

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque de RSE en Empresas del
Sector Comercio de Alimentos en la Provincia de Cusco**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Nelly Liconá Hancoccallo

Raúl Américo Mayorga Madrid

Liz Maribel Valencia Ayala

Asesor: José Espinoza

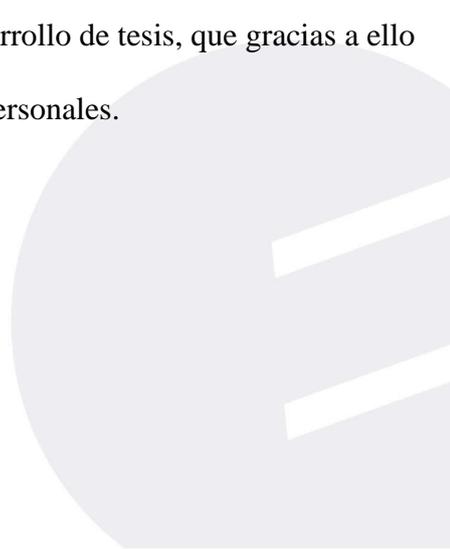
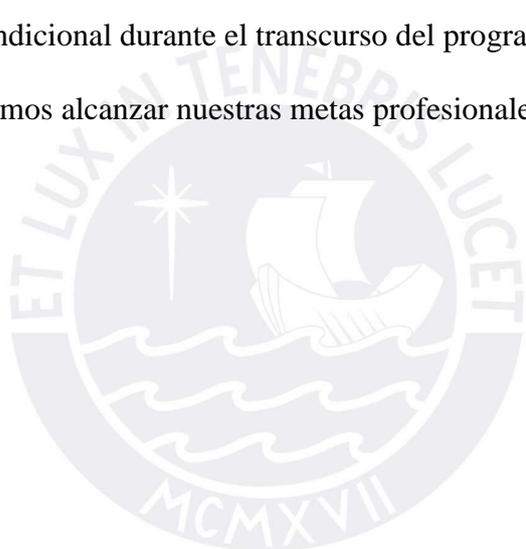
Surco, agosto de 2017

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro agradecimiento a todos y cada uno de los docentes de CENTRUM CATOLICA que durante el periodo académico nos han transmitido de manera altruista todo su conocimiento y experiencias, cuyas enseñanzas nos permiten crecer cada día como profesionales y seres humanos, un agradecimiento especial al profesor Dr. José Antonio Espinoza, por su diligente asesoramiento en el desarrollo de la presente investigación.

Dedicatorias

A Dios que, mediante su bendición nos permite cumplir nuestros más ansiados proyectos y objetivos; a nuestros padres, hermanos y amigos por su apoyo moral e incondicional durante el transcurso del programa y desarrollo de tesis, que gracias a ello podemos alcanzar nuestras metas profesionales como personales.



Resumen Ejecutivo

La presente investigación tiene como objetivo principal diagnosticar el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial (RSE) en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en 2016. La investigación se encuentra enmarcada de acuerdo al Modelo de RSE Perú 2021 que a su vez se fundamenta en los diferentes conceptos, principios, y estándares de gestión de RSE propuesta por organismos internacionales. La obtención de los datos se obtuvo mediante la aplicación de la herramienta de autoevaluación Indicadores Ethos-Perú 2021. Los objetivos específicos de la presente investigación fueron conocer el estado de gestión con enfoque de RSE respecto a los siguientes grupos de interés: (a) accionistas, (b) colaboradores, (c) clientes y consumidores, (d) proveedores, (e) medio ambiente, (f) comunidad y gobierno.

La investigación ha sido desarrollada desde un enfoque cuantitativo. Se optó por el nivel descriptivo de investigación y un diseño no experimental transeccional, debido a la naturaleza de los objetivos del estudio. La población estuvo integrada por todas las pequeñas y medianas empresas del sector comercio de alimentos de la provincia de Cusco, y el muestreo fue no probabilístico.

Los resultados demostraron que la gestión con enfoque de RSE se encontró en una etapa intermedia en prácticas de RSE (Etapa 2). Esto significó que las empresas mantuvieron una postura defensiva sobre los temas, pero ya empezaron a realizar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas. Se debe resaltar que los ejecutivos de las empresas del sector comercio de alimentos centraron sus acciones de RSE en los temas de consumidores y clientes; valores, transparencia y gobierno corporativo, público interno, y proveedores. Por otra parte, dieron menor importancia a los temas de gobierno y sociedad, medio ambiente, y comunidad.

Abstract

The main objective of the present investigation is to diagnose the state of management with a corporate social responsibility (CSR) approach in companies in the food trade sector in the province of Cusco in 2016. The research is framed according to the CSR Model Peru 2021 Which in turn is based on the different concepts, principles, and standards of CSR management proposed by international organizations. Data collection was obtained through the application of the self-assessment tool Ethos-Peru Indicators 2021. The specific objectives of this research were to know the management status with a CSR approach to the following stakeholders: (a) shareholders, (b) employees, (c) customers and consumers, (d) suppliers, (e) environment, and (f) community and government.

Research has been developed from a quantitative approach. We chose the descriptive level of research and a non-experimental transectional design, due to the nature of the objectives of the study. The population was composed of all the small and medium enterprises of the food trade sector of the province of Cusco, and the sampling was non-probabilistic.

The results showed that management with a CSR approach was found at an intermediate stage in CSR practices (Stage 2). This meant that the companies kept a defensive stance on the issues, but already began to make changes and advances regarding the conformity of their practices. It should be noted that the executives of companies in the food trade sector focused their CSR actions on consumer and customer issues; values, transparency and corporate governance, internal public, and suppliers. On the other hand they gave less importance to the issues of Government and society, environment, and community.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	vi
Lista de Figuras.....	vii
Capítulo I: Introducción	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Problema de Investigación	3
1.3 Propósito de la Investigación	3
1.4 Justificación de la Investigación	4
1.5 Naturaleza de la Investigación	6
1.6 Preguntas de la Investigación.....	6
1.7 Definición de Términos del Estudio	8
1.8 Limitaciones.....	9
1.9 Delimitaciones.....	10
1.10 Resumen del Capítulo	10
Capítulo II: Revisión de Literatura.....	12
2.1 Mapa Conceptual de la Revisión de Literatura	12
2.2 Estado de Gestión con Enfoque de RSE	12
2.4 Estudios Previos de Gestión con Enfoque de RSE	14
2.5.1 Ámbito local	15
2.5.1 Ámbito Nacional	16
2.5.1 Ámbito Internacional.....	18
2.5 Estándares Internacionales	19
2.5.1 Pacto Global de la ONU	20
2.5.2 Directrices de la OCDE	20
2.5.3 Declaración Tripartita de la OIT	21

2.5.4 Norma internacional ISO 14001	21
2.5.5 Norma internacional ISO 26000.....	22
2.5.6 Social Accountability (SA) 8000.....	23
2.5.7 British Standard (BS) 8800	23
2.5.8 Occupation Health and Safety Assessment (OHSAS) 18001	24
2.5.9 AccountAbility (AA) 1000.....	24
2.5.10 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE) 21	24
2.5.11 Forest Stewardship Council (FSC).....	25
2.5.12 Fairtrade International (FLO)	25
2.6 Herramientas de Gestión con Enfoque de RSE.....	26
2.6.1 Modelo de RSE Perú 2021	27
2.7 Prácticas de Gestión con Enfoque de RSE en el Perú.....	31
2.8 Sector Comercio de Alimentos en la Provincia de Cusco.....	34
2.8.1 Sector comercio y gasto familiar en alimentos.....	34
2.8.2 Delimitaciones del sector comercio de alimentos	36
2.8.3 Canales de distribución.....	36
2.8.4 Riesgos en el sector comercio de alimentos	37
2.9 Conclusiones	38
Capítulo III: Metodología	41
3.1. Diseño de la Investigación	41
3.2 Población.....	41
3.3 Selección de Muestra	43
3.4 Consentimiento Informado.....	43
3.5 Instrumento de Medición	43
3.6 Análisis e Interpretación de Datos	44

3.7 Validez y Confiabilidad	48
3.8 Resumen del Capítulo	48
Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados.....	50
4.1. Perfil de los Informantes	50
4.2. Presentación de Resultados	51
4.2.1 Resultados de las empresas del sector comercio de alimentos.....	51
4.2.2 Valores, transparencia y gobierno corporativo.....	52
4.2.3 Público interno.....	54
4.2.4 Medio Ambiente.....	57
4.2.5 Proveedores	59
4.2.6 Consumidores y clientes.....	60
4.2.7 Comunidad	61
4.2.8 Gobierno y sociedad.....	62
4.3 Resumen.....	64
Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones.....	66
5.1 Conclusiones	66
5.2 Recomendaciones.....	70
5.2.1 Recomendaciones prácticas.....	70
5.2.2 Recomendaciones para futuras investigaciones	74
Referencias.....	75
Apéndice A: Formato de Consentimiento para Participar en el Estudio	81
Apéndice B: Estructura del Cuestionario Indicadores Ethos-Perú 2021	82
Apéndice C: Matriz de los Indicadores de Profundidad.....	85
Apéndice D: Matriz de los Indicadores Binarios	88
Apéndice E: Metodología de Perú 2021 para el Procesamiento de Datos	93

Apéndice F: Notas por Indicadores.....	95
Apéndice G: Notas por Subtemas y Temas	97
Apéndice H: Notas Finales del Estado de la Gestión con Enfoque de RSE en el Sector Comercio de Alimentos	98
Apéndice I: Cálculo del Coeficiente <i>Alfa de Cronbach</i>	99



Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Listado de Empresas del Sector Comercio de Alimentos en la Provincia de Cusco en el año 2016</i>	42
Tabla 2. <i>Distribución de puntajes para los indicadores de profundidad</i>	46
Tabla 3. <i>Nota Máxima por Etapas</i>	47
Tabla 4. <i>Perfil de los Informantes</i>	51
Tabla C1. <i>Matriz de los Indicadores de Profundidad-Parte 1</i>	85
Tabla C2. <i>Matriz de los Indicadores de Profundidad-Parte 2</i>	86
Tabla C3. <i>Matriz de los Indicadores de Profundidad-Parte 3</i>	87
Tabla D1. <i>Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 1</i>	88
Tabla D2. <i>Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 2</i>	89
Tabla D3. <i>Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 3</i>	90
Tabla D4. <i>Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 4</i>	91
Tabla D5. <i>Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 5</i>	92
Tabla F1. <i>Notas por Indicadores-Parte 1</i>	95
Tabla F2. <i>Notas por Indicadores-Parte 2</i>	96
Tabla G1. <i>Notas por Subtemas y Temas</i>	97
Tabla H1. <i>Notas Finales del Estado de la Gestión con Enfoque de RSE en el Sector Comercio de Alimentos</i>	98
Tabla I1. <i>Cálculo del Coeficiente Alfa de Cronbach</i>	99

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i>	Mapa conceptual de la revisión de literatura.	13
<i>Figura 2.</i>	Sector comercio como porcentaje del PBI en el Perú.	35
<i>Figura 3.</i>	Estructura del gasto per cápita, según grupos de gasto, 2009 y 2015.	35
<i>Figura 4.</i>	Canales de marketing de bienes de consumo.	37
<i>Figura 5.</i>	Notas del estado de la gestión respecto a los siete temas.	52
<i>Figura 6.</i>	Notas del estado de la gestión respecto al tema valores, transparencia y gobierno corporativo.....	54
<i>Figura 7.</i>	Notas del estado de la gestión respecto al tema público interno.	57
<i>Figura 8.</i>	Notas del estado de la gestión respecto al tema medio ambiente.	¡Error!
	Marcador no definido.	
<i>Figura 9.</i>	Notas del estado de la gestión respecto al tema proveedores.	60
<i>Figura 10.</i>	Notas del estado de la gestión respecto al tema consumidores y clientes.	61
<i>Figura 11.</i>	Notas del estado de la gestión respecto al tema comunidad.	62
<i>Figura 12.</i>	Notas del estado de la gestión respecto al tema Gobierno y sociedad.....	63
<i>Figura 13.</i>	Notas del estado de la gestión respecto a los siete temas.	67

Capítulo I: Introducción

La función de las empresas no es solo obtener beneficios monetarios sino también generar efectos positivos para con sus grupos de interés o *stakeholders*, esta afirmación fue respaldada por autores como Portocarrero, Sandoborn y Llusera (2000) quienes afirmaron que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) más allá de sus objetivos lucrativos deben estar enfocados hacia los sectores involucrados con la empresa que son: (a) la comunidad, (b) los trabajadores, (c) el gobierno, y (d) los accionistas, es decir hacia el entorno interno y externo de la organización.

Caravedo (1998) mencionó tres formas que tienen las empresas para interactuar con su entorno las cuales son: (a) la responsabilidad empresarial, enfocado a los beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad donde operan; (b) la filantropía, específicamente altruista; y (c) la inversión social, que consiste en obtener beneficios para la empresa mediante el apoyo a la comunidad. Garavito (2007) se refirió a la RSE como la responsabilidad que tiene una empresa por los efectos de sus operaciones sobre sus grupos de interés o *stakeholders*. Conforme a las afirmaciones de los autores antes señalados en la presente investigación se buscó conocer cuál fue el estado de la gestión con enfoque de RSE de las empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016.

1.1 Antecedentes

En el ámbito mundial, organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud [OMS] (2015) promueven una alimentación saludable que incluya una dieta diversificada, equilibrada y sana, asimismo el esfuerzo de llevar a cabo estas acciones requiere de la participación del sector público, sector privado, organismos internacionales, y la sociedad civil. En el Perú, la alimentación saludable es promovida por el Ministerio de Salud [MINSA] (2016), organismo del Estado, siendo uno de sus objetivos el mejorar las condiciones de nutrimento de la población peruana por medio de acciones integradas de

salud y nutrición, principalmente dirigida a los grupos vulnerables de pobreza extrema y exclusión. En este sentido el sector de comercio de alimentos en el Perú es importante porque por medio de este sector se puede promover el consumo de alimentos saludables en la población.

El impacto positivo de la presente investigación se da porque las empresas del sector comercio de alimentos podrán contar con información que les permita plantearse nuevos objetivos en su gestión con enfoque de RSE con el fin de obtener beneficios conforme al avance de sus prácticas en RSE. Se debe señalar que los beneficios de las prácticas socialmente responsables según Canessa y García (2005) son los siguientes: (a) mejoramiento del desempeño financiero, (b) reducción de los costos operativos, y (c) mejora de la imagen de la marca y reputación de la empresa. Es importante que se dé una buena imagen por el turismo que se desarrolla en la provincia de Cusco, por consiguiente, las empresas del sector comercio de alimentos deben contribuir a ello mediante sus prácticas de RSE.

Se ha evidenciado que se han realizado estudios sobre el tema de gestión con enfoque de RSE en el sector microfinanciero, hotelero y salud privado en la provincia de Cusco, pero no en el sector comercio de alimentos, por consiguiente, el presente estudio es oportuno y representa una base para el desarrollo de futuras investigaciones en el sector. Asimismo, en el Perú también se realizaron estudios sobre gestión con enfoque de RSE en la región de Piura y Cajamarca. En la región Piura los sectores estudiados fueron: (a) hotelero, (b) hidrobiológico, y (c) agroindustrial. En la región Cajamarca los sectores estudiados fueron: (a) construcción, (b) minero y (c) salud privado. Se debe señalar que todos estos estudios utilizaron como instrumento de medición los Indicadores Ethos-Perú 2021. Los resultados de estas investigaciones se presentan en el Capítulo II de revisión de literatura.

En el Perú la herramienta indicadores Ethos-Perú 2021 forma parte de uno de los tres proyectos del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social (PLARSE), dicha

herramienta tiene el objetivo de ser un referente para los países de Latinoamérica, asimismo estos indicadores fueron adaptados por Perú 2021 a la realidad peruana en el año 2006; y validados en un taller con organizaciones del sector privado y de la sociedad civil en febrero del 2010 (Perú 2021, 2016). Finalmente, la herramienta está alineada con iniciativas y estándares internacionales como son: (a) guías G4 del Global Reporting Initiative (GRI), (b) los principios del Pacto Mundial, y (c) la norma ISO 26000 (Perú 2021, 2016). Bajo estas premisas resulta confiable su aplicación para la presente investigación.

1.2 Problema de Investigación

El problema de investigación fue conocer cual es el estado de la gestión con enfoque de RSE en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en el año 2016 de la ciudad de Cusco a fin de canalizar esfuerzos de valores compartidos en lo referente a conductas éticas, valores, transparencia, relaciones con sus colaboradores y grupos de interés así como el cuidado del medio ambiente, esta investigación se realizó según los siete temas de los Indicadores Ethos-Perú 2021. El planteamiento del problema se determinó por la escasa información sobre la gestión de las empresas del sector comercio de alimentos basado en prácticas de RSE. Los resultados de la presente investigación permitirán a los ejecutivos identificar los temas de mayor y menor importancia en su gestión actual. Asimismo, conocerán cuales son las prácticas que aún no las han considerado o que requieren de una mayor atención para mejorar y avanzar en su gestión con enfoque de RSE.

1.3 Propósito de la Investigación

El propósito general del presente estudio es conocer el estado de la gestión con enfoque de RSE en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021. Los objetivos específicos de la investigación fueron los siguientes:

- Conocer el estado de la gestión con respecto a los valores, transparencia y el gobierno corporativo en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021.
- Conocer el estado de la gestión con respecto al público interno en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021.
- Conocer el estado de la gestión con respecto al medio ambiente en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021.
- Conocer el estado de la gestión con respecto a los proveedores en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021.
- Conocer el estado de la gestión con respecto a los consumidores y clientes en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021.
- Conocer el estado de la gestión con respecto a la comunidad en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021.
- Conocer el estado de la gestión con respecto al gobierno y sociedad en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021.

1.4 Justificación de la Investigación

La justificación de la investigación se centra en dar a conocer a los ejecutivos de una muestra de empresas del sector comercio de alimentos, cual es el estado de su gestión con

enfoque de RSE en las empresas que dirigen y de esta forma se pueda difundir aspectos prácticos de RSE contenidas en los Indicadores Ethos-Perú 2021. El ser conscientes del estado actual de su gestión les permitirá a los ejecutivos avanzar y conseguir el desarrollo sostenible de sus organizaciones. Al respecto Brown (2010) señaló que el modelo de gestión empresarial debe conocer los impactos económicos, sociales y ambientales que produce con sus operaciones. En este sentido la RSE debe comprenderse como un acto voluntario que adoptan las empresas, fuera de sus obligaciones fiscales, en contribuir con el desarrollo de la sociedad para mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias. En el proceso de implementar este modelo de gestión Brown (2010) mencionó que se requiere de varias etapas entre ellas esta identificar los beneficios de una gestión con RSE, tener un diagnóstico del estado actual, planificar estrategias, implementarlas, comunicarlas, medirlas y monitorearlas, y mejorarlas. Bajo este proceso la presente investigación resultaría útil en mejorar la gestión de las empresas participantes.

El estudio se enfocó en el sector comercio de alimentos, debido a que en Perú el sector comercio representa una parte importante del Producto Bruto Interno, que para el año 2016 representó el 11% del PBI (Banco Central de Reserva del Perú, 2016). Asimismo, el sector de alimentos es un factor clave en la salud de la población, debido a que un comercio de alimentos de calidad asegura una dieta saludable que contrarresta los problemas propios de la malnutrición en todas sus formas, así como de las enfermedades no trasmisibles, como la diabetes, las cardiopatías, los accidentes cerebrovasculares y el cáncer (OMS, 2015). Por otra parte, se comprobó que se realizaron otros estudios en la región Cusco con respecto a la gestión con enfoque de RSE en diferentes sectores como el hotelero, microfinanciero y salud privado; por consiguiente, el sector comercio de alimentos no podía quedar relegado.

Los resultados de la presente investigación servirán como punto de partida para futuras investigaciones que busquen conocer la evolución del estado de la gestión con enfoque de RSE en el tiempo, profundizar en el mismo, o medir el cambio en el estado de

gestión cuando alguna empresa del sector obtenga certificaciones en prácticas de RSE. El informe Brundtland de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1987) mencionó que el desarrollo sostenible “implica asegurar que se satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (p. 23). Bajo esta perspectiva, las empresas del sector comercio de alimentos tienen como reto que su futuro crecimiento y posterior expansión se dé bajo un modelo de desarrollo sostenible y la oportunidad de incluir a sus estrategias empresariales prácticas de RSE considerando a sus diferentes grupos de interés como parte fundamental con el compromiso de satisfacer las necesidades de generaciones futuras y estas no se vean amenazadas.

1.5 Naturaleza de la Investigación

El presente estudio tuvo un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional o transversal. Fue Descriptivo porque se levantó información de una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco con la aplicación del cuestionario indicadores Ethos-Perú 2021 respecto a los siete temas objetos de investigación. Ello con el fin de realizar un diagnóstico descriptivo, no se pretende inferir, tampoco predecir, o generalizar. Fue cuantitativo porque con los datos obtenidos se asignó valores numéricos a las variables en estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). El diseño de la investigación fue no experimental transversal porque no se manipularon deliberadamente las variables y se desarrolló para un único periodo (Hernández et al., 2010), en este caso en el año 2016.

1.6 Preguntas de la Investigación

La pregunta general que busca responder la presente investigación es ¿Cuál fue el estado de la gestión con enfoque de RSE en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú

2021?, asimismo se planteó las siguientes preguntas específicas de acuerdo a los objetivos específicos, que se detallan a continuación:

- ¿Cuál fue el estado de la gestión con respecto a los valores, transparencia y el gobierno corporativo en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021?
- ¿Cuál fue el estado de la gestión con respecto al público interno en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021?
- ¿Cuál fue el estado de la gestión con respecto al medio ambiente en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021?
- ¿Cuál fue el estado de la gestión con respecto a los proveedores en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021?
- ¿Cuál fue el estado de la gestión con respecto a los consumidores y clientes en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021?
- ¿Cuál fue el estado de la gestión con respecto a la comunidad en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021?
- ¿Cuál fue el estado de la gestión con respecto al gobierno y sociedad en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021?

1.7 Definición de Términos del Estudio

A continuación, se definen los términos de los siete temas contenidos en los Indicadores Ethos-Perú 2021 y que están relacionados a los objetivos específicos de la investigación.

- Los valores, transparencia y gobierno corporativo se refieren a las acciones que se realizan para con los accionistas mediante políticas de buen gobierno corporativo, códigos de ética y transparencia (Perú 2021, 2016). Se entiende por buen gobierno corporativo como aquel que protege los derechos e intereses de los accionistas y asegura un trato justo y equitativo en la repartición de bienes (Perú 2021, 2016).
- El público interno, se define como todos los trabajadores de la empresa, como aquellos que se encuentran en planilla, por servicios tercerizados o subcontratados; las acciones en el marco de la RSE con los colaboradores incluyen políticas de equilibrio entre vida laboral y personal, desarrollo profesional, retribuciones justas, comunicación horizontal, salud y seguridad laboral, entre otras (Perú 2021, 2016).
- El término medio ambiente, se refiere al entorno donde la empresa realiza sus operaciones ya sea de forma directa o indirecta, este entorno incluye el habitat de los seres humanos, animales, plantas, etc. Las acciones en el marco de RSE permite a las empresas adoptar políticas como de las 3 Rs (reciclar, reducir, reusar), ISO 14001, la ecoeficiencia, el uso de energías limpias o renovables, ser una empresa de carbono neutral, entre otras (Perú 2021, 2016).
- Los proveedores, se definen como las personas o entidades que provee de bienes o servicios a la empresa, es decir asumen el rol de abastecimientos. Las acciones en el marco de la RSE incluyen acciones como la transferencia de tecnología, capacitaciones, mesas de diálogo, pago justo y a tiempo, incorporar a los proveedores de la base de la pirámide, entre otras (Perú 2021, 2016).

