de la empresa	1	1	2	2	2	
	La empresa	30.2 Ofrece el Servicio de Atención al Cliente (SAC) u otra forma de atención al público especializado para recibir y encaminar sugerencias, opiniones y reclamos relativos a sus productos y servicios	1	2	2	2	2	
		30.3 Promueve entrenamiento continuo de sus profesionales de atención al público para una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor	1	2	2	2	0	
		30.4 Entrena e incentiva a su personal de atención al público a reconocer fallas y actuar con rapidez y autonomía en la resolución de problemas	1	2	1	1	0	
		30.5 Evalúa el servicio de atención a consumidores/clientes por indicadores y utiliza esta información en los procesos de toma de decisión de la empresa	1	2	2	1	2	
		30.6 Al vender productos y servicios, utiliza sólo argumentos verdaderos para el	2	2	1	2	2	

		convencimiento del consumidor o cliente							
	30.7	Tiene una política explícita de no soborno para obtención de decisión de compra de productos o contratación de servicios	2	2	2	2	1		
	30.8	Adopta una política formal de protección a la privacidad y/o un sistema de gestión de las informaciones privadas del consumidor, cliente o usuario	2	2	2	2	2		
	30.9	Le informa al cliente sobre el propósito de recolección de información personal relevante antes de hacerlas.	2	2	2	1	2		
	30.10	Provee informaciones de registro del cliente a terceros sólo mediante su autorización	2	2	1	1	2		
	30.11	Adopta una política que le permite al consumidor, cliente o usuario incluir, alterar y excluir datos del banco de informaciones de la empresa	1	2	2	2	0		
	30.12	Han recibido algún premio por la calidad en el servicio al consumidor	1	2	1	1	0		
	12	<b>Promedio</b>	<b>1.42</b>	<b>1.92</b>	<b>1.67</b>	<b>1.58</b>	<b>1.25</b>		<b>1.57</b>
<b>Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios</b>	La empresa								
	31.1	Mantiene un programa especial enfocado en salud y seguridad del consumidor/cliente de sus productos y servicios	1	1	1	1	1		
	31.2	Posee sistemas internos ágiles y capacita a su área de comunicación externa para responder con rapidez y transparencia a situaciones de crisis	1	2	2	2	0		
	31.3	Ha sido, en los últimos tres años, demandada por el incumplimiento de reglamentos relacionados a la salud y a la seguridad del consumidor/cliente	1	1	1	1	1		
	31.4	Ha tenido, en los últimos cinco años, productos retirados del mercado por presión de clientes/consumidores u órganos de defensa	1	1	1	1	1		
	31.5	Tiene servicios/productos prohibidos en otros países y todavía comercializados en su país o exportados	1	1	1	1	1		
	31.6	Ya ha tenido productos multados por el incumplimiento de reglamento sobre la información y rotulado	1	1	1	1	1		
	31.7	Cuenta con empaques o contratos que tengan las advertencias necesarias para el correcto uso y/o advertencias del producto o servicio que ofrece	2	2	2	1	0		
	31.8	Considera los requerimientos de clientes con capacidades diferentes	2	2	1	1	1		
8	<b>Promedio</b>	<b>1.25</b>	<b>1.38</b>	<b>1.25</b>	<b>1.13</b>	<b>0.75</b>		<b>1.15</b>	

Nota. Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice S: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Comunidad