- Los consumidores y clientes, son todos los que compran y utilizan los productos o servicios que ofrece una empresa. Las acciones en el marco de la RSE incluyen acciones de marketing con causa social y responsable, divulgación de información relevante sobre los servicios prestados, prácticas éticas de venta, la adopción de sistemas de calidad como la ISO 9000, entre otros (Perú 2021, 2016).
- La comunidad, se define como todas las personas que viven en zonas aledañas al lugar donde la empresa realiza sus operaciones. Las acciones en el marco de la RSE hacia la comunidad comprenden entre muchas el respeto por sus creencias y costumbres, genera programas de desarrollo económico y social, promueve el diálogo abierto y transparente, identifica potenciales conflictos de interés, promueve el voluntariado empresarial, y el trabajo conjunto con otras organizaciones que velen por la comunidad como pueden ser los organismos no gubernamentales (Perú 2021, 2016).
- El gobierno y sociedad, se refiere al gobierno central como a los gobiernos locales que funcionan como fiscalizadores y reguladores de las operaciones que realizan las empresas, con el fin de evitar efectos negativos en la sociedad. Entre las acciones que pueden adoptar están las alianzas en proyectos que beneficien tanto a la empresa como a la sociedad. Por otra parte, las empresas pueden adoptar políticas de anticorrupción, de transferencia de conocimientos, de capacitación y apoyo a la sociedad (Perú 2021, 2016).

1.8 Limitaciones

Las limitaciones que se tuvieron en la presente investigación fueron: (a) la escasez de estudios previos sobre el tema de investigación en el sector comercio de alimentos; (b) el tiempo limitado de los ejecutivos del sector comercio de alimentos para proveer de información y contestar el cuestionario; y (c) la desconfianza por parte de algunos ejecutivos de brindar alguna información que comprometiera su desempeño. Para mitigar el efecto de

las limitaciones antes mencionadas se realizó lo siguiente: (a) Ante la escasez de estudios previos en el sector comercio de alimentos se tomó como referencia estudios previos en otros sectores; (b) la escases de tiempo de los ejecutivos para responder el cuestionario fue superado al brindar un mayor espacio de tiempo para que se responda de forma satisfactoria todo el cuestionario; y (c) la desconfianza de brindar información fue superada al manifestarles la confidencialidad del nombre de la empresa y del informante en los resultados.

1.9 Delimitaciones

Las delimitaciones del estudio fueron: (a) empresas cuya actividad económica principal pertenecía al sector comercio mayorista y minorista de alimentos, (b) empresas que se encontraban geográficamente en la provincia de Cusco, (c) pequeñas y medianas empresas cuyo nivel de ventas fueron mayores a 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), (d) empresas que tenían de diez a más trabajadores a tiempo completo, (e) el año en que se realizó la investigación fue el 2016. Estas delimitaciones permitieron situar el problema de investigación en un contexto definido para su mejor comprensión e interpretación. Según las delimitaciones antes señaladas se identificaron a siete empresas que cumplían con las especificaciones, sin embargo, la muestra fue de cinco debido a que las dos empresas restantes no accedieron a participar en el estudio.

1.10 Resumen

La función de las empresas bajo una gestión con enfoque de RSE consiste en generar efectos positivos para con sus diferentes grupos de interés, esta afirmación fue respaldado por autores como Portocarrero et al. (2000), Caravedo (1998), y Garavito (2007). Para la presente investigación se realizó la búsqueda de estudios previos en relación al tema de investigación los mismos que se realizaron a nivel nacional en las regiones de Cusco,

Cajamarca y Piura. Perú 2021 introdujo en el año 2006 los indicadores Ethos-Perú 2021, los mismos que fueron adaptados a la realidad peruana.

El propósito de la investigación fue conocer el estado de la gestión con enfoque de RSE en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021. Asimismo, se plantearon siete objetivos específicos para conocer el estado de gestión con enfoque de RSE respecto a todos los temas de los Indicadores Ethos-Perú 2021, los cuales son: Valores, transparencia y gobierno corporativo; público interno; medio ambiente; proveedores; consumidores y clientes; comunidad; y gobierno y sociedad. La investigación se justifica porque permite dar a conocer cuál es el estado de su gestión con enfoque de RSE en las empresas del sector comercio de alimentos, por otra parte, el sector comercio de alimentos representa una parte importante del PBI peruano, así como es un sector clave para promover una alimentación saludable en la población. Por último, el estudio tuvo un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional. Cabe mencionar que las limitaciones no representaron mayor inconveniente en la realización del estudio y las delimitaciones permitieron situar el objetivo en un contexto definido para una mejor interpretación de resultados.

Capítulo II: Revisión de Literatura

Según Hernández et al. (2010) la revisión de la literatura se realiza con la finalidad de entender y profundizar conceptos claves que den sustento al marco conceptual de una investigación. De acuerdo a este concepto en el presente capítulo se hizo una revisión de literatura en relación al tema de RSE, según la siguiente estructura: (a) estado de gestión con enfoque de RSE, (b) estudios previos de gestión con enfoque de RSE; (c) estándares internacionales de RSE; (d) herramientas de gestión con enfoque de RSE; (e) prácticas de gestión con enfoque de RSE en el Perú; y (f) el sector comercio de alimentos en el Perú.

2.1 Mapa Conceptual de la Revisión de Literatura

Para la revisión de literatura se revisó diversas fuentes como libros, revistas, trabajos de investigación y publicaciones de organizaciones que se enfocaron en estudiar el tema de RSE. Con toda la información recopilada y sintetizada se estructuró el mapa conceptual de la revisión de literatura con la finalidad de comparar los resultados con las investigaciones que realizaron otros autores sobre el tema. Asimismo, la revisión de literatura da un respaldo a la presente investigación principalmente en los siguientes aspectos: (a) en la elección del instrumento de medición, (b) en la interpretación de los estados de gestión con enfoque de RSE, y (c) en las conclusiones y recomendaciones. La estructura del mapa de la literatura está dividida en cinco aspectos principales que se interconectan para desarrollar las conclusiones del capítulo (ver Figura 1).

2.2 Estado de Gestión con Enfoque de RSE

En la presente investigación, para conocer cuál fue el estado de gestión con enfoque de RSE se utilizó el modelo de los Indicadores Ethos-Perú 2021. La herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021 incluye en sus cuarenta indicadores cuatro etapas en la gestión con enfoque de RSE; estas etapas evolucionan desde una etapa básica hasta una proactiva. A continuación, se describe cada una de estas etapas:

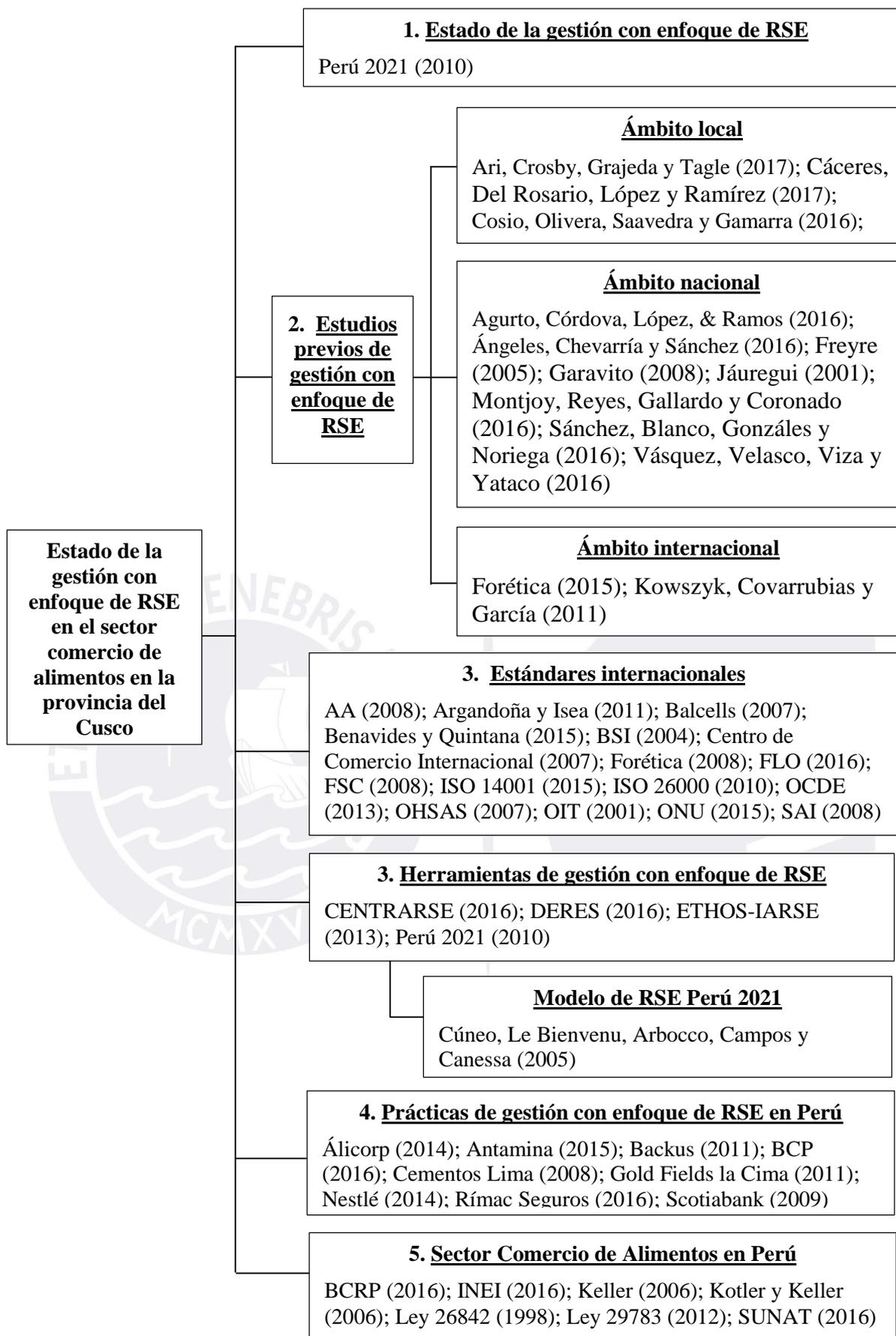


Figura 1. Mapa conceptual de la revisión de literatura.

La Etapa 1 representa una etapa básica de acciones de la empresa, en la cual está todavía en nivel reactivo a las exigencias legales. La Etapa 2 representa una etapa intermediaria de acciones, en la cual la compañía mantiene una postura defensiva sobre los temas, pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas. La Etapa 3 representa una etapa avanzada de acciones, en la cual ya se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad, para prepararse de ante mano a las presiones reguladores que resultan en cambios de expectativas en la empresa; la responsabilidad social y el desarrollo sustentable son considerados estratégicos para el negocio. La 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. (Perú 2021, 2010, p. 10)

Las cuatro etapas de los Indicadores Ethos Perú 2021 representaron un modelo secuencial, es decir que la empresa debe realizar acciones previas que serán el soporte de las etapas superiores. Considerando el modelo de Perú 2021 las empresas que mencionan no encontrarse en una de las cuatro etapas se explican porque en su gestión con enfoque de RSE no considera relevante realizar prácticas en los indicadores puntalmente señalados.

2.4 Estudios Previos de Gestión con Enfoque de RSE

Se encontraron estudios previos de gestión con enfoque de RSE en los sectores hotelero, microfinanciero, salud privado, construcción, hidrobiológico, agroindustrial, y minero más no en el sector comercio de alimentos. Por consiguiente, se ha hecho una recopilación de la información por ámbito geográfico resaltando principalmente los resultados que se obtuvieron a nivel del sector como también respecto a los siete temas de los indicadores Ethos Perú 2021. En la mayoría de investigaciones se utilizó como herramienta los indicadores Ethos Perú 2021, sin embargo, algunos estudios utilizaron otras metodologías.

2.5.1 Ámbito local

En el ámbito de la región Cusco, se realizaron investigaciones en los sectores microfinanciero, hotelero y salud privado. Estos estudios utilizaron los indicadores Ethos Perú 2021 como instrumento de medición. Un estudio dirigido al sector microfinanciero concluyó que la gestión con enfoque de RSE se encontró en una Etapa 2 o intermedia; asimismo, el tema de mayor puntaje fue consumidores y clientes, mientras que el de menor desempeño fue medio ambiente (Cosio, Olivera, Saavedra, & Gamarra, 2016). Otro estudio dirigido al sector hotelero concluyó que los temas con mayor avance y que se encontraron en una etapa proactiva (Etapa 4) fueron: (a) valores, transparencia y gobierno corporativo; (b) medio ambiente; y (c) consumidores y clientes (Ari, Crosby, Grajeda, & Tagle, 2017).

Por otra parte, los temas que se encontraron en una etapa avanzada (Etapa 3) fueron: (a) público interno, (b) proveedores, y (c) comunidad; por último, el tema de menor avance y que se encontró en una etapa intermedia (Etapa 2) fue gobierno y sociedad (Ari et al., 2017). Esto se debe, a que las empresas carecen de políticas que incentiven o faciliten la interacción de la empresa con sus grupos de interés (Ari et al., 2017). Por último, un estudio dirigido al sector salud privado concluyó que la gestión con enfoque de RSE se encontró en una etapa intermedia de acciones (Etapa 2); siendo el tema de mayor importancia consumidores y clientes y el de menor importancia medio ambiente (Cáceres, Del Rosario, López, & Ramírez, 2017).

En conclusión, los estudios realizados a nivel de la región Cusco concluyeron que la gestión con enfoque de RSE se encuentra en una etapa intermedia de acciones (Etapa 2). Asimismo, el tema de mayor importancia fue consumidores y clientes en los sectores microfinanciero y salud privado, quienes coinciden también en señalar que el tema de menor importancia fue medio ambiente. Se debe resaltar que el sector que mostró un mayor avance fue el hotelero, debido a que su gestión se encontró en etapas avanzadas y proactivas.

2.5.1 Ámbito Nacional

En el ámbito nacional se realizaron estudios en las regiones de Piura y Cajamarca, estos estudios utilizaron como instrumento de medición los Indicadores Ethos Perú 2021. En la región Piura se encontraron estudios en los sectores hidrobiológico y agroindustrial. Respecto al sector hidrobiológico las conclusiones fueron que la gestión con enfoque de RSE de la muestra de empresas del sector se limita sólo a cumplir con la ley sobre las exigencias sociales existentes (Etapa 1) y que las empresas no han implementado los diferentes aspectos que contiene el instrumento Indicadores Ethos-Perú 2021; por otra parte, el tema con mayor desempeño fue medio ambiente, mientras que el de menor desempeño fue comunidad (Agurto, Córdova, López, & Ramos, 2016). Respecto al sector agroindustrial la conclusión fue que la gestión con enfoque de RSE en las empresas del sector agroindustrial se ubica en la Etapa 1, lo que significa un nivel básico de acciones reactivas a las exigencias legales, es decir la gestión en el sector aún es incipiente; por otra parte, el tema que obtuvo el mejor desempeño fue valores, transparencia y gobierno corporativo, y el de menor desempeño fue gobierno y sociedad (Ángeles, Chevarría, & Sánchez, 2016). En conclusión, en los sectores de hidrobiológico y agroindustrial de la región Piura la gestión de las empresas se encuentra en una etapa básica o reactiva a las exigencias legales (Etapa 1).

En la región Cajamarca, se encontraron estudio en los sectores minero, salud privado y construcción. Respecto al sector minero la conclusión del estudio fue que las empresas se encontraron en una etapa intermedia (Etapa 2); es decir una fase de transición desde una postura defensiva a las exigencias legales hacia la incorporación de prácticas de RSE en la estrategia del negocio (Sánchez, Blanco, Gonzáles, & Noriega, 2016). Respecto al sector salud privado las conclusiones fueron que la gestión de RSE se ubica en la Etapa 1, lo que significa que las empresas se encuentran distante a la cultura organizacional moderna; asimismo, los ejecutivos de las empresas del sector les dan mayor importancia a los temas de

valores, transparencia y gobierno; público interno; y clientes (Vásquez, Velasco, Viza, & Yataco, 2016). Por otra parte, los temas de poca prioridad en su gestión fueron el medio ambiente, los proveedores, la comunidad, y el gobierno y sociedad (Vásquez et al., 2016). Respecto al sector construcción la conclusión general fue que las empresas se encuentran en una etapa intermedia de acciones de RSE (Etapa 2); el tema de mayor desempeño fue valores, transparencia y gobierno, mientras que el tema con un pobre desempeño fue gobierno y sociedad (Montjoy, Reyes, Gallardo, & Coronado, 2016). En conclusión, en los sectores minero y construcción de la región Cajamarca la gestión de las empresas se encuentra en una etapa intermedia de acciones en RSE (Etapa 2), sin embargo, en el sector salud privado el estado de gestión fue básico o reactivo a las exigencias legales (Etapa 1).

A continuación, se presentan estudios a nivel nacional que utilizaron una metodología diferente a la de los Indicadores Ethos Perú 2021, pero que estudiaron la gestión con enfoque de RSE en el Perú. Una de estas investigaciones analizó la razón de por qué las empresas se orientan a temas relacionados con la comunidad y el medio ambiente y dan menor atención al tema laboral, el resultado de la investigación demostró que se debe a la falta de demanda de la sociedad en políticas de RSE en el campo laboral (Garavito, 2008). Otra investigación respecto a la RSE concluyó que las empresas peruanas en el año 2005 realizaron prácticas de RSE de manera insipiente cualquiera sea su tamaño y su naturaleza (Freyre, 2005).

Una de las investigaciones más amplias realizadas en el Perú recopiló información de 144 ejecutivos de diferentes sectores económicos y los resultados fueron los siguientes: (a) la mayoría de ejecutivos no comprenden con claridad el concepto moderno de RSE, ni sus alcances y beneficios; (b) la percepción de los beneficios están relacionados con la mejora de la imagen, reputación, satisfacción de los trabajadores y clientes; (c) la mayoría de los ejecutivos cree que el desarrollo de la RSE en el Perú es escaso o nulo; (d) el nivel de compromiso con la RSE es entre medio y bajo; (e) los aspectos con mayor avance

relacionados a obtener beneficios económicos son la adecuada atención al cliente, el cumplimiento de las responsabilidades tributarias y la justa selección y evaluación de los proveedores; (f) los aspectos más descuidados fueron las practicas anticorrupción, el uso responsable de los recursos naturales, y apoyo a las comunidades; (g) las cuatro empresas más destacadas por los ejecutivos fueron Backus, el Banco de Crédito, Telefónica y la compañía minera Antamina por su apoyo al deporte, la cultura, el arte y la educación; (h) y por último los ejecutivos consideran que se debe dar mayor difusión de programas de implementación de RSE, difundir casos de éxito en el Perú y apoyo estatal en el tema (Jáuregui, 2001).

Freyre (2005) y Jáuregui (2001) coincidieron en sus conclusiones al mencionar que el estado de la gestión con enfoque de RSE en el Perú durante los años 2001 y 2005 en que se realizaron dichas investigaciones estuvo en una etapa incipiente. Según la investigación de Jáuregui la mayoría de ejecutivos desconocen muchos aspectos sobre la RSE así también de cómo implementarlo en sus organizaciones, en este sentido la presente investigación permitirá de alguna manera introducir la herramienta Indicadores Ethos Perú-2021 en la gestión de las empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco, asimismo los ejecutivos tendrán mayor conocimiento de las diferentes prácticas de RSE.

2.5.1 Ámbito Internacional

En el ámbito internacional, se realizó un estudio sobre el estado de la responsabilidad social empresarial en América Latina, en dicho estudio participaron 1,279 ejecutivos de 17 países de América Latina, quienes respondieron un cuestionario en línea que se elaboró en base a las dimensiones de RSE relacionadas con la guía ISO 26,000. Entre las conclusiones más resaltantes del estudio se tienen las siguientes: (a) los ejecutivos asignaron a las empresas en las que laboran un nivel de RSE del 73%; (b) la dimensión consumidores y usuarios fue la mejor evaluada por los ejecutivos, en segundo lugar se encontró relaciones con los

trabajadores, y la peor evaluada fue toma de decisiones y transparencia; (c) según la percepción de los ejecutivos las empresas multinacionales están más avanzadas que las nacionales en el nivel de RSE; (d) el 47% de empresas publican reportes de sustentabilidad; y (e) el 55% de empresas informó que cuenta con estrategias o políticas de RSE escritas y difundidas (Kowszyk, Covarrubias, & García, 2011).

En el ámbito europeo, España es el país que cuenta con el mayor número de firmantes del Pacto Mundial de la ONU. Asimismo, el grado de empresas españolas que adoptan políticas y herramientas avanzadas en RSE es alto (54%); una de cada dos empresas medianas y grandes tiene implementadas políticas y herramientas avanzadas en materia de RSE (Forética, 2015). Las empresas españolas tienen una fuerte presencia en el índice Dow Jones de sostenibilidad; es así que en la edición del año 2015 aparecen 20 empresas españolas de las cuales 13 se encuentran en las categorías de líder, oro, plata y bronce (Forética, 2015). Se puede concluir que, a nivel de América Latina y Europa, el nivel de RSE estuvo en una fase avanzada principalmente en las medianas y grandes empresas. En promedio una de cada dos empresas, publica reportes de sostenibilidad y poseen políticas de RSE.

2.5 Estándares Internacionales

El uso de los estándares internacionales desempeña un papel preponderante en la gestión de las empresas, especialmente porque se fomenta la calidad, la integración económica y política, y es un factor fundamental que permite mejorar la competitividad empresarial (Benavides, & Quintana, 2015). A continuación, se presenta los siguientes estándares internacionales: Pacto Global, Directrices de la OCDE, Declaración Tripartita de la OIT, ISO 14001, ISO 26000, Social Accountability (SA) 8000, British Standard (BS) 8800, Occupation Health and Safety Assessment (OHSAS) 18001, AccountAbility (AA) 1000, Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE) 21, Forest Stewardship Council (FSC), y Fairtrade International (FLO).

2.5.1 Pacto Global de la ONU

El Pacto Global es la iniciativa más importante a nivel mundial en aspectos de RSE, las Naciones Unidas la definen como “un llamado a las empresas a alinear sus estrategias y operaciones con los principios universales de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, y tomar acciones que permitan avanzar en los objetivos sociales” (ONU, 2016, párr. 1). Los diez principios del Pacto Global son los siguientes: (a) Principio 1, las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos dentro de su ámbito de influencia; (b) Principio 2, asegurarse de no actuar como cómplices de la vulneración de los derechos humanos; (c) Principio 3, apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva; (d) Principio 4, promover la eliminación de toda forma de trabajo forzoso y obligatorio; (e) Principio 5, promover la abolición del trabajo infantil; (f) Principio 6, promover la eliminación de toda forma de discriminación en el trabajo; (g) Principio 7, apoyar criterios de precaución a los problemas ambientales; (h) Principio 8, adoptar iniciativas que promuevan responsabilidad ambiental; (i) Principio 9, fomentar el desarrollo en la difusión de tecnologías ecológicamente racionales; y (j) Principio 10, trabajar contra la corrupción en todas sus formas incluidas la extorsión y el soborno (ONU, 2016).

2.5.2 Directrices de la OCDE

Las directrices son principios y normas que los gobiernos aconsejan seguir a las empresas multinacionales para controlar sus acciones en el entorno mundial, conforme a la legislación y normativa internacional (OCDE, 2013). El objetivo de las directrices es garantizar que las empresas actúen de acuerdo a las políticas públicas, se fortalezca la confianza entre empresa y sociedad, mejorar el clima para la inversión extranjera, y que las empresas contribuyan al desarrollo sostenible (OCDE, 2013). Las directrices se presentan en once capítulos donde se establecen las siguientes recomendaciones: (a) garantizar la

divulgación de información transparente con la sociedad; (b) respeto por los derechos humanos en las actividades empresariales; (c) respeto de los derechos laborales como la abolición del trabajo infantil, forzado y de igualdad de oportunidades; (d) protección del medio ambiente; (e) prohíbe los sobornos y otras formas de extorción; (f) desarrollar prácticas comerciales, de *marketing* y publicitarias leales; (g) garantizar que las actividades empresariales sean compatibles con las políticas referentes a ciencia y tecnología; (h) prohíbe todo tipo de colusión contraria a la libre competencia; y (i) mantener una postura transparente en cuestiones tributarias (OCDE, 2013).

2.5.3 Declaración Tripartita de la OIT

El documento Declaración Tripartita se basa en una estructura que relaciona al gobierno con la empresa y sus trabajadores, donde se incluye principios laborales y sociales, este documento promueve en las empresas multinacionales el sentido de desarrollo económico-social, con el fin de minimizar y reparar los daños que puedan ocasionar con sus operaciones (OIT, 2001). Los principios de la Declaración Tripartita dirigido a empresas son los siguientes: (a) acatar los derechos fundamentales en el trabajo; (b) incrementar oportunidades laborales, especialmente dirigido al empleo nacional, y evitar los despidos arbitrarios; (c) contribuir con el desarrollo profesional de sus colaboradores, y ofrecer oportunidades para ampliar su experiencia laboral; (d) brindar adecuados salarios, prestaciones y condiciones de trabajo; y (e) respetar la libertad sindical y el derecho de negociación colectiva, proporcionando las instalaciones y la información necesaria (OIT, 2001).

2.5.4 Norma internacional ISO 14001

La ISO 14001 proporciona a las organizaciones un conjunto de normas con la finalidad de proteger el medio ambiente, responder al cambio de las condiciones ambientales, y que guarden un equilibrio con las necesidades socioeconómicas (ISO 14001, 2015).

También permite a las empresas implantar un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) y de esta manera brindar beneficios económicos significativos a los diferentes grupos de interés (Centro de Comercio Internacional, 2007). La ISO 14001 está enmarcado en cinco principios que son: (a) prevención, permite controlar la contaminación con la aplicación de un plan regular; (b) precaución, cuando existiera dudas sobre las consecuencias de una determinada acción; (c) cooperación, incluyendo las personas y organismos afectados por los planes ambientales; (d) quien contamina paga y debe asumir los costos para reparar el daño causado; y (e) trabaja dentro de un ecosistema local (ISO 14001, 2015).

2.5.5 Norma internacional ISO 26000

La norma internacional ISO 26000 es la que ofrece una guía de Responsabilidad Social (RS) la cual está diseñada para organizaciones públicas y privadas, que se encuentran en países desarrollados y en vías de desarrollo, cuenta con un portafolio de normas que proveen a las empresas, al gobierno y a la sociedad herramientas prácticas en la dimensión de desarrollo sostenible: económica, ambiental y social (ISO 26000, 2010). Se debe señalar que este instrumento ayuda a las organizaciones a pasar de buenas intenciones a buenas acciones, el contenido de esta norma es voluntario y no es un requisito, por ello no se utiliza como una norma de certificación. La ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de responsabilidad social, que tienen un enfoque holístico e interdependiente, estas materias son: (a) derechos humanos, (b) prácticas laborales, (c) medio ambiente, (d) prácticas justas de operación, (e) asuntos de consumidores, (f) participación activa y desarrollo de la comunidad, y (g) gobernanza de la organización. Se debe resaltar que de las siete materias el más importante es la gobernanza de la organización porque a través de este pilar se toman decisiones que pueden hacer posible un cambio hacia una conducta socialmente responsable (Argandoña & Isea, 2011). Extrapolando la norma ISO 26000 con los indicadores Ethos-Perú 2021, la metería de gobernanza de la organización vendría a ser el tema valores,

transparencia y gobierno corporativo.

2.5.6 Social Accountability (SA) 8000

Es una norma que toma como base instrumentos internacionales de derechos humanos y leyes laborales nacionales, protege al personal de una empresa e incluye al personal de sus proveedores/subcontratistas. La norma toma como referencia respetar los principios establecidos en la OIT; la declaración universal de los derechos humanos; el pacto internacional de derechos económicos, sociales y culturales; pacto internacional de los derechos civiles y políticos; convenio de las Naciones Unidas sobre los derechos del niño; y la convención de las Naciones Unidas sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer y racial (Social Accountability International, 2008). La SA 8000 está enmarcado en los siguientes principios de RSE: trabajo infantil, trabajo forzoso y obligatorio, seguridad y salud, derecho a la sindicación de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horario de trabajo, remuneración, y sistema de gestión.

2.5.7 British Standard (BS) 8800

Esta norma proporciona orientaciones a las organizaciones en aspectos de seguridad y salud en el trabajo (SST). La norma está diseñada para una gestión eficaz en SST y proporciona orientación en: (a) el diseño e implementación de sistemas de gestión en SST, (b) la evaluación de una gestión eficaz de la SST bajo un enfoque de mejora continua, y (c) las relaciones y la integración de un sistema de gestión de SST con otros sistemas de gestión (British Standards Institution [BSI], 2004). Dicha norma está diseñada para ser utilizada por empresas de todos los tamaños sin importar la naturaleza de sus actividades; asimismo, se debe mencionar que la norma tiene carácter recomendatorio, y es flexible a la hora de su implantación (BSI, 2004). Se debe señalar que en el sector comercio de alimentos la implementación de esta norma es necesaria, debido a los riesgos de seguridad y salud que

pueda ocurrir en la manipulación de los alimentos.

2.5.8 Occupation Health and Safety Assessment (OHSAS) 18001

Este estándar ha sido elaborado bajo los criterios de la BS 8800, con el objetivo de ser compatible con las normas ISO 14001 e ISO 9001. La OHSAS 18001 evalúa el sistema de seguridad y salud en el trabajo de las organizaciones con el objetivo de: (a) lograr una gestión ordenada de prevención de riesgos laborales, (b) mejorar el clima laboral, (c) disminuir el absentismo, y (d) aumentar la productividad (Balcells, 2007). La norma tiene diversas etapas que son: (a) planificar y establecer objetivos acorde a la política de SST de la organización, (b) hacer o ejecutar el plan, (c) verificar o efectuar un seguimiento con el fin de garantizar los resultados logrados, y (d) actuar para tomar acciones de mejora continua en el sistema de SST (OHSAS, 2007).

2.5.9 AccountAbility (AA) 1000

Es una norma que tiene como objetivo ayudar a las organizaciones a ser más responsables y sostenibles, funciona bajo tres principios que son: (a) principio básico de inclusividad, donde cada organización debe ser responsable del impacto que genere; (b) principio de relevancia, consiste en identificar los asuntos importantes para la empresa y para sus grupos de interés; y (c) principio de capacidad de respuesta, es el modo en que la empresa responde a los asuntos de los grupos de interés que afecte a su desempeño en materia de sostenibilidad (AA, 2008). En el año 2003 la norma AA 1000 fue remplazada por la norma AccountAbility 1000 Assurance Standard (AA1000AS); el propósito de esta norma es proporcionar a las empresas principios reconocidos internacionalmente, para “enmarcar y estructurar la forma en la que entienden, gobiernan, administran, implementan, evalúan y comunican su responsabilidad” (AA, 2008, p. 8).

2.5.10 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE) 21

Esta norma desarrolló los criterios que permite establecer, implantar y evaluar el

sistema de gestión ética y socialmente responsable en las empresas; para implementar este sistema se requiere que los directivos de las empresas actúen con honradez, lealtad, buena fe, transparencia y cultura organizativa (Forética, 2008). Esta norma es la primera que se ha elaborado para evaluar la gestión ética y socialmente responsable, por lo que está sujeta a un proceso de mejora continua; asimismo para que una organización obtenga la certificación de esta norma se requiere demostrar que los valores éticos han sido incorporados (Forética, 2008). La estructura de esta norma contempla las siguientes áreas de gestión: la alta dirección, los clientes, los proveedores, colaboradores, el entorno social, el entorno ambiental, los inversores, la competencia, y las administraciones públicas (Forética, 2008).

2.5.11 Forest Stewardship Council (FSC)

El FSC es una organización internacional independiente, sin fines de lucro, que proporciona principios y criterios con el fin de: garantizar un manejo forestal responsable, promover un ambiente apropiado, garantizar la producción de la madera, y mantener la biodiversidad. Las operaciones forestales que se estructuran y manejan según los principios de la FSC son socialmente beneficiosos, porque buscan contribuir con la población en el sentido de que puedan disfrutar a largo plazo de los bosques; y económicamente viables, porque buscan generar rentabilidad sin afectar los recursos forestales y a las comunidades del entorno (FSC, 2012). Los principios y criterios de la FSC son: (a) cumplimiento de las leyes, (b) derechos de los trabajadores y condiciones de empleo, (c) derechos de los pueblos indígenas, (d) relaciones con las comunidades, (e) beneficios del bosque, (f) valores e impactos ambientales, (g) planificación del manejo, (h) monitoreo y evaluación, (i) altos valores de conservación, y (j) ejecución de las actividades de manejo (FSC, 2012).

2.5.12 Fairtrade International (FLO)

El FLO es un sistema que tiene como enfoque el comercio justo entre los productores y los consumidores; permite que los agricultores tengan oportunidad de mejorar sus vidas,

reducir la pobreza y planificar su futuro, ofertando y vendiendo sus productos a un precio justo (FLO, 2016). Se debe señalar que este estándar permite tener un equilibrio en las relaciones comerciales y evita las injusticias del comercio convencional, la forma de identificar que un producto ha cumplido con los estándares de comercio justo es cuando lleva la marca *fairtrade* (FLO, 2016).

2.6 Herramientas de Gestión con Enfoque de RSE

En Latinoamérica existen diversas herramientas de autoevaluación que permiten medir el estado de gestión con enfoque de RSE entre ellos resaltan los siguientes: (a) Indicadores ETHOS-IARSE, permite a las empresas incorporar la RSE en sus estrategias de negocio, políticas y procesos (Instituto Ethos & Instituto Argentino de Responsabilidad Empresarial [ETHOS-IARSE], 2013); (b) Indicadores DERES-Ethos, sistema de autoevaluación sobre RSE, permite a la empresa obtener un informe de diagnóstico sobre su gestión en RSE de forma individual y a nivel de su sector (DERES, 2016); (c) Indica RSE-Indicadores de Sostenibilidad, es un sistema de auto-evaluación en línea que permite medir la gestión de RSE, y brinda resultados que ayudan a identificar sus fortalezas y debilidades (Centro de Acción de Responsabilidad Social Empresarial [CENTRARSE], 2016); e (d) Indicadores Ethos-Perú 2021 de RSE, ayuda a las empresas a incorporar en su gestión los conceptos y compromisos de desarrollo sostenible, brindando un diagnóstico de sus prácticas de RSE (Perú 2021, 2010).

Se debe señalar que las herramientas de autoevaluación no son de certificación auditable, ello significa una ventaja debido a los costos bajos en su aplicación. Asimismo, al obtener un diagnóstico con resultados cuantitativos permite a los ejecutivos ser conscientes de su avance en prácticas de RSE. Las herramientas de autoevaluación se han elaborado para los países de Latinoamérica como parte del PLARSE con el objetivo de utilizar un modelo estándar de indicadores para medir el estado de gestión con enfoque de RSE.

La herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021 está dirigido a pequeñas, medianas y grandes empresas, que deseen medir su gestión y desempeño en responsabilidad social (Perú 2021, 2016). La estructura de esta herramienta se agrupa en siete temas, 13 subtemas y 40 indicadores, cada indicador posee una serie de preguntas que se agrupan en indicadores de profundidad e indicadores binarios; las preguntas de profundidad contienen aspectos generales para la realidad Latinoamericana, y los indicadores binarios presentan caracteres locales de cada país miembro del PLARSE (Perú 2021, 2016). Por consiguiente, en la presente investigación se utilizó los Indicadores Ethos-Perú 2021 como instrumento de medición debido a que está diseñado para la realidad peruana.

2.6.1 Modelo de RSE Perú 2021

Según los conceptos y estrategias de RSE desarrollados en el mundo, Perú 2021 a desarrollado el Modelo de RSE Perú 2021; este modelo incluye la identificación de los principales grupos de interés, diversas acciones y beneficios que se pueden dar con cada uno de ellos (Cúneo, Le Bienvenu, Arbocco, Campos, & Canessa, 2005). Las acciones del Modelo de RSE Perú 2021 están contenidas en las preguntas de la herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021. A continuación, se detallan las principales acciones y beneficios con los siete *stakeholders* del Modelo de RSE Perú 2021.

Accionistas e inversionistas. Según Cúneo et al. (2005) las acciones que se pueden realizar con los accionistas son: (a) sensibilizar a la alta dirección para que lideren el cambio hacia una gestión con enfoque de RSE; (b) incorporar la RSE en la visión, misión, políticas, prácticas y en la toma de decisiones; (c) adoptar mejores prácticas de buen gobierno corporativo; y (d) evaluar la gestión y comunicarla a los grupos de interés en un reporte de sostenibilidad. Los beneficios para la empresa son: (a) conocimiento de las expectativas de sus grupos de interés, y del impacto social y ambiental de su gestión; (b) incrementa valor y reduce riesgos económicos, sociales y medio ambientales; (c) genera información para la

toma de decisiones; (d) motiva al capital humano; (e) convierte a la empresa en agente de cambio; y (f) mejora el desempeño financiero y comercial (Cúneo et al., 2005). Los beneficios para el accionista e inversionista son: (a) participa en una empresa socialmente responsable, (b) rentabiliza y protege su inversión, (c) refuerza su imagen de inversionista responsable, y (d) adquiere criterios de RSE que puede implementar en otras inversiones que realiza (Cúneo et al., 2005).

Colaboradores y sus familias. Según Cúneo et al. (2005) las acciones que se pueden realizar con los colaboradores son: (a) equilibrio entre la vida y el trabajo; (b) crear un conjunto de actividades de voluntariado corporativo, con el fin de que los trabajadores realicen acciones en beneficio de los diferentes grupos de interés; (c) capacitación y desarrollo profesional, con el fin de que puedan desempeñarse de forma eficaz y eficiente; (d) mejorar las condiciones laborales con normas que van más allá de los que indica la ley; (e) *coaching*, como técnica de desarrollo y superación personal; (f) *empowerment*, para que la empresa tenga completo acceso y uso de información crítica en todos los niveles y puedan participar en la toma de decisiones; y (g) negociación colectiva, para determinar las remuneraciones y las condiciones de trabajo mediante la negociación libre, voluntaria e independiente entre el empleador y una o más organizaciones de trabajadores. Los beneficios de estas acciones para la empresa son: (a) reduce los costos operativos, (b) reduce el ausentismo, (c) baja la rotación del personal, (d) reduce la carga laboral y motiva al personal, (e) mejora la eficiencia y el rendimiento, (f) forma líderes, (g) genera identificación con la empresa e integración laboral, (h) mejora el clima organizacional, (i) da una imagen humana a la empresa y la pone en contacto con la sociedad, y (j) desarrolla a las personas en el plano personal como profesional (Cúneo et al., 2005). Los beneficios de las acciones antes mencionadas para los colaboradores y sus familias son: (a) calidad de vida familiar, (b) motivación e integración de los colaboradores, (c) descubrimiento y reconocimiento de

habilidades, (d) mejora de las relaciones interpersonales, (e) mejores condiciones laborales, y (f) acceso a proyectos familiares de ayuda (Cúneo et al., 2005).

Cientes y consumidores. Según Cúneo et al. (2005) las acciones que se pueden realizar con los clientes y consumidores son: (a) *marketing* con causa social, como una estrategia conjunta entre las empresas y organizaciones sin fines de lucro; (b) *marketing* responsable, en el sentido de brindar toda la información en los empaques o etiquetas, realizar publicidad que no genere malestar, entre otros; y (c) adoptar el sistema de gestión de calidad ISO 9000. Los beneficios de estas acciones para la empresa son: (a) mejora la calidad e imagen de la empresa, por consiguiente genera clientes satisfechos y fidelizados, (b) incrementa la demanda por los productos o servicios, (c) incrementa la rentabilidad, (d) promueve el cuidado del medio ambiente, (e) desarrolla nuevos productos, y (f) exige mejoras en la competencia (Cúneo et al., 2005). Los beneficios de las acciones antes mencionadas para los clientes son: (a) obtienen un producto de calidad, (b) mayor satisfacción, y (c) mayor información para la decisión de compra (Cúneo et al., 2005).

Proveedores. Según Cúneo et al. (2005) las acciones que se pueden realizar con los proveedores son: (a) incentivar las prácticas de RSE en proveedores mediante la adaptación de criterios de selección, mediante este proceso los proveedores tendrán que conocer y cumplir ciertos criterios para poder realizar sus ventas; y (b) transferir conocimientos, es decir traspasar recursos intangibles como los conocimientos y experiencias a sus proveedores, con el fin de obtener un valor diferenciador frente a sus competidores. Los beneficios de estas acciones para la empresa son: (a) prioriza a los proveedores que tengan prácticas de RSE, (b) asegura insumos y servicios sostenibles, (c) desarrolla alianzas de RSE, (d) logra eficiencia en el uso de insumos, y (e) reduce el riesgo de sanciones y en temas de seguridad (Cúneo et al., 2005). Los beneficios de las acciones antes mencionadas para los proveedores son: (a) obtienen ventaja competitiva frente a sus competidores, (b) mejora su gestión y la

relación con sus grupos de interés, (c) poseen reglas de juego claras y transparentes con sus clientes, y (d) logra nuevas oportunidades de crecimiento (Cúneo et al., 2005).

Gobierno. Según Cúneo et al. (2005) las acciones que se pueden realizar con el gobierno son: (a) alianzas interinstitucionales, con el objetivo de generar sinergias positivas, esto implica la generación de mayor valor de las que pueden tener independientemente; y (b) acuerdo de cooperación, con el objetivo de alcanzar un fin común; y (c) capacitar al sector público, con el objetivo de mejorar su eficiencia. Los beneficios de estas acciones para la empresa son: (a) reducción de burocracia, (b) apertura de oportunidades de trabajo social, (c) red de contactos, y (d) mejora de la comunicación (Cúneo et al., 2005). Los beneficios de las acciones antes mencionadas para el gobierno son: (a) acercamiento a la empresa privada, (b) mayor recaudación, y (c) mejora de procesos burocráticos (Cúneo et al., 2005).

Comunidad. Según Cúneo et al. (2005) las acciones que se pueden realizar con la comunidad son: (a) apertura al diálogo, con el objetivo de conocer las expectativas de sus grupos de interés e implementar de forma exitosa la RSE; (b) implementar programas de desarrollo local, de esta forma pueden mejorar su relación con la comunidad, mejorar el desarrollo económico y social de la zona; (c) voluntariado corporativo, con el objetivo de resolver problemas sociales; y (d) desarrollar el Balance Social o Reporte de Sostenibilidad para dar a conocer los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los diferentes grupos de interés. Los beneficios de estas acciones para la empresa son: (a) comunicación directa con su entorno, (b) propicia la generación de alianzas, (c) mejora las relaciones con la comunidad, y (d) construye una relación sostenible. Los beneficios de las acciones antes mencionadas para la comunidad son: (a) mejora de la calidad de vida, (b) oportunidades de desarrollo económico, y (c) armonía con el sector empresarial (Cúneo et al., 2005).

Medio ambiente. Según Cúneo et al. (2005) las acciones que se pueden realizar con

la comunidad son: (a) implementar el sistema de gestión ambiental ISO 14001, que ayuda a las empresas a tratar sistemáticamente asuntos ambientales; (b) acciones de eco eficiencia, mediante la reducción de insumos necesarios en la producción de bienes y prestación de servicios, por ejemplo la reducción en el uso de energía; (c) producción más limpia, por ejemplo reducir la contaminación derivado del proceso productivo; e (d) implementar como política de la empresa las tres Rs: Reducir, Re usar y Reciclar. Los beneficios de estas acciones para la empresa son: (a) menor costo en el uso de energía, (b) sustitución de materiales contaminantes por biodegradables, (c) reducción en los costos de combustibles, (d) aprovechamiento de agua en regadío de jardines, (e) mejor imagen de la empresa, (f) operaciones más seguras, (g) mejor estado de sus instalaciones, y (h) mejor tratamiento de residuos sólidos. El principal beneficio para el medio ambiente es su conservación a largo plazo (Cúneo et al., 2005).

2.7 Prácticas de Gestión con Enfoque de RSE en el Perú

En esta sección se ejemplifica las prácticas en RSE más resaltantes que realizan algunas empresas que operan en Perú. Por ejemplo, en el sector de alimentos la gestión de la empresa Alicorp (2014) realizó las siguientes acciones: (a) brindó a sus consumidores información nutricional; (b) capacitó a sus colaboradores en temas de marketing, innovación, gestión de calidad y otros temas; (c) les permitió libertad a sus trabajadores de asociarse en sindicatos con quienes mantienen una comunicación abierta; (d) implementó un sistema de SST bajo el estándar internacional OHSAS 18001; (e) capacitó a sus proveedores con el fin de fomentar la creación de unidades de producción o asociación y generen rentabilidad mediante economías de escala; y (f) en el tema de medio ambiente, reutilizaron el 22% del agua, reciclaron y buscaron trabajar con materiales que generen menor impacto ambiental. La empresa Nestlé (2014) tuvo las siguientes prácticas: (a) implementó políticas de eco eficiencia con el fin de contribuir y promover el adecuado uso del agua, (b) redujo sus

residuos a cero, (c) implementó políticas en el uso eficiente de energía, (d) sustituyó el combustible diésel por otros más limpios, y (e) promovió el respeto a los derechos humanos bajo las directrices del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En el sector minería, la Compañía Minera Antamina (2015) realizó las siguientes prácticas: (a) la empresa elaboró un código de conducta donde se encuentra las políticas y procedimientos de anticorrupción, y es informado a los colaboradores, proveedores y socios estratégicos; (b) es una de las empresas que obtuvo diversas certificaciones como la ISO 14001:2004 de medio ambiente, OHSAS 18001:2007 de salud y seguridad industrial y la acreditación ISO 17025; (c) permitió a sus colaboradores la libertad de asociarse en sindicatos, y mantener comunicación con la vicepresidenta de recursos humanos; (d) otorgó becas de estudios superiores a los hijos de sus colaboradores; (e) implementaron programas de auditorías administrativas, las cuales fueron diseñados para verificar el cumplimiento de las obligaciones laborales, sociales, la no existencia de explotación infantil, y trabajo forzado; y (f) implementó políticas ambientales de manejo de residuos para no afectar el medio ambiente.

La minera Gold Fields la Cima (2011) tuvo las siguientes prácticas: (a) realizó encuestas laborales de clima laboral y evaluó el desempeño de sus trabajadores para implementar talleres de capacitaciones; (b) hizo controles operativos inopinados y superviso de manera técnica a sus proveedores con el fin de asegurar la correcta administración de la cadena productiva; e (c) implementó un plan de participación ciudadana a través de mesas de dialogo con el fin de contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades.

En el sector de bebidas, la empresa Backus (2011) cuenta con certificaciones como la ISO 9001 de gestión de calidad, ISO 14001 de gestión ambiental y la OHSAS 18001 de salud y seguridad ocupacional, además de ello en sus acciones de gestión con enfoque de RSE tuvo como prioridad las siguientes prácticas: (a) mejoró el manejo adecuado de agua, mediante el

abastecimiento de agua subterránea; (b) invirtió en tecnología amigable con el medio ambiente; (c) promovió el uso las tres Rs, (reducir, reusar y reciclar); (d) gestionó su cadena de valor mediante la promoción de la cultura de calidad y excelencia, con el fin de apoyar el desarrollo empresarial de sus proveedores; (e) fortaleció el respeto a los derechos humanos, bajo los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los lineamientos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la declaración tripartita de la OIT, y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas; (f) apoyó a comunidades mediante programas de empleo, emprendimiento, desarrollo de capacidades, entre otros; y (g) promovió la reducción del impacto del VIH/SIDA, con programas de sensibilización, información y educación.

La empresa Rímac Seguros (2016) se caracteriza por las siguientes acciones de RSE:

(a) compromiso con la no discriminación de los trabajadores mediante la igualdad de oportunidades y de retribución que se encuentra enmarcado en su código de conducta, y su política de RSE; (b) cuenta con políticas de seguridad y salud en el trabajo, reglamento interno de trabajo; (c) cuentan con programas y apoyos a la prevención de enfermedades, para ello hacen alianzas con clínicas; (d) apoya la eliminación de trabajo infantil, trabajo forzoso, y protege los derechos laborales; (e) apoya y crea diversos programas dirigidos a la población en edad escolar y docentes, con el fin de mejorar la educación y promover una adecuada nutrición infantil; y (f) cuentan con políticas anticorrupción, manual de prevención de lavado de activos y financiamiento al terrorismo, con el fin de mitigar o remediar impactos negativos.