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno</b>	La empresa	32.1	Ha definido cuál es su comunidad de manera clara y específica	2	2	2	2	2
		32.2	Reconoce a la comunidad en que está presente como parte interesada e importante en sus procesos decisorios	2	2	2	2	2
		32.3	Adopta políticas de relación con la comunidad de su entorno contempladas en su código de conducta y/o en la declaración de valores	2	2	1	2	2
		32.4	Participa activamente en la discusión de problemas comunitarios y del encaminamiento de soluciones	2	2	1	1	2
		32.5	Contribuye con el gobierno local en la mejora de la infraestructura local con que cuenta la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.)	1	2	2	1	2
		32.6	Tiene un programa para emplear, en las respectivas actividades y en la medida practicable, el mayor número de personas del entorno, dándoles formación, con el objetivo de aumentar los niveles de calificación de la comunidad, en cooperación con sindicatos u otras asociaciones de colaboradores, ONGs, representantes de la comunidad o autoridades públicas competentes	2	1	1	1	2
		32.7	Tiene prácticas de compras y de inversiones para perfeccionar el desarrollo socioeconómico de la comunidad en que está presente	1	1	1	1	2
		32.8	Concientiza y entrena a sus empleados para respetar los valores, cultura y tradiciones de la comunidad donde actúa	2	2	2	2	1
		32.9	Posee indicadores para monitorear los impactos causados por sus actividades en la comunidad de entorno	2	2	1	2	2
		32.10	En caso de que actúe en regiones que limitan con comunidades y reservas indígenas, adopta políticas, procedimientos y normas formales para valorar y preservar el patrimonio cultural, humano y tradiciones de las poblaciones indígenas	1	1	1	2	0
		32.11	Toma medidas correctivas en respuesta a reclamos sobre el impacto de sus actividades en la comunidad	2	2	1	2	2
		32.12	Tiene profesionales que se dediquen específicamente a dialogar con la o las comunidades del entorno para detectar sus inquietudes o necesidades previniendo un posible conflicto	2	2	1	2	2
12	<b>Promedio</b>		<b>1.75</b>	<b>1.75</b>	<b>1.33</b>	<b>1.67</b>	<b>1.75</b>	<b>1.65</b>
<b>Relaciones con Organizaciones Locales</b>	La empresa	33.1	Hace un estudio base de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos en la comunidad y realiza seguimiento del mismo	2	2	2	2	2
		33.2	Realiza en la comunidad, en conjunto con organizaciones locales, campañas educativas y/o de interés público	2	2	2	2	2
		33.3	La empresa utiliza a los estos organismos locales para tener información de los principales problemas de/con la comunidad	2	1	2	1	2
		33.4	La empresa busca asociarse con otras empresas para mantener comunicación y hacer	1	2	1	1	2

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
		proyectos conjuntos a través de estos organismos locales						
		4 Promedio	<b>1.75</b>	<b>1.75</b>	<b>1.75</b>	<b>1.50</b>	<b>2.00</b>	<b>1.75</b>
<b>Financiamiento de la Acción Social</b>	La empresa	34.1 Incluye la acción social y a sus responsables en el proceso general de planificación estratégica	2	2	0	2	2	
		34.2 Posee mecanismos para estimular a proveedores, accionistas y otros grupos de interés a hacer donaciones financieras	1	2	0	1	1	
		34.3 Utiliza especialistas en el ciclo de planificación, monitoreo y evaluación de su acción social	2	2	0	1	1	
		34.4 Planea su acción social con vistas a maximizar su impacto a largo plazo y de asegurar la sostenibilidad	2	2	0	1	2	
		34.5 Optimiza el impacto de su acción social impulsando recursos de otras empresas u organizaciones privadas y/o la participación de órganos públicos	1	2	0	1	2	
		34.6 Tiene procedimientos de consulta periódica a los beneficiarios de su acción social, monitoreándola por medio de indicadores de desempeño	2	2	0	1	1	
		6 Promedio	<b>1.67</b>	<b>2.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1.17</b>	<b>1.50</b>	<b>1.27</b>
<b>Involucramiento con la Acción Social</b>	La empresa	35.1 Utiliza los incentivos fiscales para deducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios	2	1	1	1	1	
		35.2 Participa en espacios de diálogo locales (grupos locales, mesas de diálogo, etc)	1	1	2	1	2	
		35.3 Divulga internamente los proyectos que apoya y desarrolla, ofreciendo oportunidades de trabajo voluntario y estimulando la participación de los empleados	1	2	1	1	2	
		35.4 Autoriza el uso controlado de horas pagadas para el trabajo voluntario de los empleados	1	1	1	1	1	
		35.5 Capacita, informa o incentiva a sus proveedores sobre los beneficios de realizar acción social	1	2	1	1	1	
		35.6 Involucra a otros grupos de interés en actividades de acción social que realiza la empresa	2	2	1	2	2	
	Respecto al gerenciamiento de la acción social, la empresa:	35.7 Posee un consejo o comité mixto, con miembros de distintas áreas de la empresa, o del grupo empresarial, incluyendo miembros de la sociedad acreditados para tratar sobre el área temática en que actúa	1	1	1	2	1	
35.8 Conoce las iniciativas de trabajo voluntario de su personal		1	2	1	1	2		
		8 Promedio	<b>1.25</b>	<b>1.50</b>	<b>1.13</b>	<b>1.25</b>	<b>1.50</b>	<b>1.33</b>