En el sector financiero, la empresa Scotiabank (2009) realizó las siguientes prácticas:

(a) implementó un programa de orientación para todos sus colaboradores, con la finalidad de incorporar los valores y principios en el trabajo; (b) para garantizar la calidad de sus servicios realizó encuestas de opinión para medir la satisfacción de sus clientes; (c) realizó concursos

para reconocer y recompensar el buen desempeño de sus trabajadores; (d) utilizó implementos y procedimientos de ecoeficiencia, como usar menos papel, agua y energía; y (e) en su afán de contribuir con el gobierno y la sociedad desarrollo el proyecto PerúNow que luego fue cedido al Estado peruano para que sea la marca distintiva del país en el año de las Cumbres Mundiales. El Banco de Crédito del Perú (BCP, 2016) realizó lo siguiente a favor de la comunidad: (a) otorgó becas y créditos a jóvenes de escasos recursos para acceder a una educación superior; (b) creó el programa de educación financiera, dirigido a escolares; (c) financió la mejora de la infraestructura en centros educativos, sistemas de saneamientos, e infraestructura vial; y (d) promovió el voluntariado en sus trabajadores con la finalidad de mejorar la educación en el país, principalmente en las comunidades más necesitadas.

Por último, en el sector construcción, la empresa Cementos Lima (2008) tuvo acciones de RSE direccionados a diferentes grupos de interés como: (a) transparencia de la información presentada a sus accionistas mediante auditorías externas anuales; (b) capacitaciones constantes a sus colaboradores, ofreciéndoles la oportunidad de hacer línea de carrera; (c) implementó proyectos y alianzas públicas, privadas y civiles orientados a contribuir el con la educación y la mejora de la infraestructura social en la comunidad; y (d) evaluó los impactos ambientales que generan sus operaciones en el medio ambiente, con la finalidad de tomar medidas correctivas, por ejemplo mejorar su tecnología.

2.8 Sector Comercio de Alimentos en la Provincia de Cusco

2.8.1 Sector comercio y gasto familiar en alimentos

Se entiende por *comercio* a la “compraventa o intercambio de bienes o servicios” (“Comercio,” 2016), según esta definición las empresas que participan en el estudio tienen como actividad principal la compra y venta de alimentos. En el Perú el sector comercio representó para el año 2015 el 3.9% del Producto Bruto Interno (PBI), este indicador ha ido disminuyendo desde el año 2010, cuando alcanzó un tope de 12.5% del PBI en la última

década (ver Figura 2). En la presente investigación el sector comercio está relacionado al rubro de alimentos, por consiguiente, se revisó datos históricos de la estructura del gasto real per cápita en la canasta familiar de los hogares peruanos y se pudo determinar que para el año 2009 el gasto en alimentos era del 43.1% del gasto per cápita, y para el año 2015 este indicador bajó a 41.3%. Si bien el sector comercio ha disminuido 8.6% en los últimos cinco años, esta disminución no se reflejó precisamente en el rubro de alimentos. Se debe resaltar que el rubro de alimentos representó en proporción el mayor gasto per cápita (41.3%), seguido por los rubros de alquiler de vivienda y combustible (18.5); y por transporte y comunicaciones (11.1%) (ver Figura 3).

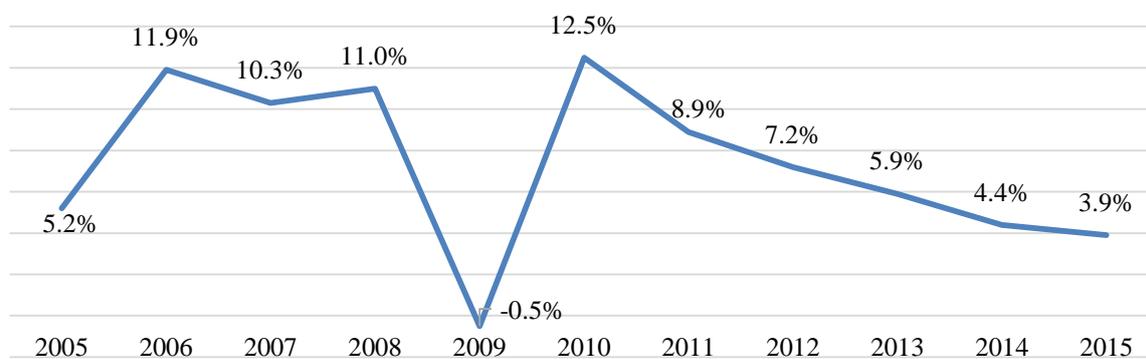


Figura 2. Sector comercio como porcentaje del PBI en el Perú. Adaptado de “Series Históricas Anuales-Comercio,” por Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2016, Lima, Perú: Autor.

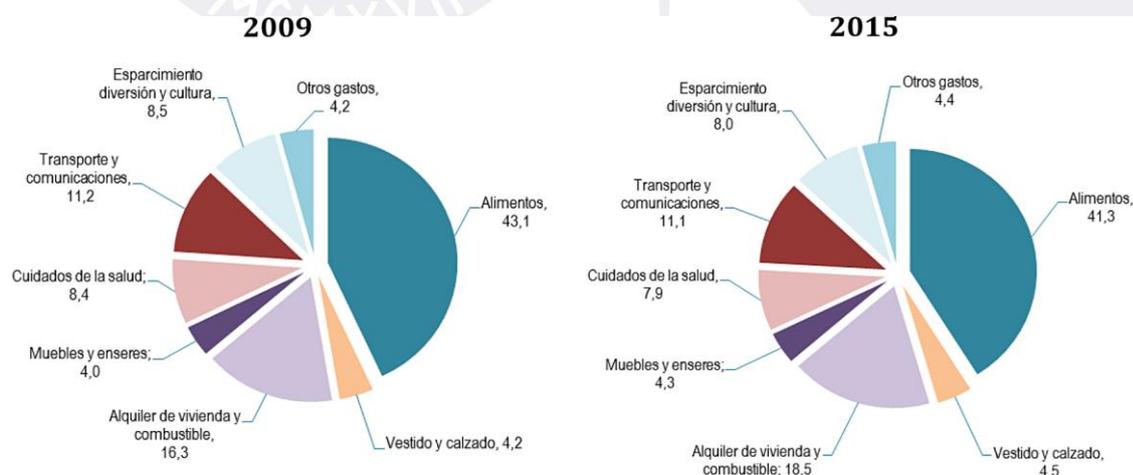


Figura 3. Estructura del gasto per cápita, según grupos de gasto, 2009 y 2015. Tomado de “Evolución de la Pobreza Monetaria,” por Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2016, p. 19. Lima, Perú: Autor.

2.8.2 Delimitaciones del sector comercio de alimentos

Las empresas que pertenecen al sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco registraron sus actividades económicas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2016) con los siguientes CIU: Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco (CIU 4630); y venta minorista de alimentos, bebidas y tabaco (CIU 52206). Entre sus actividades complementarias se encuentra el transporte de carga por carretera (CIU 4923); esta segunda actividad que realizan las empresas del sector comercio demuestra que no solo venden alimentos, sino también realizan el traslado de alimentos a diferentes zonas de la provincia de Cusco. Las empresas suelen ofrecer entre muchos bienes, principalmente productos de consumo masivo como: arroz, azúcar, menestras, pastas, harinas, café, golosinas, snacks, alimento para mascotas, licores, productos de limpieza, tabaco, energizantes, entre otros. Se debe resaltar que todos los productos que venden estas empresas son no perecibles, asimismo la modalidad de venta más utilizada es al por mayor.

2.8.3 Canales de distribución

Las empresas participantes del sector comercio de alimentos en la presente investigación están ubicadas en los canales de *marketing* de nivel uno y dos, es decir distribuyen sus productos del fabricante al cliente por medio de tiendas minoristas (Nivel 1), o por medio de dos intermediarios, un mayorista y un minorista (Nivel 2) (ver Figura 4). Se debe mencionar que las empresas que asumen el rol de intermediario mayorista suelen distribuir sus productos a los supermercados, mini mercados y bodegas de barrio en la provincia de Cusco; quienes se encargan de vendérselo al consumidor final. En cambio, los intermediarios minoristas llevan los productos del fabricante al consumidor final por medio de canales de venta directa. Las empresas que participan en el estudio cuentan con almacenes para su mercadería que varían en tamaños, la capacidad de estos almacenes es utilizada según la demanda estacional con incrementos en los meses previos a fin de año. Los proveedores

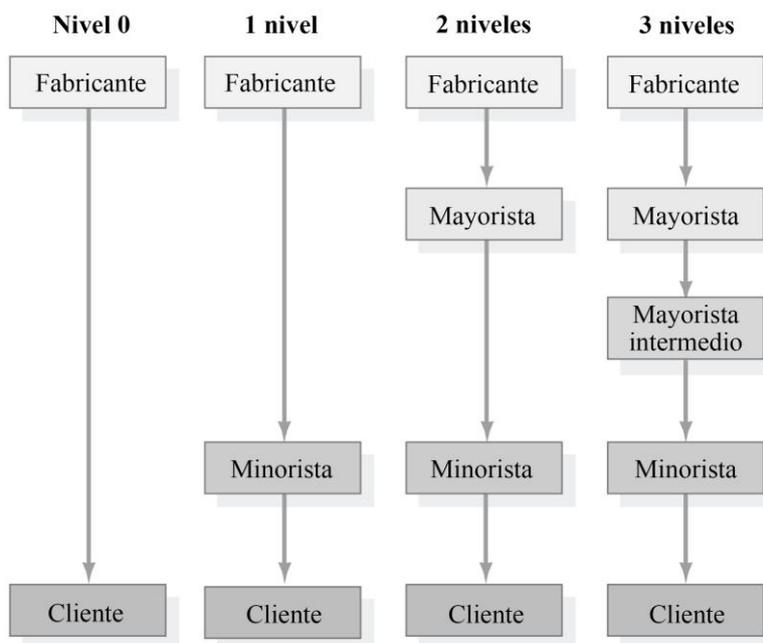


Figura 4. Canales de marketing de bienes de consumo.

Tomado de “Dirección de Marketing,” por P. Kotler y K.L. Keller, 2006, p. 413. México DF, México: Pearson Educación.

de las empresas participantes que vienen a ser los fabricantes, trasladan la mercadería hasta sus almacenes ubicados en la provincia de Cusco, y las empresas en estudio utilizan sus sistemas de transporte privado para distribuir la mercadería a sus diferentes clientes; asimismo la fuerza de ventas se encarga de la gestión de clientes, de la gestión de documentos de ventas, de las órdenes de pedido, y de la cobranza en casos de crédito.

2.8.4 Riesgos en el sector comercio de alimentos

Los potenciales riesgos identificados en las empresas del sector comercio de alimentos son: las malas condiciones de salubridad en los almacenes y procesos, y la deficiente seguridad y salud de sus colaboradores. Respecto a la salubridad, en el Perú existe la norma sanitaria de operación de almacenes, centros de acopio y distribución de alimentos y bebidas de consumo humano; esta norma establece medidas de higiene y requisitos sanitarios a las que deben sujetarse los almacenes y distribuidores de alimentos y bebidas, con el fin de garantizar la calidad sanitaria e inocuidad de los mismos (Ley 26842, 1998). La norma antes citada establece principalmente lo siguiente: (a) respecto a la estructura física e instalaciones,

deben estar ubicados en zonas alejadas a establecimientos que puedan generar contaminación para los alimentos y bebidas; (b) respecto a las vías de acceso y zonas perimetrales, deben estar pavimentadas y a los alrededores no se debe permitir la presencia de residuos sólidos; (c) respecto a los edificios y áreas de servicio, estos deben ser construidos con materiales que faciliten su limpieza y desinfección; y (d) respecto de la distribución, deben tener áreas destinadas a actividades específicas como de carga y descarga, de refrigeración, de almacenamiento de materiales de trabajo, de limpieza, entre otros (Ley 26842, 1998).

Respecto a la seguridad y salud en el trabajo, las empresas deben cumplir con la Ley 29783 (2012) que promueve una cultura de prevención de riesgos laborales, mediante el deber de los empleadores, y el rol fiscalizador del Estado para evitar daños a las personas que trabajan en las empresas. Los riesgos en los almacenes pueden darse de diferentes maneras, por ejemplo, el tránsito por áreas donde pueden caer productos o transiten carros de gran tonelaje; por otra parte la no higiene o desinfección de los almacenes pueden generar focos infecciosos que pueden afectar la salud de todas las personas que laboran en tales empresas. Parte de la gestión con enfoque de RSE de las empresas del sector comercio de alimentos está en cumplir con la legislación sobre la calidad sanitaria de los alimentos que comercializa, y de velar por la salud y seguridad de sus colaboradores.

2.9 Conclusiones

En el presente capítulo de revisión de literatura se analizaron estudios previos del estado de la gestión con enfoque de RSE a nivel local, nacional e internacional, con la finalidad de comparar los resultados obtenidos en la presente investigación. Se puede concluir que a nivel de la región Cusco el estado de gestión en los sectores de microfinanzas, hotelero y salud privado se encuentra en una etapa intermedia (Etapa 2). A nivel nacional el estado de gestión se encuentra en una etapa básica (Etapa 1) en los sectores hidrobiológico y agroindustrial de la región Piura; en una etapa intermedia en los sectores minero y

construcción en la región Cajamarca; estos resultados corresponden a estudios realizados en el año 2016 y 2017. Algunos estudios realizados con anterioridad en los años 2001 y 2005, a nivel de todo el Perú demostró que las empresas se encontraban en una etapa incipiente. Por consiguiente; se podría concluir que en la actualidad en la mayoría de sectores, las empresas avanzaron en su gestión con enfoque de RSE de una etapa básica (Etapa 1) a una intermedia (Etapa 2).

La gestión con enfoque de RSE se fundamenta en los diferentes estándares internacionales. Por otro lado, las herramientas de gestión que se utilizan en América Latina son: (a) los Indicadores ETHOS-IARSE, (b) Indicadores DERES-Ethos, (c) Indicadores de sostenibilidad IndicaRSE, e (d) Indicadores Ethos-Perú 2021. Todas estas herramientas están estandarizadas para Latinoamérica con la diferencia de que algunas preguntas fueron adaptadas a la realidad de cada país; en este sentido se optó por utilizar la herramienta Indicadores Ethos Perú 2021.

En el Perú las empresas de diferentes sectores vienen realizando, desde hace algún tiempo, acciones de RSE, por ejemplo en el sector alimentos, la empresa Alicorp permitió la libertad a sus trabajadores de asociarse. En el sector minería, la Compañía Minera Antamina otorgó becas de estudios superiores a los hijos de sus colaboradores. En el sector bebidas, la empresa Backus obtuvo certificaciones como la ISO 14001 de gestión ambiental y la OHSAS 18991 de salud y seguridad ocupacional. En el sector de seguros, la empresa Rímac promueve la no discriminación de los trabajadores mediante la igualdad de oportunidades. En el sector financiero, la empresa BCP realizó acciones en favor de la comunidad por ejemplo otorgando becas y créditos a jóvenes de escasos recursos. Sin embargo no se evidenció en la literatura sobre las prácticas de RSE en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco, por consiguiente el propósito de la presente investigación

es precisamente conocer cuál fue el estado de dichas empresas en el año 2016; se debe mencionar que estas empresas son intermediarios en el comercio de alimentos no perecibles.



Capítulo III: Metodología

3.1. Diseño de la Investigación

La presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional o transversal. Fue cuantitativo porque se realizó mediciones numéricas para conocer el estado de la gestión con enfoque de RSE en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco (Hernández et al., 2010). El alcance fue descriptivo porque se buscó describir determinadas características en las empresas de forma conjunta sobre los temas del estado de la gestión con enfoque de RSE contenida en la herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021 (Hernández et al., 2010).

El diseño de investigación fue no experimental porque no se manipularon deliberadamente las variables de estudio y los resultados fueron analizados en su debido contexto (Hernández et al., 2010); esta definición coincide con lo señalado por Kerlinger (1979) quien mencionó que una investigación es no experimental cuando “resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones” (Kerlinger, 1979, p. 116). Por último la investigación fue transeccional o transversal porque se recolectaron datos en un determinado momento, con el propósito de describir las variables y estudiar su acontecimiento en un momento dado (Hernández et al., 2010). Para la presente investigación la recolección de datos se desarrolló en el último trimestre del año 2016 para el caso de todas las empresas participantes del sector comercio de alimentos.

3.2 Población

La población “es el conjunto de todo los casos que concuerdan con determinadas especificaciones de contenido lugar y tiempo” (Hernández et al., 2010, p. 174). En este sentido la población para el presente estudio comprendió a todas las pequeñas y medianas empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco que mantenían operaciones en el año 2016, con un nivel de ventas superiores a 150 Unidades Impositivas

Tributarias (UIT), y cuyo número de trabajadores era mayor a diez. Se optó por este criterio de selección principalmente porque la herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021 está dirigida a pequeñas, medianas y grandes empresas. Según el trabajo de campo realizado se encontró que en el año 2016 existían siete empresas que cumplían con dichas características señaladas anteriormente, asimismo se invitó a las siete empresas para participar en la investigación con la intención de realizar un censo, sin embargo solo accedieron a participar cinco empresas (ver Tabla 1).

Respecto al tamaño de empresa, la Ley 30056, artículo 5, sobre las características de la micro, pequeñas y medianas empresas, menciona que, las empresas deben ubicarse en algunas de las tres categorías en función de sus niveles de ventas anuales. En este sentido se considera microempresa a aquella cuyo nivel de ventas sea hasta un monto máximo de 150 UIT; se considera pequeña empresa con ventas superiores a 150 UIT hasta un máximo de 1700 UIT; y se considera mediana empresa con ventas superiores a 1700 UIT hasta un máximo de 2300 UIT. Con respecto al número de trabajadores se considera microempresa de uno hasta diez trabajadores inclusive, y pequeña empresa de uno hasta 100 trabajadores inclusive (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2013).

Tabla 1

Listado de Empresas del Sector Comercio de Alimentos en la Provincia de Cusco en el Año 2016

Nº	Razón Social	Número de trabajadores	Tamaño de la empresa	Ubicación (distrito/provincia)
1	Andino S.A.C.	345	Mediana	Santiago, Cusco
2	Consortio Orión Cusco S.R.L.	239	Mediana	Cusco, Cusco
3	DIGO S.A.C.	117	Mediana	San Jerónimo, Cusco
4	AB France	28	Pequeña	Santiago, Cusco
5	DIAL PERU S.A.C.	23	Pequeña	Cusco, Cusco
6	Distribuciones Anderson	20	Pequeña	Santiago, Cusco
7	F & J La canasta SCRL	19	Pequeña	Wanchaq, Cusco

3.3 Selección de Muestra

La muestra para la presente investigación fue de cinco empresas, de las cinco empresas dos fueron medianas empresas y tres pequeñas empresas. El tipo de muestra fue no probabilística porque “la elección de los elementos no dependió de la probabilidad sino de las características de la investigación” (Hernández et al, 2010, p. 176). En la investigación las características se centraron en estudiar a pequeñas y medianas empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco, que tenían más de diez colaboradores, y que mantenían activas sus operaciones en el año 2016. Para seleccionar al informante se optó por contactar a un ejecutivo de cada una de las cinco empresas, quien debía tener un amplio conocimiento sobre la gestión de la empresa que representaba.

3.4 Consentimiento Informado

Para el consentimiento de participar en la investigación, primeramente se contactó con los informantes a través de una carta de presentación otorgada por CENTRUM Católica, posteriormente se les visitó para darles a conocer mayores detalles sobre el propósito, procedimientos, beneficios y manejo de confidencialidad. Formalmente las empresas emitieron actas de autorización para participar en la investigación. Para proseguir con el llenado del cuestionario, los informantes seleccionados firmaron un documento de consentimiento para participar en el estudio (ver Apéndice A), los informantes en su mayoría fueron los gerentes generales de cada empresa. El principal beneficio que se les informó a las empresas fue que una vez finalizada la investigación se les haría llegar los resultados con la finalidad de que puedan plantear nuevos objetivos en aspectos de RSE.

3.5 Instrumento de Medición

Para la recolección de datos se utilizó como instrumento de medición el cuestionario Indicadores Ethos-Perú 2021 (ver Apéndice B), que según Hernández et al. (2010) “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 217). Respecto a su

estructura está dividido en siete temas, 13 subtemas y cuatro indicadores; en cada uno de los indicadores se plantean preguntas de profundidad (Etapas), preguntas binarias (sí / no), y preguntas cuantitativas (cifras numéricas). No se realizó una prueba piloto que “consiste en administrar el instrumento a una pequeña muestra para probar la pertinencia y eficacia del instrumento, a partir de esta prueba se calcula la confiabilidad y validez del instrumento” (Hernández et al., 2010, p. 210), porque esta herramienta tiene el respaldo del programa PLARSE y fue validado por Perú-2021 en el año 2010. A continuación se mencionan algunas razones de porque se utilizó la herramienta indicadores Ethos-Perú 2021 en la presente investigación: (a) son indicadores estandarizados para los países de Latinoamérica; (b) son periódicas, se pueden realizar anualmente y compararse entre sí; (c) son autoevaluativos, es decir cada empresa la puede realizar individualmente y analizar sus resultados; y (d) están alineadas con iniciativas y estándares internacionales como el *Global Reporting Initiative* (GRI), los principios del Pacto Mundial, la norma ISO 26000, entre otros (Perú 2021, 2016).

3.6 Análisis e Interpretación de Datos

Antes de realizar el análisis e interpretación de datos, se procedió con la transferencia de las repuestas que dieron los informantes a dos matrices según el tipo de pregunta, una matriz para los indicadores de profundidad (ver Apéndice C), y una matriz para los indicadores binarios (ver Apéndice D). Respecto a los indicadores cuantitativos no se consideró en el análisis de resultados porque la información histórica era escasa y la mayoría de informantes no las respondieron en su totalidad. Para analizar los datos se utilizó el proceso de análisis cuantitativo según Hernández et al. (2010) que consta de siete fases: (a) seleccionar un programa estadístico en la computadora, (b) ejecutar el programa, (c) explorar los datos, (d) evaluar la confiabilidad y validez logrados por el instrumento de medición, (e)

analizar mediante pruebas estadísticas las hipótesis planteadas, (f) realizar análisis adicionales, y (g) preparar los resultados para presentarlos.

Primero, sobre la selección del programa, se utilizó los programas de análisis de datos *MS Excel* y *SPSS*; el primero para registrar la base de datos, realizar cálculos y elaborar las gráficas, y el segundo para realizar análisis estadísticos. Segundo, sobre la ejecución del programa se comprobó que estos funcionaran adecuadamente en el ordenador. Tercero, sobre la exploración de datos, se utilizó la metodología de Perú 2021, para ello se tuvo el apoyo del señor Bruno Carpio Aguilar, jefe de desarrollo y capacitación de Perú 2021, quien mediante un correo electrónico proporcionó las fórmulas que sirvieron para el cálculo de resultados (ver Apéndice E). Cuarto, sobre la validez y confiabilidad, se optó por el procedimiento de medir la coherencia o consistencia interna del instrumento de medición mediante el cálculo del coeficiente *Alfa de Crombach*. Quinto, sobre el análisis de hipótesis, se obvió esta fase porque en la investigación no se plantearon hipótesis debido a que tiene un alcance descriptivo. Sexto, sobre los análisis adicionales, se determinó si los resultados coinciden o no con investigaciones previas hechas en empresas peruanas. Séptimo, sobre la preparación de resultados, se optó por elaborar gráficos de barras donde se visualiza las notas obtenidas según etapas del estado de la gestión y una figura de heptágono para representar las notas que se obtuvieron respecto a los siete temas de los Indicadores Ethos-Perú 2021.

Según la metodología de Perú 2021, para calcular las notas por tema, como primer paso se asignó 345 puntos a cada tema, de los cuales 300 puntos se distribuyeron a los indicadores de profundidad y 45 puntos se asignaron a los indicadores binarios; luego se calculó los puntos obtenidos por indicador de profundidad, para ello se dividieron los 300 puntos entre el número de indicadores de cada tema, este valor se dividió entre cuatro y se obtuvo los puntos por etapa (ver Tabla 2); hasta aquí se hizo la distribución de puntajes para los indicadores de profundidad. Como segundo paso se calculó el puntaje obtenido por cada

empresa participante, para ello se multiplicó el puntaje por etapa distribuido a cada indicador, por la etapa que señaló el informante en cada uno de los 40 indicadores, de esta forma se obtuvo el puntaje por indicador de profundidad (ver Apéndice C). Para calcular el puntaje obtenido por las empresas en los indicadores binarios, se asignó el 15% del puntaje obtenido en los indicadores de profundidad, estos puntos se dividieron entre el número de preguntas contenido en cada uno de los 40 indicadores para luego multiplicarlo por las respuestas válidas que indicaron los informantes en el llenado del cuestionario, de esta manera se obtuvo el puntaje para las preguntas binarias (ver Apéndice D). Para conocer la nota final en cada uno de los 40 indicadores se sumó el puntaje de los indicadores de profundidad con el puntaje de los indicadores binarios y este valor se llevó a una escala de cero a diez (ver Apéndice F).

Para conocer la nota final por subtemas se calculó un promedio de las notas de sus indicadores, igualmente para calcular la nota final por temas se realizó un promedio de las notas de sus indicadores contenidos en cada tema (ver Apéndice G). La nota individual de cada empresa se calculó en base al promedio aritmético de las calificaciones de los siete temas en cada empresa; y la nota de las empresas del sector comercio de alimentos se calculó como un promedio aritmético de las notas individuales de las cinco empresas (ver Apéndice H).

Tabla 2

Distribución de Puntajes para los Indicadores de Profundidad

Tema	Puntaje por Tema (a)	Número de Indicadores por tema (b)	Puntaje por Indicador (c) = (a) / (b)	Puntaje por Etapa (d) = (c) / 4
Valores transparencia y gobierno	300	6	50	12.5
Publico interno	300	13	23	5.8
Medio ambiente	300	5	60	15
Proveedores	300	4	75	18
Consumidores y clientes	300	3	100	25
Comunidad	300	4	75	18
Gobierno y sociedad	300	5	60	15

Para interpretar los resultados, se consideró que el nivel de medición de las notas calculadas para los temas, subtemas e indicadores es de razón porque dichos valores poseen un orden, intervalos iguales y el cero es absoluto (Hernández et al., 2010). En la presente investigación los resultados se dan en notas que van de cero a diez, donde la nota cero indica que las empresas no consideran en su gestión la aplicación del indicador que obtuvo cero; en contraste la nota de diez que significa que la gestión de una empresa se encuentra en una etapa proactiva (Etapa 4) y cumple con todas las acciones contenidas en las preguntas binarias de un determinado indicador. Las cuatro etapas del estado de la gestión se dan en los siguientes intervalos; (a) Etapa 1, mayor a cero y menor a 2.5; (b) Etapa 2, mayor o igual a 2.5 y menor a 5.0; (c) Etapa 3, mayor o igual a 5.0 y menor a 7.5; y (d) Etapa 4, mayor o igual a 7.5 y menor o igual a diez (ver Tabla 3).

Tabla 3

Nota Máxima por Etapas

	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Puntos disponibles para los indicadores de profundidad	75.00	150.00	225.00	300.00
Puntos disponibles para los indicadores binarios (15%)	11.25	22.50	33.75	45.00
Total puntos disponibles por etapa	86.25	172.50	258.75	345.00
Nota máxima por etapas	2.50	5.00	7.50	10.00

Nota. La distribución de los puntos disponibles son iguales para los siete temas de la herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021.

Para analizar los resultados se utilizó la estadística descriptiva, específicamente la media ponderada para calcular las notas de los temas, subtemas e indicadores y la media aritmética para calcular el promedio a nivel de las cinco empresas del sector comercio de alimentos; y se utilizó la distribución de frecuencias para conocer cuántas empresas realizaban ciertas prácticas con enfoque de RSE respecto a cada indicador. Por último no se utilizaron las medidas de tendencia central como el rango, desviación estándar o varianza porque la metodología de Perú 2021 permite determinar la etapa en que se encuentra la

gestión de las empresas de forma exacta y el uso de estas estadísticas dificultaría la interpretación de estos resultados.

3.7 Validez y Confiabilidad

Respecto a la validación se consideró una validez de expertos que “se refiere al grado en que aparentemente un instrumento mide la variable en cuestión, de acuerdo con expertos en el tema” (Hernández et al., 2010, p. 204). La herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021 fue validado en el Perú en un taller de validación con organizaciones del sector privado y de la sociedad civil (Perú 2021, 2010). Previamente a la validación hecha en Perú el instrumento tuvo un proceso de revisión con la participación de diversos grupos de interés en los países miembros del PLARSE con el objetivo de asegurar su aplicabilidad y comparabilidad, de esta forma consolidaron su estructura temática y metodológica alineada con las principales herramientas de gestión e iniciativas (Instituto Ethos, 2007).

Respecto a la confiabilidad, Hernández et al. (2010) indicó que es el “grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p. 200). Por consiguiente para conocer la confiabilidad se calculó el coeficiente *alfa de Cronbach*, un método de medición de coherencia o consistencia interna que requiere de una sola aplicación del instrumento, y que se utiliza para variables con el nivel de medición de intervalos o de razón (Hernández et al., 2010). El resultado del coeficiente *alfa de Cronbach* que se obtuvo para la presente investigación fue de 0.86, este resultado supera el 0.75 que según Hernández et al. (2010) significaría una fiabilidad aceptable (ver Apéndice I).

3.8 Resumen del Capítulo

La presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y diseño de investigación no experimental transeccional o transversal. La población comprendió a todas las pequeñas y medianas empresas del sector comercio de alimentos que mantenían operaciones en 2016, con un nivel de ventas superiores a 150 UIT, y cuyo número

de trabajadores era mayor a diez; bajo estas especificaciones la población fue de siete empresas. Para determinar la muestra se seleccionó a cinco empresas, de las cuales dos fueron medianas y tres pequeñas; en este sentido el tipo de muestra fue no probabilística. Para poder acceder al consentimiento de los ejecutivos se les informó sobre los beneficios que tendría participar en la investigación y ellos accedieron emitiendo un acta de autorización como también el documento de consentimiento informado. Se debe resaltar que los informantes fueron en su mayoría los gerentes generales de cada empresa, debido a que poseen un amplio conocimiento de la gestión en sus respectivas empresas.

Respecto al instrumento de medición, se utilizó la herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021 porque sus indicadores están estandarizados para los países de Latinoamérica, se pueden realizar individualmente, están alineadas con iniciativas y estándares internacionales, y principalmente porque han sido validadas en Latinoamérica y para el Perú. Sobre el análisis de datos, para calcular los resultados se optó por utilizar la metodología de Perú 2021 y para analizar los datos se utilizó la estadística descriptiva.

Para interpretar los resultados, estos se presentan mediante notas que están en una escala de cero a diez y que se describen de la siguiente forma: (a) Etapa 1, mayor a cero y menor a 2.5; (b) Etapa 2, mayor o igual a 2.5 y menor a 5.0; (c) Etapa 3, mayor o igual a 5.0 y menor a 7.5; y (d) Etapa 4, mayor o igual a 7.5 y menor o igual a diez. Cero significa que un determinado indicador no ha sido considerado en la gestión con enfoque de RSE de una o varias empresas, y diez significa que se encuentra en una etapa proactiva (Etapa 4) y cumple con todas las acciones contenidas en las preguntas binarias de dicho indicador. Respecto a la validez del instrumento, se consideró la validación de expertos y para determinar la confiabilidad se utilizó la medición de coherencia o consistencia interna. Respecto a la confiabilidad, el coeficiente *alfa de Cronbach* fue de 0.86, que en conclusión significó una fiabilidad aceptable de los resultados en la presente investigación.

Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados

En este capítulo se presenta el análisis de los resultados de acuerdo al objetivo general y objetivos específicos que se plantearon como propósito de la investigación. Las respuestas obtenidas de las cinco empresas tres pequeñas y dos medianas; permitieron conocer el estado de la gestión en empresas del sector comercio de alimentos, de acuerdo a los Indicadores Ethos-Perú 2021. Como parte del análisis se mencionan también las prácticas que realizan en su mayoría los ejecutivos de las empresas participantes, así como las acciones que no las consideraron o le dieron menor importancia.

4.1. Perfil de los Informantes

El perfil de los cinco informantes estuvo determinado por las siguientes características: (a) ejecutivos de la alta dirección, en su mayoría gerentes generales; (b) de los cinco informantes tres fueron varones y dos fueron mujeres, y (c) el rango de edades estuvo entre 38 y 63 años de edad, asimismo todos mencionaron estar en la dirección de la empresa por más de cinco años; (d) el número de trabajadores a su cargo estuvo en el rango de 20 a 28 en las pequeñas empresas y de 117 a 345 en las medianas empresas; (e) los gerentes tienen una formación básica y desarrollan la administración empíricamente no contando en la mayoría de casos con una organización bien estructurada y/o establecida. Los nombres de los informantes, así como de las empresas no se han mencionado, por respeto al acuerdo de confidencialidad, asimismo se codificó a las empresas con la nomenclatura de E-01 a E-05 (ver Tabla 4).

Tabla 4

Perfil de los Informantes

Empresa	Cargo del informante	Género del informante	Edad del informante	Número de trabajadores de la empresa	Tamaño de la empresa
E-01	Gerente General	Masculino	63	345	Mediana
E-02	Gerente de Administración y finanzas	Masculino	58	117	Mediana
E-03	Gerente General	Femenino	40	28	Pequeña
E-04	Gerente General	Masculino	47	23	Pequeña
E-05	Gerente General	Femenino	38	20	Pequeña

Nota. El valor de la UIT es de S/. 3,950 (2016).

4.2. Presentación de Resultados

Los resultados que se presentan en esta sección indican la Etapa en que se encontró el estado de gestión de RSE según la nota obtenida. Una nota de cero indica que los ejecutivos del sector no consideraron en su gestión determinadas prácticas de RSE, una nota mayor de cero y menor a 2.5 representa una etapa básica o reactiva a las exigencias legales (Etapa 1), una nota igual o mayor a 2.5 y menor a 5.0 representa una etapa intermedia de acciones (Etapa 2), una nota mayor o igual a 5.0 y menor a 7.5 representa una etapa avanzada de acciones (Etapa 3), y una nota mayor o igual a 7.5 y menor o igual a 10 representa una etapa proactiva de acciones (Etapa 4). Los parámetros antes mencionados se aplican para interpretar los resultados a nivel de temas e indicadores.

4.2.1 Resultados de las empresas del sector comercio de alimentos

Para el objetivo general, el resultado fue que el estado de la gestión con enfoque de RSE en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en 2016 se encontró en una etapa intermedia de acciones (Etapa 2), con una nota de 2.8 sobre 10.0, lo que indica que las empresas tuvieron una postura defensiva sobre los temas, pero ya empezaron a encaminar cambios y avances respecto a las prácticas de su gestión con enfoque de RSE (ver Apéndice H). Los ejecutivos de las empresas centraron su gestión con enfoque de RSE principalmente en cuatro temas que se ubicaron en una etapa intermedia de acciones

(Etapa 2), siendo el tema consumidores y clientes el que obtuvo la mayor nota, de 4.7; el segundo tema de mayor relevancia fue valores, transparencia y gobierno, con nota de 3.7; en tercer lugar estuvo el tema público interno, con nota de 3.2; y el tema proveedores, con nota de 2.6. Los temas que fueron de menor relevancia para los ejecutivos y que se encontraron en una etapa básica o reactiva a las exigencias legales (Etapa 1) fueron: Gobierno y sociedad, con nota de 2.1; medio ambiente, con nota de 1.8; y comunidad, con nota de 1.7 (ver Figura 5).

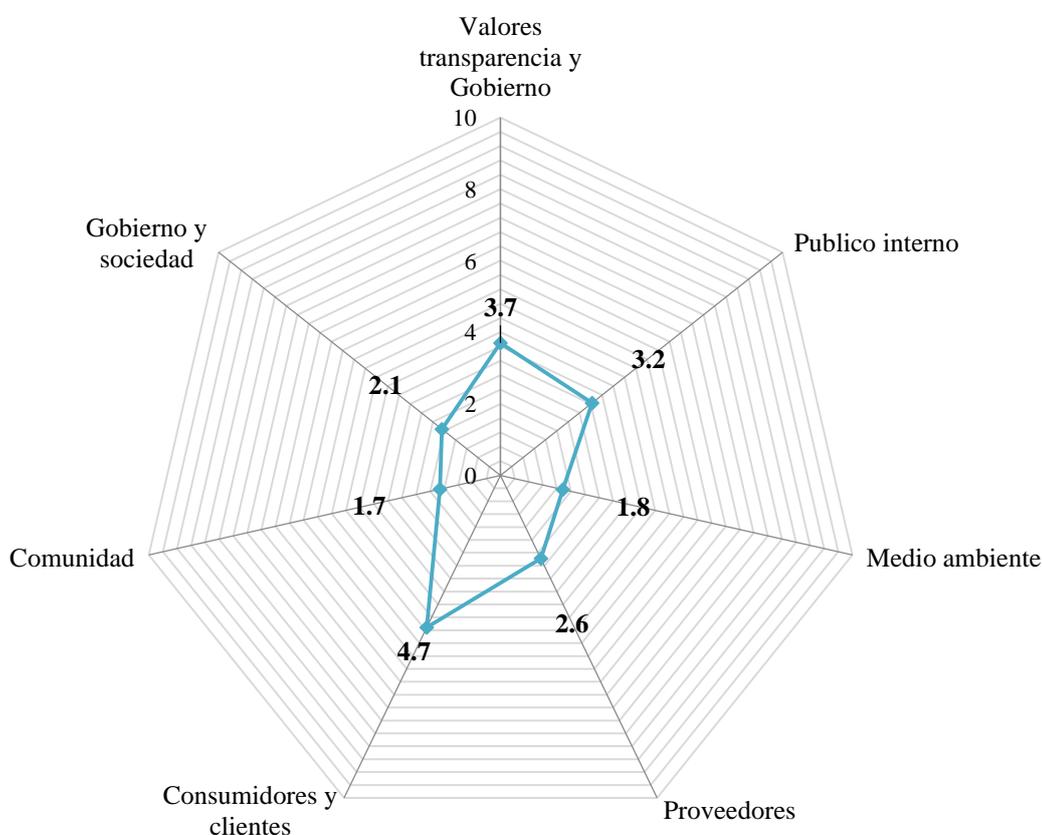


Figura 5. Notas del estado de la gestión respecto a los siete temas.

4.2.2 Valores, transparencia y gobierno corporativo

El estado de la gestión con respecto a los valores, transparencia y gobierno corporativo en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, se encontró en una etapa intermedia en acciones de RSE (Etapa 2), con una nota promedio de 3.7 sobre 10.0 (ver Figura 5 y Apéndice H). Respecto al subtema

autorregulación de la conducta; en el indicador compromisos éticos (3.3), las empresas orientaron en su código de conducta y ética relaciones con su personal, con sus proveedores, y clientes; pero dejaron de lado el compromiso con el medio ambiente. En el indicador arraigo en la cultura organizativa (4.3); los ejecutivos trabajaron en base a una misión y visión, pero no promovieron sus principios éticos a sus proveedores, contratista y distribuidores. Para el indicador gobierno corporativo (4.3); los ejecutivos orientaron sus operaciones bajo principios de la OIT y en concordancia con los principios del Pacto Global, sin embargo dentro de su plan estratégico no incluyeron una estrategia formal de RSE (ver Figura 6).

Respecto al subtema relaciones transparentes con la sociedad; en el indicador relaciones con la competencia (4.3), los ejecutivos respetaron la legislación referente a prácticas de libre competencia y competencia desleal promovidas por el Estado, sin embargo no participaron en asociaciones gremiales para discutir sobre temas de competencia leal, tampoco expusieron y publicaron material institucional o informes anuales referentes al tema. En el indicador diálogo e involucramiento de los grupos de interés (2.3); los ejecutivos identificaron a sus grupos de interés, pero no implementaron políticas e indicadores que les permitan medir los beneficios que generan a sus grupos de interés. En el indicador Balance social/Reporte de sostenibilidad (3.7); las empresas son auditadas por terceros en temas económicos y financieros, pero no sobre aspectos sociales y ambientales, por consiguiente no realizaron un reporte de sostenibilidad anual que les permita mejorar su gestión con sus diferentes grupos de interés (ver Figura 6).

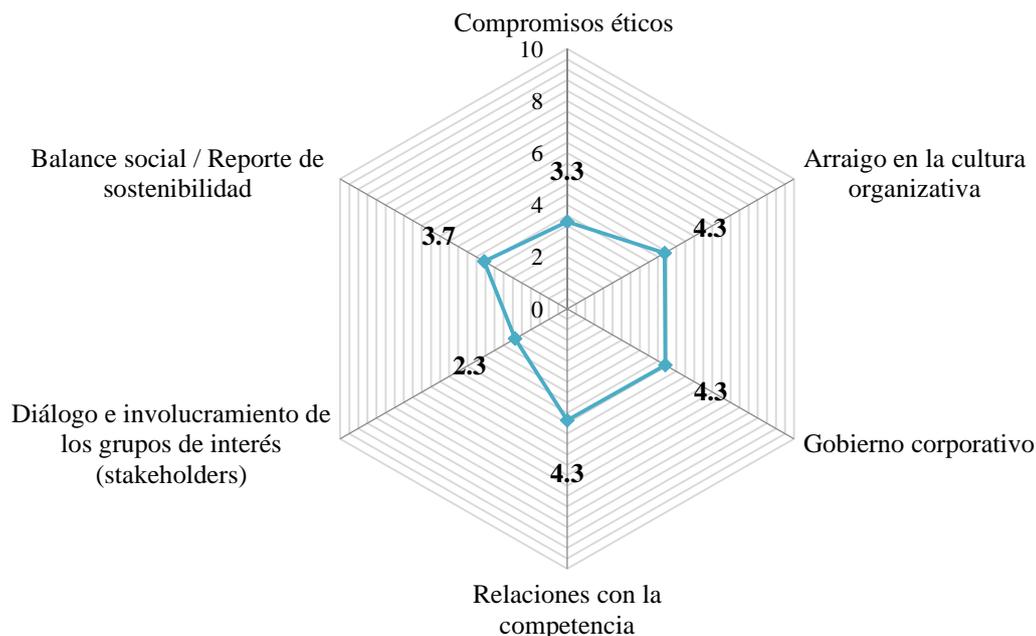


Figura 6. Notas del estado de la gestión respecto al tema valores, transparencia y gobierno corporativo.

4.2.3 Público interno

El estado de la gestión con respecto al público interno en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, se encontró en una etapa intermedia en acciones de RSE (Etapa 2), con una nota promedio de 3.2 sobre 10.0 (ver Figura 5 y Apéndice H). Respecto al subtema diálogo y participación; en el indicador relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados (4.2), cuatro ejecutivos permitieron que sus trabajadores se organicen en sindicatos, pero ninguno de ellos consintió que sus trabajadores negocien con sindicatos de otras regiones. En el indicador gestión participativa (4.3), los ejecutivos implementaron políticas y mecanismos formales que permitieron el acompañamiento de sus empleados con el fin de garantizar su aprendizaje (ver Figura 7).

Respecto al subtema respeto al individuo; en el indicador compromiso con el futuro de los niños (3.3), las empresas prestaron buenas condiciones de trabajo y aprendizaje a sus practicantes; sin embargo tres de ellas no tuvieron un programa de contratación de

practicantes, por otra parte ninguna empresa promovió propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector. En el indicador compromiso con el desarrollo infantil (3.2); los ejecutivos promovieron campañas contra la violencia familiar, sin embargo no implementaron políticas que permitan el acompañamiento a los hijos de los empleados en temas de salud y mejora de su educación. En el indicador valoración de la diversidad (2.9); las políticas de las empresas contenían explícitamente aspectos de no discriminación por género, raza, edad, orientación religiosa, discapacidad, y apariencia física; sin embargo aún no se implementaron canales formales para investigar posibles casos de discriminación. En el indicador compromisos con la no discriminación y promoción de la equidad racial (2.3); todas las empresas contenían en su código de conducta aspectos de equidad y no discriminación de manera formal, pero aún no incluyeron formalmente este tema en sus políticas de comunicación comercial. En el indicador compromisos con la promoción de la equidad de género (4.3); las políticas de las empresas contenían aspectos de no discriminación al género femenino, pero los ejecutivos aún no realizaban campañas internas de concientización, tampoco incluyeron en sus políticas procedimientos que rechacen el acoso, y la violencia física y psicológica en el ámbito laboral. En el indicador relaciones con trabajadores tercerizados (2.3); solo dos ejecutivos incluyeron en su código de conducta políticas de no discriminación a sus trabajadores tercerizados, asimismo ningún ejecutivo incluyó en el código de conducta una política de integración con ellos (ver Figura 7).

Respecto al subtema trabajo decente; en el indicador política de remuneración, prestaciones y carrera (3.7); todos los ejecutivos incrementaron en los dos últimos años el salario mínimo de acuerdo a la ley vigente e incentivaron a sus trabajadores premiando el desempeño individual, sin embargo no todos los empleados fueron inscritos y remunerados por planilla. En el indicador cuidados de la salud, seguridad y condiciones de trabajo (2.3); todos los ejecutivos implementaron programas de capacitación dirigidos a sus colaboradores

con el fin de prevenir accidentes y conservar la limpieza personal que es muy importante en el sector comercio de alimentos, sin embargo no se sometieron a evaluaciones y certificaciones internacionales como la SA 8000, OSHAS 18000 y la BS 8800.

En el indicador compromiso con el desarrollo profesional y la empleabilidad (4.2); todos los ejecutivos destinaron presupuestos para capacitar a su personal con el fin de mejorar sus competencias, pero no incluyeron programas de alfabetización para los menos capacitados. En el indicador conducta frente a despidos (3.3); cuatro empresas no tuvieron reclamos laborales relacionados con despidos en los últimos tres años, asimismo los ejecutivos comunicaron y explicaron con anterioridad las razones de reducción de personal, por otra parte ninguna empresa se asoció con otras organizaciones para realizar programas de capacitación. En el indicador preparación para la jubilación (1.8); cuatro ejecutivos informaron a sus trabajadores sobre los beneficios de pertenecer a una aseguradora de pensiones, sin embargo en ninguna empresa se ofreció programas complementarios de jubilación que promuevan actividades y proyectos sociales para aprovechar la capacidad de trabajo de los jubilados (ver Figura 7).



Figura 7. Notas del estado de la gestión respecto al tema público interno.