Nota. Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.

### Apéndice T: Evaluación de los Subindicadores Binarios de Gobierno y Sociedad

Subindicador	Ámbito	Preguntas	E1	E2	E3	E4	E5	Promedio Subindicador
<b>Contribución para Campañas Políticas</b>	La empresa	36.1	En los últimos cinco años, la empresa y sus directivos fueron mencionados negativamente en la prensa por contribuir financieramente a campañas políticas	0	1	0	0	0
		36.2	La empresa tiene normas explícitas de no utilización del poder económico para influenciar en las contribuciones que pudieran hacer otras empresas, proveedores, distribuidores y otros aliados	0	1	0	0	0
		36.3	Difunde una postura reconocida por el personal en cuanto a la prohibición de privilegios hacia funcionarios públicos	0	1	0	0	0
		36.4	Realiza auditorías sobre sus prácticas y procedimientos de control y sanción	0	2	0	0	0
		4	<b>Promedio</b>	<b>0.00</b>	<b>1.25</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Construcción de la Ciudadanía por las Empresas</b>	La empresa	37.1	Estimula a sus empleados para que ejerzan evaluación y control de la actuación de los candidatos electos	0	1	0	1	2
		1	<b>Promedio</b>	<b>0.00</b>	<b>1.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1.00</b>	<b>2.00</b>
<b>Prácticas Anticorrupción y Anticoima</b>	La empresa	38.1	Ha sido mencionada en la prensa en los últimos cinco años bajo sospecha de haber participado de algún incidente que involucre el ofrecimiento de sobornos o la práctica de corrupción de agentes públicos	1	0	0	1	1
		38.2	Prevé medidas que castiguen a los colaboradores y empleados involucrados en favorecimiento a agentes del sector público	1	0	0	1	0
		38.3	Posee una política explícita de no apoyo y no participación en procesos en los que se presume que se manipulan los edictos de licitación (públicos o privados)	1	0	0	1	0
		3	<b>Promedio</b>	<b>1.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1.00</b>	<b>0.33</b>
<b>Liderazgo e Influencia Social</b>	La empresa	39.1	Patrocina o realiza campañas de medios exclusivamente relacionadas a cuestiones de interés público	1	1	2	1	0
		39.2	Interactúa activamente con instituciones de enseñanza de todos los niveles para la elaboración de propuestas para mejorar la calificación de la mano de obra del sector en que actúa	1	0	1	1	2
		39.3	Estimula y patrocina proyectos de desarrollo de investigación y tecnología, interactuando activamente con la comunidad académica y científica	2	0	0	1	1
		3	<b>Promedio</b>	<b>1.33</b>	<b>0.33</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>
<b>Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales</b>	La empresa	40.1	Adopta o desarrolla una alianza con organismos públicos o de la sociedad civil con los objetivos de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, la salud y/o la infraestructura, erradicar el trabajo infantil y/o el trabajo forzado, incentivar la generación de renta y/o de empleo, promover seguridad alimentaria etc	2	1	0	1	0
		40.2	Patrocina un programa público o privado de beca escolar	1	1	0	1	0
		40.3	Articula y coordina alianzas con el gobierno en los programas en los cuales participa	2	1	0	1	2
		3	<b>Promedio</b>	<b>1.67</b>	<b>1.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1.00</b>	<b>0.67</b>

Nota. Adaptado de "Indicadores ETHOS - Perú 2021", por el Instituto ETHOS, 2010. Lima, Perú: Perú 2021.