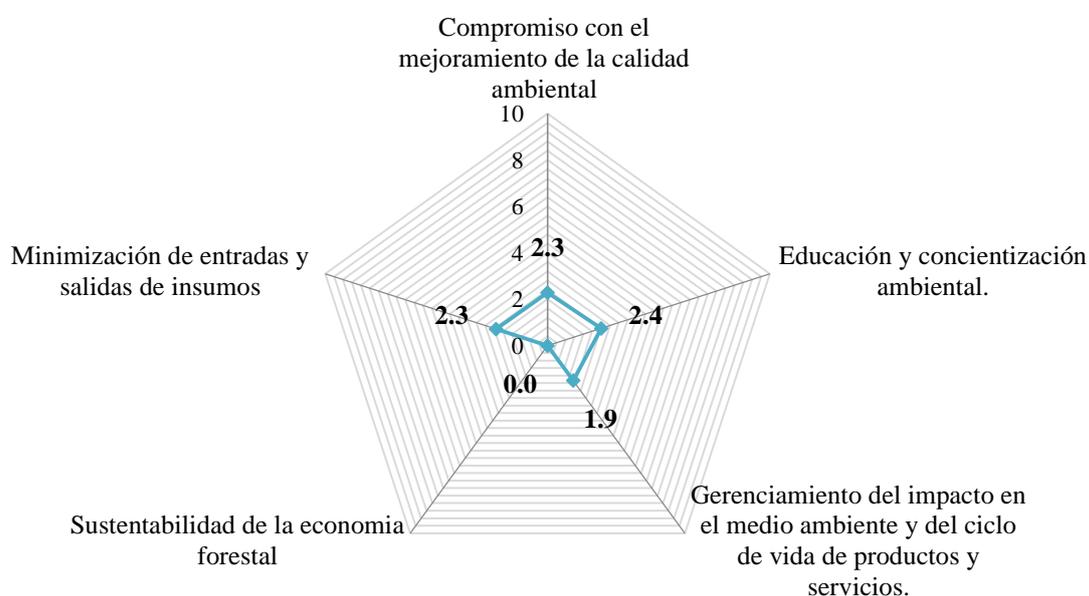
4.2.4 Medio Ambiente

El estado de la gestión con respecto al medio ambiente en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, se encontró en una etapa básica o reactiva a las exigencias legales en acciones de RSE (Etapa 1), con una nota promedio de 1.8 sobre 10.0 (ver Figura 5 y Apéndice H). Respecto al subtema responsabilidad frente a las generaciones futuras; en el indicador compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental (2.3), todos los ejecutivos implementaron una política explícita sobre la no utilización de insumos y materiales provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales, sin embargo ninguna empresa contribuyó a la preservación de la diversidad mediante proyectos de conservación de áreas o programas de protección de animales en peligro de extinción. En el indicador educación y concientización ambiental

(2.4); todas los ejecutivos desarrollaron campañas internas sobre la reducción del consumo de agua y energía, sin embargo solo tres promovieron campañas externas de educación para el consumo responsable (ver Figura 8).

Figura 8. Notas del estado de la gestión respecto al tema medio ambiente.

Respecto al subtema gerenciamiento del impacto ambiental; en el indicador gerenciamiento del impacto en el medio ambiente y del ciclo de vida de los productos y servicios (1.9), cuatro ejecutivos priorizaron la contratación de proveedores que mantengan



una buena conducta ambiental, sin embargo ninguno de ellos brindó información detallada sobre los daños ambientales generadas por sus operaciones, se debe resaltar que aún las empresas no se acogieron a la norma ambiental ISO 14001. En el indicador sustentabilidad de la economía forestal (0.0), se debe resaltar que ningún ejecutivo consideró la aplicación de estas prácticas en su gestión de RSE. En el indicador minimización de entradas y salidas (2.3); todos los ejecutivos monitorearon el uso de energía y consumo de agua, sin embargo ninguno mencionó tener acciones de control sobre la contaminación que generaran las actividades de las empresas que dirigen .

4.2.5 Proveedores

El estado de la gestión con respecto a los proveedores en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, se encontró en una etapa intermedia en acciones de RSE (Etapa 2), con una nota promedio de 2.6 sobre 10.0 (ver Figura 5 y Apéndice H). En el indicador criterios de selección y evaluación de proveedores (3.3); todos los ejecutivos conocen a profundidad el origen de materias primas, insumos y productos que utilizan sus proveedores, por consiguiente evitaron la adquisición de productos piratas, pero ninguno de ellos implementó una política de contratación o compra que privilegie a los proveedores con certificación socio ambiental.

En el indicador trabajo infantil en la cadena productiva (2.5); todos los ejecutivos promovieron y apoyaron la erradicación de mano de obra infantil en la cadena productiva, sin embargo aún no incluyeron en sus contratos con proveedores, cláusulas específicas sobre la prohibición de trabajo infantil. En el indicador trabajo forzado en la cadena productiva (1.8); tres ejecutivos implementaron un procedimiento formal que verifique la legislación laboral vigente en la cadena productiva, pero ninguno de ellos capacitó sobre las desventajas de tener mano de obra forzada. En el indicador apoyo al desarrollo de proveedores (2.7); todos los ejecutivos estimularon a sus proveedores a adecuarse a estándares de suministro, sin embargo ninguna empresa tuvo una política que privilegie a los proveedores que contaron con alguna certificación socioambiental como la SA 8000, ISO 14001, FSC y FLO (ver Figura 9). Se debe señalar que los indicadores antes mencionados se agrupan en un solo subtema que es la selección, la evaluación y alianza con proveedores.

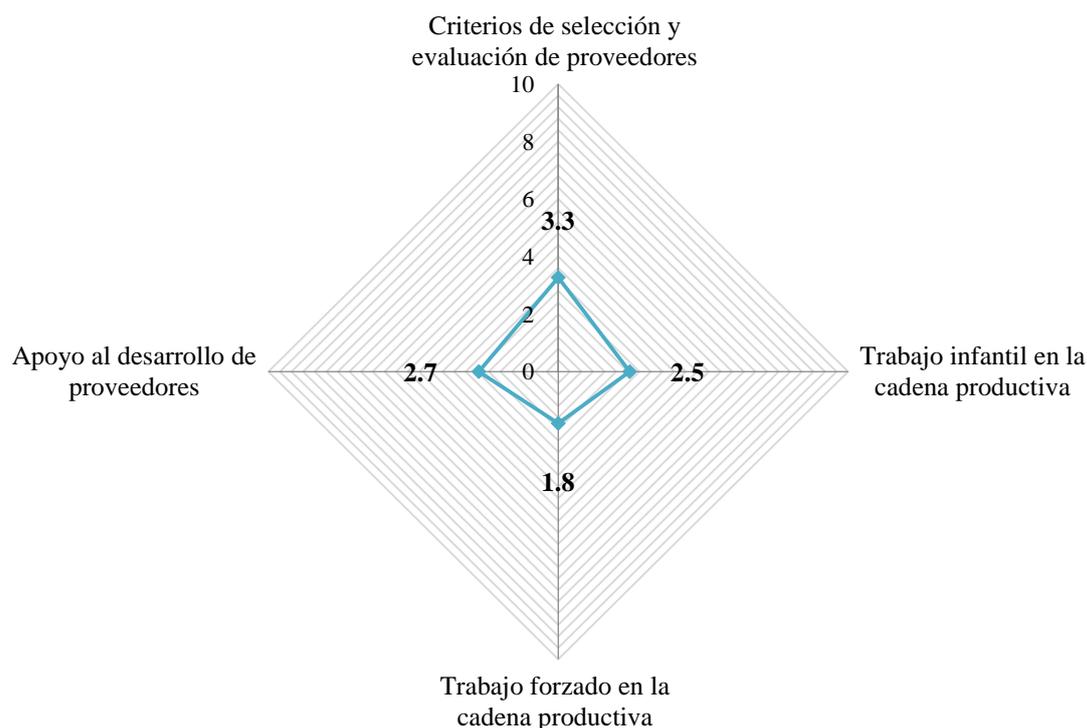


Figura 9. Notas del estado de la gestión respecto al tema proveedores.

4.2.6 Consumidores y clientes

El estado de la gestión con respecto a los consumidores y clientes en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, se encontró en una etapa intermedia en acciones de RSE (Etapa 2), con una nota promedio de 4.6 sobre 10.0 (ver Figura 5 y Apéndice H). En el indicador política de comunicación comercial (4.4); todos los ejecutivos hicieron un análisis del material publicitario que utilizaron, con el fin de adoptar una postura responsable respecto a la comunicación dirigida al público, sin embargo ninguna empresa mantenía una política formal contra propaganda que coloque a cualquier individuo en situación prejuiciosa, apremiante, de riesgo o inmoral. En el indicador excelencia de la atención (6.8); todos los ejecutivos entrenaron a su personal para brindar una buena atención a sus clientes, sin embargo ninguno de ellos implementó indicadores que les permitan evaluar a su personal; se debe resaltar que este indicador es el que obtuvo la mayor calificación a nivel de los 40 indicadores de la herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021.

En el indicador conocimiento y gerenciamiento de daños potenciales de los productos y servicios (2.9); todas las empresas expendieron productos que contaban con normas de salubridad a nivel nacional e internacional, sin embargo no establecieron mesas de diálogo con sus proveedores para mejorar los productos (ver Figura 10). Se debe señalar que los indicadores antes mencionados se agrupan en un solo subtema que es dimensión social del consumo.

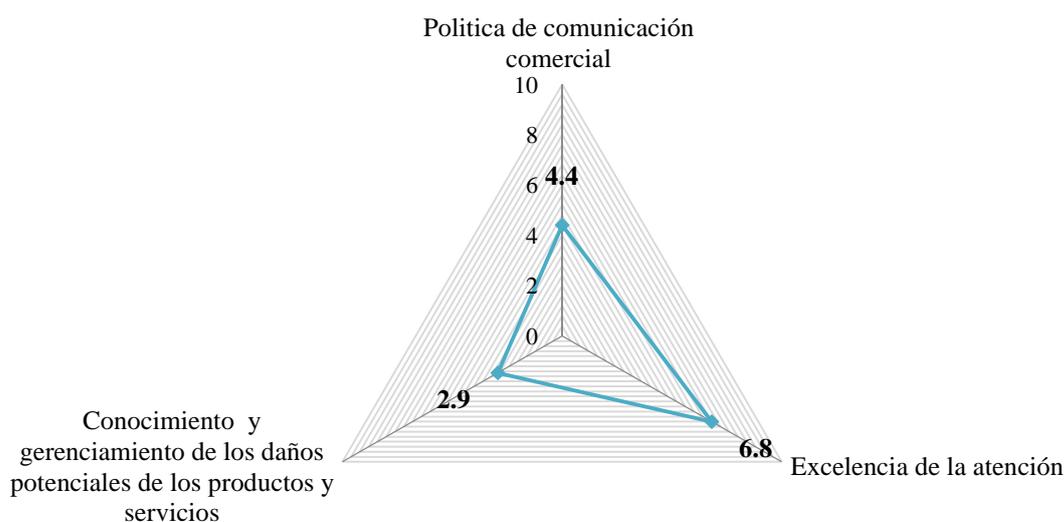


Figura 10. Notas del estado de la gestión respecto al tema consumidores y clientes.

4.2.7 Comunidad

El estado de la gestión con respecto a la comunidad en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, se encontró en una etapa básica o reactiva a las exigencias legales en acciones de RSE (Etapa 1), con una nota promedio de 1.7 sobre 10.0 (ver Figura 5 y Apéndice H). Respecto a los indicadores del subtema relaciones con la comunidad local; en el indicador gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno (2.3), todas los ejecutivos delimitaron su comunidad de manera clara y específica, sin embargo ninguno participó activamente en la solución de los problemas sociales. En el indicador relaciones con organizaciones locales (1.3); solo dos ejecutivos buscaron asociarse con organismos locales con el fin de hacer proyectos sociales conjuntos,

además se debe mencionar que ningún ejecutivo tenía información específica sobre los problemas de la comunidad (ver Figura 11).

Respecto a los indicadores del subtema acción social; en el indicador financiamiento de la acción social (0.9), los ejecutivos destinaron fondos como respuesta a solicitudes de acción social, pero no contaron con presupuestos destinados a la acción social dentro sus planes anuales. En el indicador involucramiento con la acción social (2.3); cuatro ejecutivos involucraron a diferentes grupos de interés en actividades de acción social que las empresas realizaron, por otra parte ninguno utilizó incentivos fiscales para reducir o descontar de los impuestos los valores relativos a donaciones y patrocinios (ver Figura 11).

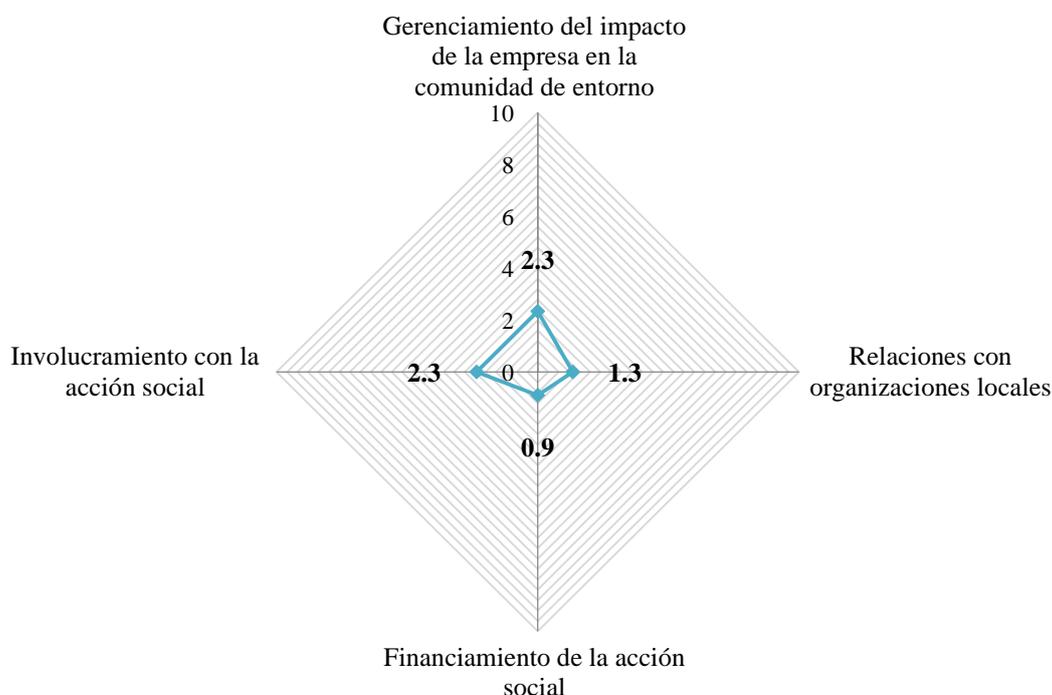


Figura 11. Notas del estado de la gestión respecto al tema comunidad.

4.2.8 Gobierno y sociedad

El estado de la gestión con respecto al gobierno y sociedad en empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, se encontró en una etapa básica o reactiva a las exigencias legales en acciones de RSE (Etapa 1), con una nota promedio de 2.1 sobre 10.0 (ver Figura 5 y Apéndice H). Respecto al subtema transparencia

política; en el indicador contribución para campañas políticas (3.4); todos los ejecutivos implementaron normas explícitas sobre la no utilización del poder económico para influenciar en contribuciones de campañas políticas, sin embargo ninguno realizó auditorías para controlar y sancionar tales prácticas. Ningún ejecutivo se enfocó en el indicador construcción de la ciudadanía por las empresas (0.0). En el indicador de prácticas anticorrupción y anticoima (2.4); solo un ejecutivo implementó una política explícita de no apoyo y participación en los procesos de licitación públicos o privados, sin embargo aún no había implementado procedimientos formales de control y castigo (ver Figura 12).

Respecto al subtema liderazgo social; en el indicador liderazgo e influencia social (2.3), cuatro ejecutivos realizaron campañas relacionadas a cuestiones de interés público, sin embargo ninguno desarrolló un proyecto de desarrollo con la comunidad académica y científica. Por último en el indicador participación en proyectos sociales gubernamentales (2.3), ningún ejecutivo patrocinó algún programa público o privado de beca escolar, tan solo contribuyeron con el pago de impuestos (ver Figura 12).

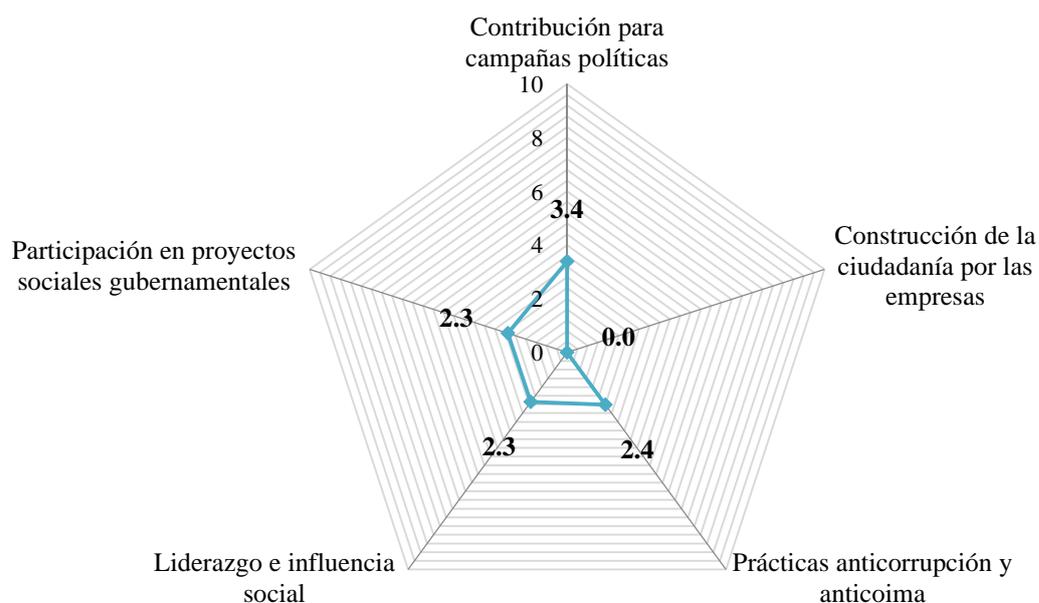


Figura 12. Notas del estado de la gestión respecto al tema gobierno y sociedad.

4.3 Resumen

En el presente capítulo se presentaron los resultados según objetivos y preguntas de investigación, para una mejor comprensión se elaboraron figuras tipo radar, donde se muestra los puntos obtenidos para cada tema e indicadores de cada tema. Se tuvo como resultado que la gestión con enfoque de RSE en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco se encontró en una etapa intermedia (Etapa 2) en el año 2016. El tema de mayor importancia para los ejecutivos del sector comercio de alimentos fue Consumidores y clientes, por otra parte el tema de menor importancia fue comunidad.

Respecto al tema valores, transparencia y gobierno corporativo, este se encontró en una etapa intermedia; entre los aspectos más destacados, los ejecutivos de la muestra orientan su gestión a las relaciones con su personal, proveedores y clientes, pero deja de lado el compromiso con el medio ambiente; por otra parte no realizaron reportes de sostenibilidad. Respecto al tema público interno, este se encontró en una etapa intermedia; entre lo más destacado, los ejecutivos mantienen un compromiso con el futuro de los niños y el desarrollo infantil, asimismo contra la no discriminación de cualquier tipo; sin embargo aún les falta implementar políticas de conducta frente a despidos y preparación para la jubilación.

Respecto al tema medio ambiente, este se encontró en una etapa básica, entre lo más resaltante, las empresas desarrollaron campañas internas de reducción del consumo de agua y energía, por otra parte aún les falta un mayor compromiso con la preservación de la diversidad. Respecto al tema proveedores, este se encontró en una etapa intermedia, entre lo más resaltante los ejecutivos promueven la erradicación de la mano de obra infantil en la cadena productiva, sin embargo aún no incluyeron en sus contratos con proveedores cláusulas específicas en el tema. Respecto al tema consumidores y clientes, este se encontró

en una etapa intermedia, el aspecto que más importa a los ejecutivos es la excelencia en la atención, por otra parte aún les falta implementar una política formal contra propaganda prejuiciosa. Respecto al tema comunidad, este se encontró en una etapa básica, todos los ejecutivos identifican claramente su comunidad, sin embargo ninguno participa activamente en la solución de los problemas sociales. Finalmente respecto al tema gobierno y sociedad, este se encontró en una etapa básica, los ejecutivos son conscientes de las malas prácticas de apoyo a campañas políticas, corrupción y coima pero aún les falta implementar políticas formales de control y sanción.



Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

A continuación, se presentan las conclusiones de la investigación de acuerdo al objetivo general, objetivos específicos y preguntas de investigación. Se debe señalar que no se realizaron conclusiones por empresas porque no fueron los objetivos de la presente investigación.

Con respecto al objetivo general, conocer el estado de la gestión con enfoque de RSE en una muestra de empresas del sector comercio de alimentos en la provincia de Cusco en el año 2016, según los Indicadores Ethos-Perú 2021, el resultado fue que la gestión se encontró en una etapa intermedia (Etapa 2), con una nota promedio de 2.8 sobre 10.0. Según las etapas de los indicadores Ethos-Perú 2021 significa que las empresas mantuvieron una postura defensiva sobre los temas, pero empezaron a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas.

A nivel local y nacional, el resultado de la presente investigación coincide con lo señalado por los estudios realizados en los sectores microfinanciero y salud privado en la región Cusco, así como en los sectores minería y construcción de la región Cajamarca, cuyos autores señalaron que las empresas en estos sectores se encontraban en una etapa intermedia (Etapa 2). Por otra parte, no coincide con los estudios realizados en los sectores hidrobiológico y agroindustrial de la región Piura, así como en el sector salud privada de la región Cajamarca, quienes concluyeron que la gestión en estos sectores se encontraba en una etapa reactiva a las exigencias legales (Etapa 1). A nivel de América Latina y Europa, el resultado de la investigación estuvo por debajo del nivel que habían alcanzado las empresas de estas regiones en su gestión con enfoque de RSE. Principalmente comparado con las empresas españolas, debido a que una de cada dos empresas españolas ya contaba con políticas avanzadas de RSE en el año 2015.

Al comparar los resultados de la investigación con un estudio hecho por Jáuregui (2001) a nivel nacional, se concluye que estos coinciden en el sentido de que los ejecutivos del sector comercio de alimentos orientaron su gestión de RSE en aspectos de una adecuada atención al cliente, la justa selección y evaluación de proveedores, y el cumplimiento de las obligaciones tributarias; en contraste descuidan aspectos relacionados al uso responsable de recursos naturales, apoyo a la comunidad, y control sobre las malas prácticas de corrupción y coima. En términos generales se debe señalar que la gestión de las empresas tuvo mayores avances en los temas de: consumidores y clientes; valores, transparencia y gobierno corporativo, público interno, y proveedores. Por otra parte los ejecutivos mantuvieron una postura reactiva a las exigencias legales en los temas de gobierno y sociedad, medio ambiente, y comunidad (ver Figura 13).

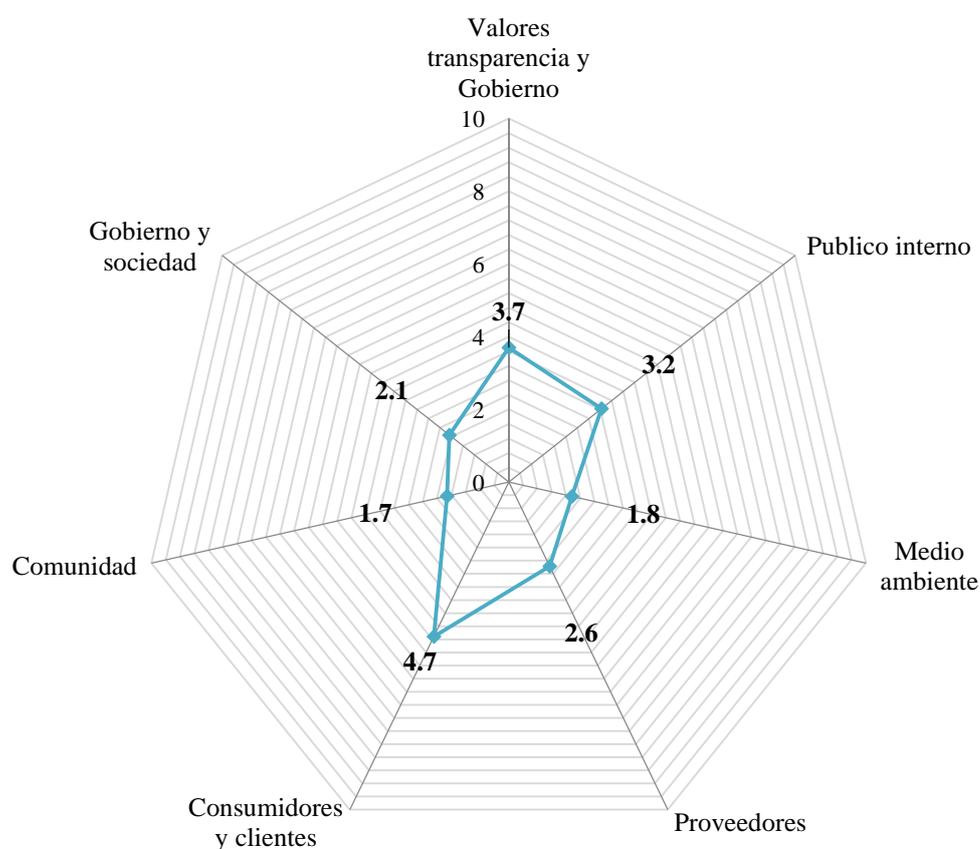


Figura 13. Notas del estado de la gestión respecto a los siete temas.

Con respecto al primer objetivo específico, orientado a conocer el estado de la gestión en el tema valores, transparencia y gobierno, el resultado fue que la gestión se encontró en una etapa intermedia (Etapa 2), con una nota promedio de 3.7 sobre 10.0. Se concluye que los ejecutivos de las empresas del sector comercio de alimentos basaron su gestión con enfoque de RSE bajo los principios de la OIT y el Pacto Global, pero aún no implementaron formalmente dichos principios en su código de conducta; por otra parte no realizaron reportes de sostenibilidad debido a que no contaban con indicadores de medición que les permita conocer sobre sus prácticas de RSE con sus grupos de interés.

En relación con el segundo objetivo específico, este se orientó a conocer el estado de la gestión en el tema público interno. El resultado de la investigación fue que la gestión en el tema público interno se encontró en una etapa intermedia de acciones en RSE (Etapa 2), con una nota promedio de 3.2 sobre 10.0. Es importante señalar que en este tema solo cuatro de los ejecutivos permitieron que los empleados se organicen en sindicatos con el fin de mantener negociaciones con la empresa, sin embargo ninguno de ellos cedió a la negociación con sindicatos de otras regiones; por otra parte todos los ejecutivos ratificaron el compromiso que tienen con el futuro de los niños, la valoración de la diversidad, la no discriminación y promoción de equidad racial, así como la igualdad de género, por otro lado, ninguna empresa tuvo una política formal que incluya dichos temas.

Otro de los aspectos donde los ejecutivos centraron su gestión fue en las políticas de salud, seguridad y condiciones remunerativas, fue así que todas las empresas establecieron políticas de seguridad y salud. Asimismo tomaron como base el salario de acuerdo a la ley vigente en el año 2016 para retribuir a sus trabajadores. Se debe señalar que uno de los aspectos que los ejecutivos descuidaron fue en temas de preparación de la jubilación, y se ratifica en que ninguna empresa tiene programas complementarios que incluyan a los jubilados, y solo cumplen con informar a sus trabajadores los beneficios que tienen si pertenecieran a una aseguradora de pensiones.

Con respecto al tercer objetivo específico, orientado a conocer el estado de la gestión en el tema medio ambiente, el resultado fue que la gestión se encontró en una etapa básica o reactiva a las exigencias legales en acciones de RSE (Etapa 1), con una nota promedio de 1.8 sobre 10.0. Los ejecutivos implementaron políticas que prohíben la utilización de insumos y materiales provenientes de la explotación ilegal de recursos naturales, asimismo desarrollaron campañas internas con el fin de reducir el consumo de agua y energía eléctrica, sin embargo ninguna empresa tuvo proyectos que contribuyan a la preservación de la diversidad y a la conservación de áreas protegidas o de animales en peligro de extinción, menos aún se acogieron a norma ambiental como la ISO 14001.

En relación con el cuarto objetivo específico, conocer el estado de gestión en el tema proveedores, el resultado fue que la gestión se encontró en una etapa intermedia en acciones de RSE (Etapa 2), con una nota promedio de 2.6 sobre 10.0. Los ejecutivos se centraron en conocer el origen de las materias primas o insumos que utilizaron sus proveedores, evitando así la compra de productos piratas, asimismo promovieron y apoyaron la erradicación de mano de obra infantil y mano de obra forzada en la cadena productiva. Se debe resaltar que ninguna empresa tuvo políticas formales que privilegien a los proveedores con certificaciones socioambientales.

Con respecto al quinto objetivo específico tuvo como intención conocer el estado de gestión en el tema consumidores y clientes. El resultado de la investigación fue que la gestión se encontró en una etapa intermedia en acciones de RSE (Etapa 2), con una nota promedio de 4.6 sobre 10.0. Los ejecutivos centraron su atención en brindar una atención buena a sus clientes, mediante distintos mecanismos, como por ejemplo todas las empresas implementaron normas en temas de salubridad con el fin de garantizar la procedencia de sus productos, sin embargo ninguna empresa implementó indicadores que permita evaluar a su personal en temas de atención, ni establecieron mesas de dialogo con sus proveedores para la mejora continua de sus productos.

El sexto objetivo específico tuvo la intención de conocer el estado de gestión en el tema comunidad. El resultado de la investigación fue que la gestión se encontró en una etapa básica de acciones en RSE (Etapa 1), con una nota promedio de 1.7 sobre 10.0. Los ejecutivos definieron de manera clara su comunidad, sin embargo no fueron participes en la solución de los problemas comunales, en este sentido solo dos empresas se involucraron en proyectos compartidos con organismos locales para solucionar problemas específicos; asimismo, ninguna empresa destinó fondos que se orienten a la acción social, ni utilizaron incentivos fiscales para reducir los impuestos relacionados a donaciones y patrocinios.

Finalmente, el séptimo objetivo específico estuvo orientado a conocer el estado de gestión en el tema gobierno y sociedad. El resultado fue que la gestión se encontró en una etapa básica en acciones de RSE (Etapa 1), con una nota promedio de 2.1 sobre 10.0. Los ejecutivos implementaron normas con el fin de evitar la utilización del poder económico y las contribuciones a campañas políticas, sin embargo no contaban con auditorías y procedimientos formales de control y castigo en caso existiera prácticas de corrupción o coimas; por último ningún ejecutivo patrocinó programas de becas escolares, tan solo cumplieron con el pago de sus impuestos.

5.2 Recomendaciones

5.2.1 Recomendaciones prácticas

Las recomendaciones prácticas se desarrollaron en base a los indicadores donde la muestra de empresas del sector comercio de alimentos obtuvo menor puntaje, y que actualmente los ejecutivos no han implementado en su gestión ciertas prácticas contenidas en los indicadores Ethos Perú 2021.

1. En el tema valores, transparencia y gobierno:

- Se recomienda capacitar, difundir y concientizar las diferentes prácticas de RSE que vienen implementado con sus diferentes grupos de interés y de los beneficios

futuros como agentes de cambio; así como lo vienen realizando las empresas: Alicorp (2014), Compañía minera Antamina (2015), Scotiabank (2009), Backus (2011), entre otros.

- Se sugiere evaluar periódicamente la implementación de gestión con enfoque de RSE mediante la utilización de la herramienta Indicadores Ethos-Perú 2021.
- Agregar explícitamente en su código de conducta los principios de la OIT y el Pacto Global e implementar mecanismos de control y sanción en casos de que no se cumplan, así como lo implementó la empresa Backus (2011).

2. En el tema público interno:

- Se recomienda capacitar a los colaboradores respecto al impacto del desarrollo de sus funciones en lo referente a salubridad y manipulación de los productos en todas las áreas de la empresa.
- Implementar políticas formales de compromiso con el futuro de los niños, la no discriminación y la igualdad de género, tal como lo hizo la empresa Rímac Seguros (2016) al incluir dichos aspectos en su código de conducta y política de RSE.
- Mejorar la empleabilidad de sus trabajadores con capacitaciones, especialmente en los trabajadores con menor educación, tal como lo vienen desarrollando las empresas Alicorp (2014) y Cementos Lima (2008) mediante capacitaciones constantes a sus colaboradores.
- Se recomienda que las empresas informen a sus colaboradores sobre los beneficios internos y externos de desempeñar sus funciones con prácticas de gestión en RSE, tanto a corto como largo plazo.

3. En el tema medio ambiente:

- Implementar programas de concientización sobre el cuidado del medio ambiente, así como promover prácticas de reciclaje o reutilización de ciertos materiales, así como lo vienen practicando las empresas Álicorp (2014), Nestlé (2014), Backus (2011), Scotiabank (2009) y Cementos Lima (2008).
- Se recomienda desarrollar proyectos de preservación de la diversidad, así como de conservación de áreas naturales protegidas, como por ejemplo el cuidado de especies en peligro de extinción.
- Se sugiere promover el voluntariado para realizar reforestaciones periódicas, como por ejemplo reforestar en zonas donde exista el peligro de desplazamiento de tierras y puedan afectar a viviendas aledañas.

4. En el tema proveedores:

- Se sugiere desarrollar reuniones con los representantes de línea de los proveedores, para que puedan transmitir la necesidad de realizar la logística de los productos siguiendo prácticas óptimas de embalaje, despacho, conservación y manipulación que garanticen la calidad de los productos puestos a disposición.
- Se recomienda incluir en la cláusula de los contratos con sus proveedores la prohibición del uso de mano de obra infantil y forzada, así como lo vienen realizando las empresas Compañía Minera Antamina (2015) y Gold Fields la Cima (2011).
- Se recomienda privilegiar a los proveedores que cuenten con certificaciones socioambientales como el FSC o que promuevan el comercio justo.

5. En el tema consumidores y clientes:

- Se sugiere implementar procedimientos de evaluación a su personal en temas de atención al público, mediante encuestas u otros mecanismos, tal como lo realizó la empresa Scotiabank (2009) para medir la satisfacción de sus clientes.

- Se recomienda dotar de folletos de información a los clientes minoristas (bodegas) respecto a formas de conservación, manipulación y expendio, que garanticen calidad de los productos al consumidor final.
- Se recomienda implementar programas de mejora continua en los productos que ofrecen conjuntamente con sus proveedores, que vienen a ser los fabricantes, con el fin de adaptarse a las nuevas tendencias de una alimentación saludable.

6. En el tema comunidad:

- Se sugiere mayor involucramiento en proyectos que solucionen problemas sociales específicos. Como por ejemplo auspiciar campañas en convenio con las entidades públicas referentes a temas alimentarios, Qali Warma, vaso de leche u otros organismos de apoyo social.
- Se recomienda desarrollar seminarios y charlas de capacitación respecto a aspectos nutricionales de niños en etapa escolar (programas de alimentación en colegios) y universitario (comedores universitarios), dirigidos a los servidores públicos, jefes de área o directores.

7. En el tema gobierno y sociedad:

- Se sugiere implementar políticas de control y sanción frente a malas prácticas relacionadas con la corrupción y la coima, por ejemplo cuando se ejerce el poder económico en el favorecimiento de licitaciones. Un ejemplo de estas políticas lo tienen la empresa Rímac Seguros (2016) que cuenta con normas anticorrupción, y manual de prevención de lavado de activos y financiamiento al terrorismo.
- Se sugiere promover el voluntariado corporativo destinando horas de trabajo en la realización de labores en favor de la sociedad, tal como lo viene realizando el BCP (2016), mejorando la educación en las comunidades más necesitadas. Otro ejemplo fue de la empresa Scotiabank (2009) cuando desarrollo el proyecto

PerúNow en el año 2008 y luego fue cedido al Estado peruano para que sea la marca distintiva en el año de las Cumbres Mundiales.

5.2.2 Recomendaciones para futuras investigaciones

Se recomienda en futuras investigación conocer el por qué los ejecutivos de las empresas del sector comercio de alimentos descuidan aspectos del medio ambiente, comunidad y gobierno en su gestión con enfoque de RSE. Esto permitirá conocer de una forma más detallada el por qué se dieron estos resultados en la presente investigación.

Se recomienda en futuras investigaciones medir la evolución de estos resultados en el tiempo, por medio de la aplicación de los Indicadores Ethos-Perú 2021. Esto permitirá medir el grado de compromiso que tienen los ejecutivos de las empresas del sector comercio de alimentos con sus grupos de interés, y determinar si aún los temas de medio ambiente, comunidad, y gobierno siguen siendo menos relevantes en su gestión.

Finalmente, se recomienda realizar estudios para conocer si los ejecutivos de las empresas del sector comercio de alimentos identifican o reconocen los diferentes beneficios que trae consigo una gestión con enfoque de RSE. Esto permitirá conocer si los resultados de la presente investigación están directamente relacionados al desconocimiento de los beneficios de una gestión con enfoque de RSE o por el contrario se debió a otros factores.

Referencias

AccountAbility [AA]. (2008). *Norma de principios de AccountAbility AA1000APS*.

Madrid, España: Autor.

Agurto, L. G., Córdova, F. A., López J. P., & Ramos J. C. (2016). *Diagnóstico del estado de la gestión con enfoque de RSE de las empresas del sector hidrobiológico en la región Piura*. Lima, Perú: Autor.

Alicorp. (2014). *Reporte de sostenibilidad*. Lima, Perú: Autor.

Ángeles, L. R., Chevarría, R. R., & Sánchez, S.E. (2016). *Estado de la gestión con enfoque en responsabilidad social empresarial en las empresas del sector agroindustrial de la región Piura*. Piura, Perú: Autor.

Argandoña, A., & Isea, R. (2011). *ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones*. Barcelona, España: IESE Business School.

Ari, R., Crosby, Y., Grajeda, M. E., & Tagle, S. (2017). *Diagnóstico del estado de la gestión con enfoque de RSE en empresas del sector hotelero de la ciudad del Cusco*. Lima, Perú: Autor.

Backus. (2011). *Reporte de desarrollo sostenible*. Lima, Perú: Autor.

Banco Central de Reserva del Perú [BCRP]. (2016). *PBI por sectores*. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/pbi-por-sectores>

Banco de Crédito del Perú [BCP]. (2016). *Responsabilidad social*. Recuperado de <http://www.responsabilidadsocialbcp.com/>

Balcells, G. (2007). *Manual práctico para la implantación del estándar OHSAS 1800*.

Madrid, España: Fremap.

Benavides, C., & Quintana, C. (2015). *Gestión de conocimiento y calidad total*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

- Banco Central de Reserva del Perú [BCRP]. (2016). *Series históricas anuales: comercio*. Lima, Perú, Autor.
- British Standards Institution [BSI]. (2004). *British Standards 8800: Occupational health and safety management systems* [Estándares británicos 8800: Salud ocupacional y gestión de los sistemas de seguridad]. Londres, Inglaterra: Autor.
- Brown, F. (2010). Los principios de la responsabilidad social empresarial. *Revista Economía Informa*, 2010(363).
- Cáceres, E. F., Del Rosario, E. I., López, J. K., & Ramírez, R. (2017). *Gestión con enfoque de RSE de las empresas del sector salud privado en la provincia de Cusco*. Lima, Perú: Autor.
- Caravedo, B. (1998). *Perú: empresas responsables*. Lima, Perú: SASE instituto.
- Canessa, G., & García, E. (2005). *El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo*. Lima, Perú: Perú 2021.
- Cementos Lima. (2008). *Reporte de sostenibilidad 2008*. Lima, Perú: Autor
- Centro de Acción de Responsabilidad Social Empresarial [CENTRARSE]. (2016). *IndicaRSE: Indicadores de sostenibilidad*. Recuperado de <http://centrarse.org/>
- Centro de Comercio Internacional. (2007). *Introducción a ISO 14001: sistema de gestión ambiental*. Ginebra, Suiza: Autor.
- Cosio, J. E., Olivera, J. E., Saavedra, E., & Gamarra, V. (2016). *Diagnóstico del estado de la gestión con enfoque de RSE en las empresas del sector microfinanciero de la región del Cusco*. Lima, Perú: Autor.
- Comercio. (2016). En el *diccionario en línea de la Real Academia Española* (22a. ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=9vYPFME>
- Compañía Minera Antamina. (2015). *Reporte de sostenibilidad*. Lima, Perú: Autor.

- Cúneo, F., Le Bienvenu, H., Arboccó, R., Campos, R., & Canessa, G. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo: Modelo de Responsabilidad Social Empresarial Perú 2021*. Lima, Perú: Perú 2021.
- DERES. (2016). *Indicadores PLARSE*. Recuperado de <http://deres.org.uy/indicadores-plarse/>
- Fairtrade International [FLO]. (2016). *Portal de Fairtrade*. Recuperado de <https://www.fairtrade.net/>
- Forest Stewardship Council [FSC]. (2012). *Principios y Criterios del FSC para el Manejo Forestal Responsable*. Bonn, Alemania: Autor.
- Forética. (2008). *SGE 21: Sistema de gestión ética y socialmente responsable*. Madrid, España: Autor.
- Forética. (2015). *Informe Forética 2015 sobre el estado de la RSE en España: ciudadano consciente, empresas sostenibles*. Madrid, España: Autor.
- Freyre, M. (2005). Responsabilidad social empresarial en la pequeña y microempresa. *Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM*, 16(8), 19-24.
- Garavito, C. (2007). Derechos laborales y responsabilidad social empresarial. *Coyuntura*, 3(13), 13.
- Garavito, C. (2008). Responsabilidad social empresarial y mercado de trabajo. *Economía*, 31(61), 81-104.
- Gold Fields la Cima. (2011). *Memoria anual y reporte de sostenibilidad 2011*. Lima, Perú: Autor.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación* (5a. ed.). México DF, México: McGraw-Hill.

- Instituto Ethos. (2007). *Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial*. Sao Paulo, Brasil: Autor.
- Instituto Ethos & Instituto Argentino de Responsabilidad Empresarial [IARSE]. (2013). *Indicadores ETHOS-IARSE para negocios sustentables y responsables: Versión 3.1*. Córdoba, Argentina: Autor.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2013). *Micro, pequeñas y medianas empresas concentran más del 20% de las ventas*. Lima, Perú: Autor.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2016). *Evolución de la pobreza monetaria*. Lima, Perú: Autor.
- Jáuregui, K. (2011). Responsabilidad social: un acercamiento a la perspectiva de los ejecutivos peruanos. *Revista Universidad & Empresa*, 20(13), 107-127.
- Kerlinger, F. N. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México DF, México: Nueva Editorial Interamericana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de marketing* (12a. ed.). México DF, México: Pearson Educación.
- Kowszyk, Y., Covarrubias, A., & García, L. (2011). *El estado de la responsabilidad social empresarial en América Latina*. Ciudad de Panamá, Panamá: Forum Empresa.
- Ley 26842. Ley General de Salud. Presidencia de la República del Perú (1998).
- Ley 29783. Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo. Presidencia de la República del Perú (2012).
- Ley 30056. Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial. Congreso de la República del Perú (2013).
- Ministerio de Salud [MINSA]. (2016). *Alimentación y nutrición*. Recuperado de https://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion_2.asp?sub5=2

- Montjoy, A. F., Reyes, G. E., Gallardo, H., & Coronado, M. C. (2016). *Diagnóstico del estado de la gestión con enfoque de RSE en las empresa del sector construcción en la región Cajamarca*. Lima, Perú: Autor.
- Nestlé. (2014). *Nestlé en la sociedad creación de valor compartido y cumplimiento de nuestros compromisos 2014*. Vevey, Suiza: Autor.
- Occupational Health and Safety Assessment Series [OHSAS]. (2007, julio). *OHSAS 18001 sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional: Requisitos*. Londres, Inglaterra: Autor.
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (1987). *Nuestro futuro común: Informe Brundtland* (Informe A/42/427). Recuperado de <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/42/427>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2016). *UN Global Compact* [Pacto Global de las Naciones Unidas]. Recuperado de <https://www.unglobalcompact.org>
- Organización Internacional de Estandarización [ISO]. (2010). *ISO 26000: vision general del proyecto*. Ginebra, Suiza: Autor.
- Organización Internacional de Normalización [ISO]. (2015). *ISO 14001: cambios y novedades*. Ginebra, Suiza: Autor.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2001). *Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social* (3a. ed.). Ginebra, Suiza: Autor.
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2015). *Alimentación sana*. Recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs394/es/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]. (2013). *Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales: Revisión 2011*. Paris, Francia: Autor

- Perú 2021. (2010). *Indicadores ETHOS –Perú 2021 de Responsabilidad Social Empresarial*. Lima, Perú: Autor.
- Perú 2021. (2016). *Portal de Responsabilidad Social del Perú*. Recuperado de <http://www.peru2021.org/principal>
- Portocarrero, F., Sanborn, C., & Llusera, S. (2000). *Empresas, fundaciones y medios: la responsabilidad social en el Perú*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Rímac Seguros. (2013). *Reporte de sostenibilidad 2013*. Lima, Perú: Autor.
- Sánchez, R., Blanco, G. I., Gonzáles, Z. I., & Noriega, Y.M. (2016). *Diagnóstico del estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las empresas del sector minero de la región Cajamarca*. Cajamarca, Perú: Autor.
- Scotiabank. (2009). *Informe de responsabilidad social corporativa*. Lima, Perú: Autor.
- Social Accountability International [SAI]. (2008). *Responsabilidad social 8000: SA8000*. New York, NY: Autor.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2016). *Consulta RUC*. Recuperado de www.sunat.gob.pe
- Vásquez, E. A., Velasco, J. L. A., Viza, G. E., & Yataco, V. H. (2016). *Estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial del sector salud privada en la región Cajamarca*. Cajamarca, Perú: Autor.

Apéndice A: Formato de Consentimiento para Participar en el Estudio

Yo, _____, certifico que he sido informado sobre el propósito, procedimientos, beneficios y manejo de confidencialidad, de la investigación titulada: ***“Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Empresas del Sector Comercio de Alimentos en la Provincia de Cusco en el Año 2015”***.

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.

Cusco, diciembre de 2016

	
_____ Firma del Participante	_____ Investigador
_____ Investigador	_____ Investigador

Apéndice B: Estructura del Cuestionario Indicadores Ethos-Perú 2021

Tema Valores, Transparencia y Gobierno

Autorregulación de la Conducta

- Compromisos Éticos
- Arraigo en la Cultura Organizativa
- Gobierno Corporativo

Relaciones Transparentes con la Sociedad

- Relaciones con la Competencia
- Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (*stakeholders*)
- Balance Social/ Reporte de Sostenibilidad

Tema Público Interno

Diálogo y Participación

- Relaciones con Sindicatos u Otras Asociaciones de Empleados
- Gestión Participativa

Respeto al Individuo

- Compromiso con el Futuro de los Niños
- Compromiso con el Desarrollo Infantil
- Valoración de la Diversidad
- Compromiso con la no Discriminación y Promoción de la Equidad Racial
- Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género
- Relaciones con Trabajadores Tercerizados

Trabajo Decente

- Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera
- Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo
- Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

- Conducta Frente a Despidos
- Preparación para Jubilación

Tema Medio Ambiente

Responsabilidad Frente a las Generaciones Futuras

- Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental
- Educación y Concientización Ambiental

Gerenciamiento del Impacto Ambiental

- Gerenciamiento de los Impactos sobre el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios
- Sustentabilidad de la Economía Forestal
- Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

Tema Proveedores

Selección, Evaluación y Alianza Con Proveedores

- Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
- Trabajo Infantil en la Cadena Productiva
- Trabajo Forzado en la Cadena Productiva
- Apoyo al Desarrollo de Proveedores

Tema Consumidores y Clientes

Dimensión Social del Consumo

- Política de Comunicación Comercial
- Excelencia de la Atención
- Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios
- Comunidad

Relaciones con la Comunidad Local

- Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno
- Relaciones con Organizaciones Locales ACCIÓN SOCIAL
- Financiamiento de la Acción Social
- Involucramiento con la Acción Social

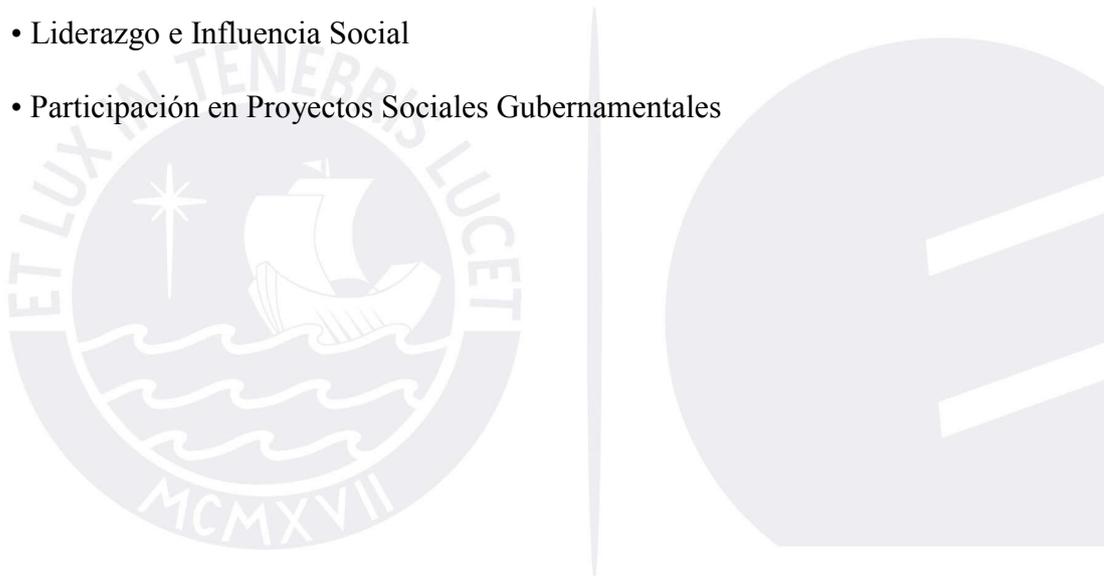
Tema Gobierno y Sociedad

Transparencia Política

- Contribuciones para Campañas Políticas
- Construcción de la Ciudadanía por las Empresas
- Prácticas Anticorrupción y Anticoima

Liderazgo Social

- Liderazgo e Influencia Social
- Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales



Apéndice C: Matriz de los Indicadores de Profundidad

Tabla C1

Matriz de los Indicadores de Profundidad-Parte 1

Tema	Subtema	N	Indicador	Puntaje disponible	Puntaje etapa	E-01				Puntaje total	Nunca trataron	E-02				Puntaje total	Nunca trataron	E-03				Puntaje total	Nunca trataron	E-04				Puntaje total	Nunca trataron	E-05				Puntaje total	
						ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4		ET 1
Valores transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	1	Compromisos éticos	50	12.5		2			25.0		1				12.5		1				12.5			2				25.0		1				12.5
		2	Arraigo en la cultura organizativa	50	12.5		2			25.0			2				25.0		1				12.5			2				25.0		2			25.0
		3	Gobierno corporativo	50	12.5		2			25.0		1					12.5			2			25.0						25.0		2			25.0	
	Relaciones transparentes con la sociedad	4	Relaciones con la competencia	50	12.5		2			25.0		1				12.5		2				25.0			2				25.0		2			25.0	
		5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)	50	12.5			1		12.5		1				12.5		1				12.5			1				12.5		1			12.5	
		6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	50	12.5		2			25.0		1				12.5		1				12.5			2				25.0		2			25.0	
Publico interno	Dialogo y participación	7	Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empresas	23	5.8		2			11.5			2			11.5			2			11.5			2			11.5		1			5.8		
		8	Gestión participativa	23	5.8		2			11.5			2				11.5			2			11.5			2			11.5		1			5.8	
	Respeto al individuo	9	Compromiso con el futuro de los niños	23	5.8			3		17.3		1				5.8		1				5.8			1				5.8		1			5.8	
		10	Compromiso con el desarrollo infantil	23	5.8		2			11.5		1				5.8		1				5.8			1				5.8		2			11.5	
		11	Valoración de la diversidad	23	5.8		2			11.5		1				5.8		1				5.8			1				5.8		1			5.8	
	Trabajo decente	Respeto al individuo	12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	23	5.8		1			5.8		1			5.8		1				5.8			1				5.8		1			5.8	
			13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	23	5.8		2			11.5			2			11.5		1				5.8			2				11.5		2			11.5
			14	Relaciones con trabajadores tercerizados	23	5.8		1			5.8		1				5.8		1				5.8			1				5.8		1			5.8
		Trabajo decente	15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	23	5.8		2			11.5			2			11.5		1				5.8							11.5		1			5.8

Tabla C2

Matriz de los Indicadores de Profundidad-Parte 2

Tema	Subtema	N	Indicador	Puntaje disponible	Puntaje etapa	Nunca trataron	E-01				Puntaje total	Nunca trataron	E-02				Puntaje total	Nunca trataron	E-03				Puntaje total	Nunca trataron	E-04				Puntaje total	Nunca trataron	E-05				Puntaje total
							ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4	
Público interno	Trabajo decente	16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	23	5.8		1				5.8	1					5.8	1					5.8	1					5.8	1					5.8
		17	Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	23	5.8			2				11.5		2				11.5	1					5.8		2				11.5		2			11.5
		18	Conducta Frente a Despidos	23	5.8			2				11.5	1					5.8	1					5.8	1				5.8		2			11.5	
		19	Preparación para jubilación	23	5.8			1				5.8	1					5.8	1					5.8	1				5.8	0				0.0	
	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	60	15.0			1				15.0	1					15.0	1					15.0	1				15.0		1			15.0	
		21	Educación y Concientización Ambiental.	60	15.0			1				15.0	1					15.0	1					15.0	1				15.0		1			15.0	
Medio ambiente	Gerenciamiento del impacto ambiental	22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	60	15.0			1				15.0	1					15.0	1				15.0	1				15.0	0				0.0		
		23	Sustentabilidad de la economía forestal	60	15.0	0						0.0	0					0.0	0					0.0	0				0.0	0				0.0	
		24	Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	60	15.0			1				15.0	1					15.0	1					15.0	1				15.0		1			15.0	
Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	75	18.8			1				18.8	1					18.8		2				37.5		2			37.5		1			18.8	
		26	Trabajo infantil en la cadena productiva	75	18.8			1				18.8	1					18.8	1					18.8	1				18.8		1			18.8	
		27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	75	18.8			1				18.8	1					18.8	1					18.8	1			18.8	0				0.0		
		28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	75	18.8			1				18.8	1					18.8	1					18.8		2			37.5		1			18.8	

Tabla C3

Matriz de los Indicadores de Profundidad-Parte 3

Tema	Subtema	N	Indicador	Puntaje disponible	Puntaje etapa	Nunca trataron	E-01				Puntaje total	Nunca trataron	E-02				Puntaje total	Nunca trataron	E-03				Puntaje total	Nunca trataron	E-04				Puntaje total	Nunca trataron	E-05				Puntaje total
							ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4			ET 1	ET 2	ET 3	ET 4	
Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	29	Política de Comunicación Comercial	100	25.0			2		50.0			2		50.0			2		50.0			2		50.0			1				25.0			
		30	Excelencia de la atención	100	25.0				3		75.0			3		75.0			2		50.0			3		75.0			3			75.0			
		31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	100	25.0			1		25.0		1		25.0		25.0		1		25.0			2		50.0			1				25.0			
Comunidad	Relaciones con la comunidad local	32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	75	18.8			1		18.8		1		18.8			1		18.8			1		18.8			1				18.8				
		33	Relaciones con organizaciones locales	75	18.8			1		18.8		1		18.8	0					0.0			1		18.8	0						0.0			
	Acción social	34	Financiamiento de la Acción Social	75	18.8			1		18.8	0			0.0	0					0.0			1		18.8	0						0.0			
		35	Involucramiento con la Acción Social	75	18.8			1		18.8		1		18.8		18.8		1		18.8			2		37.5	0						0.0			
	Gobierno y sociedad	Transparencia política	36	Contribución para Campañas Políticas	60	15.0			2		30.0		1		15.0			1		15.0			2		30.0			1				15.0			
37			Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	60	15.0	0				0.0	0			0.0	0					0.0	0				0.0	0						0.0			
38			Prácticas Anticorrupción y Anticoima	60	15.0			1		15.0		1		15.0		15.0		1		15.0			1		15.0			1				15.0			
Liderazgo social		39	Liderazgo e Influencia Social	60	15.0			1		15.0		1		15.0		15.0		1		15.0			1		15.0			1				15.0			
	40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	60	15.0			1		15.0		1		15.0		15.0		1		15.0			1		15.0			1				15.0				

Apéndice D: Matriz de los Indicadores Binarios

Tabla D1

Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 1

Tema	Subtema	N°	Indicador	E-01					
				Número de preguntas (a)	Puntaje obtenido profundidad (b)	Puntaje por indicador (c) =15% x (b)	Puntaje por respuestas validas (d) = (c) / (a)	Total de respuestas validas (e)	Puntaje obtenido Binario (d) x (e)
Valores transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	1	Compromisos éticos	19	25.0	3.8	0.2	14	2.8
		2	Arraigo en la cultura organizativa	9	25.0	3.8	0.4	7	2.9
		3	Gobierno corporativo	23	25.0	3.8	0.2	18	2.9
Publico interno	Relaciones transparentes con la sociedad	4	Relaciones con la competencia	11	25.0	3.8	0.3	8	2.7
		5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (<i>stakeholders</i>)	9	12.5	1.9	0.2	4	0.8
		6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	9	25.0	3.8	0.4	5	2.1
	Dialogo y participación	7	Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empresas	3	11.5	1.7	0.6	2	1.2
		8	Gestión participativa	2	11.5	1.7	0.9	2	1.7
	Respeto al individuo	9	Compromiso con el futuro de los niños	4	17.3	2.6	0.6	3	1.9
		10	Compromiso con el desarrollo infantil	16	11.5	1.7	0.1	5	0.5
		11	Valoración de la diversidad	21	11.5	1.7	0.1	17	1.4
		12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	4	5.8	0.9	0.2	2	0.4
		13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	14	11.5	1.7	0.1	9	1.1
		14	Relaciones con trabajadores tercerizados	9	5.8	0.9	0.1	6	0.6
	Trabajo decente	15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	12	11.5	1.7	0.1	7	1.0
		16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	16	5.8	0.9	0.1	6	0.3
		17	Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	5	11.5	1.7	0.3	4	1.4
18		Conducta Frente a Despidos	5	11.5	1.7	0.3	4	1.4	
19		Preparación para jubilación	6	5.8	0.9	0.1	2	0.3	
Medio ambiente	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	7	15.0	2.3	0.3	4	1.3
		21	Educación y Concientización Ambiental.	3	15.0	2.3	0.8	3	2.3
	Gerenciamiento del impacto ambiental	22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	7	15.0	2.3	0.3	4	1.3
		23	Sustentabilidad de la economía forestal	3	0.0	0.0	0.0	0	0.0
24	Mínimización de Entradas y Salidas de Insumos	6	15.0	2.3	0.4	3	1.1		
Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	12	18.8	2.8	0.2	6	1.4
		26	Trabajo infantil en la cadena productiva	2	18.8	2.8	1.4	2	2.8
		27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	3	18.8	2.8	0.9	1	0.9
		28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	8	18.8	2.8	0.4	4	1.4
Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	29	Política de Comunicación Comercial	10	50.0	7.5	0.8	9	6.8
		30	Excelencia de la atención	12	75.0	11.3	0.9	10	9.4
		31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	8	25.0	3.8	0.5	7	3.3
Comunidad	Relaciones con la comunidad local	32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	17	18.8	2.8	0.2	10	1.7
		33	Relaciones con organizaciones locales	4	18.8	2.8	0.7	1	0.7
	Acción social	34	Financiamiento de la Acción Social	6	18.8	2.8	0.5	1	0.5
		35	Involucramiento con la Acción Social	8	18.8	2.8	0.4	5	1.8
Gobierno y sociedad	Transparencia política	36	Contribución para Campañas Políticas	4	30.0	4.5	1.1	3	3.4
		37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	1	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		38	Prácticas Anticorrupción y Anti coima	3	15.0	2.3	0.8	3	2.3
	Liderazgo social	39	Liderazgo e Influencia Social	3	15.0	2.3	0.8	1	0.8
		40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	3	15.0	2.3	0.8	2	1.5

Tabla D2

Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 2

Tema	Subtema	N°	Indicador	E-02						
				Número de preguntas (a)	Puntaje obtenido profundidad (b)	Puntaje por indicador (c) =15% x (b)	Puntaje por respuestas validas (d) = (c) / (a)	Total de respuestas validas (e)	Puntaje obtenido Binario (d) x (e)	
Valores transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	1	Compromisos éticos	19	12.5	1.9	0.1	8	0.8	
		2	Arraigo en la cultura organizativa	9	25.0	3.8	0.4	5	2.1	
		3	gobierno corporativo	23	12.5	1.9	0.1	15	1.2	
Publico interno	Relaciones transparentes con la sociedad	4	Relaciones con la competencia	11	12.5	1.9	0.2	7	1.2	
		5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (<i>stakeholders</i>)	9	12.5	1.9	0.2	3	0.6	
		6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	9	12.5	1.9	0.2	3	0.6	
	Dialogo y participación	7	Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empresas	3	11.5	1.7	0.6	2	1.2	
		8	Gestión participativa	2	11.5	1.7	0.9	1	0.9	
	Respeto al individuo		9	Compromiso con el futuro de los niños	4	5.8	0.9	0.2	2	0.4
			10	Compromiso con el desarrollo infantil	16	5.8	0.9	0.1	5	0.3
			11	Valoración de la diversidad	21	5.8	0.9	0.0	12	0.5
			12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	4	5.8	0.9	0.2	1	0.2
			13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	14	11.5	1.7	0.1	11	1.4
14			Relaciones con trabajadores tercerizados	9	5.8	0.9	0.1	6	0.6	
Trabajo decente		15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	12	11.5	1.7	0.1	5	0.7	
		16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	16	5.8	0.9	0.1	4	0.2	
		17	Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	5	11.5	1.7	0.3	3	1.0	
		18	Conducta Frente a Despidos	5	5.8	0.9	0.2	2	0.3	
		19	Preparación para jubilación	6	5.8	0.9	0.1	2	0.3	
Medio ambiente	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	7	15.0	2.3	0.3	1	0.3	
		21	Educación y Concientización Ambiental.	3	15.0	2.3	0.8	2	1.5	
	Gerenciamiento del impacto ambiental	22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	7	15.0	2.3	0.3	2	0.6	
		23	Sustentabilidad de la economía forestal	3	0.0	0.0	0.0	0	0.0	
24	Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	6	15.0	2.3	0.4	2	0.8			
Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	12	18.8	2.8	0.2	5	1.2	
		26	Trabajo infantil en la cadena productiva	2	18.8	2.8	1.4	2	2.8	
		27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	3	18.8	2.8	0.9	1	0.9	
		28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	8	18.8	2.8	0.4	3	1.1	
Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	29	Política de Comunicación Comercial	10	50.0	7.5	0.8	8	6.0	
		30	Excelencia de la atención	12	75.0	11.3	0.9	9	8.4	
		31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	8	25.0	3.8	0.5	6	2.8	
Comunidad	Relaciones con la comunidad local	32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	17	18.8	2.8	0.2	8	1.3	
		33	Relaciones con organizaciones locales	4	18.8	2.8	0.7	0	0.0	
	Acción social	34	Financiamiento de la Acción Social	6	0.0	0.0	0.0	0	0.0	
		35	Involucramiento con la Acción Social	8	18.8	2.8	0.4	3	1.1	
Gobierno y sociedad	Transparencia política	36	Contribución para Campañas Políticas	4	15.0	2.3	0.6	3	1.7	
		37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	1	0.0	0.0	0.0	0	0.0	
		38	Prácticas Anticorrupción y Anti coima	3	15.0	2.3	0.8	2	1.5	
	Liderazgo social	39	Liderazgo e Influencia Social	3	15.0	2.3	0.8	1	0.8	
40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	3	15.0	2.3	0.8	1	0.8			

Tabla D3

Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 3

Tema	Subtema	N°	Indicador	E-03					
				Número de preguntas (a)	Puntaje obtenido por profundidad (b)	Puntaje por indicador (c) =15% x (b)	Puntaje por respuestas validas (d) = (c) / (a)	Total de respuestas validas (e)	Puntaje obtenido Binario (d) x (e)
Valores transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	1	Compromisos éticos	19	12.5	1.9	0.1	11	1.1
		2	Arraigo en la cultura organizativa	9	12.5	1.9	0.2	5	1.0
		3	Gobierno corporativo	23	25.0	3.8	0.2	17	2.8
Publico interno	Relaciones transparentes con la sociedad	4	Relaciones con la competencia	11	25.0	3.8	0.3	7	2.4
		5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (<i>stakeholders</i>)	9	12.5	1.9	0.2	3	0.6
		6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	9	12.5	1.9	0.2	3	0.6
	Dialogo y participación	7	Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empresas	3	11.5	1.7	0.6	1	0.6
		8	Gestión participativa	2	11.5	1.7	0.9	1	0.9
	Respeto al individuo	9	Compromiso con el futuro de los niños	4	5.8	0.9	0.2	2	0.4
		10	Compromiso con el desarrollo infantil	16	5.8	0.9	0.1	8	0.4
		11	Valoración de la diversidad	21	5.8	0.9	0.0	10	0.4
		12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	4	5.8	0.9	0.2	1	0.2
		13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	14	5.8	0.9	0.1	7	0.4
		14	Relaciones con trabajadores tercerizados	9	5.8	0.9	0.1	2	0.2
		Trabajo decente	15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	12	5.8	0.9	0.1	7
	16		Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	16	5.8	0.9	0.1	4	0.2
	17		Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	5	5.8	0.9	0.2	2	0.3
18	Conducta Frente a Despidos		5	5.8	0.9	0.2	4	0.7	
19	Preparación para jubilación		6	5.8	0.9	0.1	1	0.1	
Medio ambiente	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	7	15.0	2.3	0.3	1	0.3
		21	Educación y Concientización Ambiental.	3	15.0	2.3	0.8	2	1.5
	Gerenciamiento del impacto ambiental	22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	7	15.0	2.3	0.3	2	0.6
		23	Sustentabilidad de la economía forestal	3	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		24	Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	6	15.0	2.3	0.4	2	0.8
Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	12	37.5	5.6	0.5	6	2.8
		26	Trabajo infantil en la cadena productiva	2	18.8	2.8	1.4	2	2.8
		27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	3	18.8	2.8	0.9	1	0.9
		28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	8	18.8	2.8	0.4	2	0.7
Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	29	Política de Comunicación Comercial	10	50.0	7.5	0.8	8	6.0
		30	Excelencia de la atención	12	50.0	7.5	0.6	9	5.6
		31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	8	25.0	3.8	0.5	6	2.8
Comunidad	Relaciones con la comunidad local	32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	17	18.8	2.8	0.2	9	1.5
		33	Relaciones con organizaciones locales	4	0.0	0.0	0.0	0	0.0
	Acción social	34	Financiamiento de la Acción Social	6	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		35	Involucramiento con la Acción Social	8	18.8	2.8	0.4	3	1.1
Gobierno y sociedad	Transparencia política	36	Contribución para Campañas Políticas	4	15.0	2.3	0.6	2	1.1
		37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	1	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		38	Prácticas Anticorrupción y Anti coima	3	15.0	2.3	0.8	2	1.5
	Liderazgo social	39	Liderazgo e Influencia Social	3	15.0	2.3	0.8	0	0.0
		40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	3	15.0	2.3	0.8	1	0.8

Tabla D4

Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 4

Tema	Subtema	N°	Indicador	E-04						
				Número de preguntas (a)	Puntaje obtenido profundidad (b)	Puntaje por indicador (c) =15% x (b)	Puntaje por respuestas validas (d) = (c) / (a)	Total de respuestas validas (e)	Puntaje obtenido Binario (d) x (e)	
Valores transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	1	Compromisos éticos	19	25.0	3.8	0.2	14	2.8	
		2	Arraigo en la cultura organizativa	9	25.0	3.8	0.4	6	2.5	
		3	Gobierno corporativo	23	25.0	3.8	0.2	14	2.3	
Publico interno	Relaciones transparentes con la sociedad	4	Relaciones con la competencia	11	25.0	3.8	0.3	7	2.4	
		5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (<i>stakeholders</i>)	9	12.5	1.9	0.2	5	1.0	
		6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	9	25.0	3.8	0.4	2	0.8	
	Dialogo y participación	7	Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empresas	3	11.5	1.7	0.6	2	1.2	
		8	Gestión participativa	2	11.5	1.7	0.9	2	1.7	
	Respeto al individuo	9	Compromiso con el futuro de los niños	4	5.8	0.9	0.2	3	0.6	
		10	Compromiso con el desarrollo infantil	16	5.8	0.9	0.1	4	0.2	
		11	Valoración de la diversidad	21	5.8	0.9	0.0	10	0.4	
		12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	4	5.8	0.9	0.2	2	0.4	
		13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	14	11.5	1.7	0.1	6	0.7	
		14	Relaciones con trabajadores tercerizados	9	5.8	0.9	0.1	3	0.3	
		15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	12	11.5	1.7	0.1	6	0.9	
	Trabajo decente	16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	16	5.8	0.9	0.1	3	0.2	
		17	Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	5	11.5	1.7	0.3	1	0.3	
		18	Conducta Frente a Despidos	5	5.8	0.9	0.2	1	0.2	
		19	Preparación para jubilación	6	5.8	0.9	0.1	2	0.3	
	Medio ambiente	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	7	15.0	2.3	0.3	4	1.3
			21	Educación y Concientización Ambiental.	3	15.0	2.3	0.8	3	2.3
		Gerenciamiento del impacto ambiental	22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	7	15.0	2.3	0.3	5	1.6
23			Sustentabilidad de la economía forestal	3	0.0	0.0	0.0	0	0.0	
Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	24	Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	6	15.0	2.3	0.4	4	1.5	
		25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	12	37.5	5.6	0.5	5	2.3	
		26	Trabajo infantil en la cadena productiva	2	18.8	2.8	1.4	2	2.8	
		27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	3	18.8	2.8	0.9	0	0.0	
Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	8	37.5	5.6	0.7	3	2.1	
		29	Política de Comunicación Comercial	10	50.0	7.5	0.8	9	6.8	
		30	Excelencia de la atención	12	75.0	11.3	0.9	9	8.4	
Comunidad	Relaciones con la comunidad local	31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	8	50.0	7.5	0.9	7	6.6	
		32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	17	18.8	2.8	0.2	9	1.5	
	Acción social	33	Relaciones con organizaciones locales	4	18.8	2.8	0.7	1	0.7	
		34	Financiamiento de la Acción Social	6	18.8	2.8	0.5	1	0.5	
		35	Involucramiento con la Acción Social	8	37.5	5.6	0.7	5	3.5	
Gobierno y sociedad	Transparencia política	36	Contribución para Campañas Políticas	4	30.0	4.5	1.1	4	4.5	
		37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	1	0.0	0.0	0.0	0	0.0	
		38	Prácticas Anticorrupción y Anti coima	3	15.0	2.3	0.8	2	1.5	
	Liderazgo social	39	Liderazgo e Influencia Social	3	15.0	2.3	0.8	2	1.5	
40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	3	15.0	2.3	0.8	1	0.8			

Tabla D5

Matriz de los Indicadores Binarios-Parte 5

Tema	Subtema	N°	Indicador	E-05					
				Número de preguntas (a)	Puntaje obtenido profundidad (b)	Puntaje por indicador (c) =15% x (b)	Puntaje por respuestas validas (d) = (c) / (a)	Total de respuestas validas (e)	Puntaje obtenido Binario (d) x (e)
Valores transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	1	Compromisos éticos	19	12.5	1.9	0.1	14	1.4
		2	Arraigo en la cultura organizativa	9	25.0	3.8	0.4	6	2.5
		3	Gobierno corporativo	23	25.0	3.8	0.2	16	2.6
	Relaciones transparentes con la sociedad	4	Relaciones con la competencia	11	25.0	3.8	0.3	6	2.0
		5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)	9	12.5	1.9	0.2	2	0.4
		6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	9	25.0	3.8	0.4	2	0.8
Publico interno	Dialogo y Participación	7	Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empresas	3	5.8	0.9	0.3	1	0.3
		8	Gestión participativa	2	5.8	0.9	0.4	1	0.4
	Respeto al individuo	9	Compromiso con el futuro de los niños	4	5.8	0.9	0.2	2	0.4
		10	Compromiso con el desarrollo infantil	16	11.5	1.7	0.1	7	0.8
		11	Valoración de la diversidad	21	5.8	0.9	0.0	12	0.5
		12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	4	5.8	0.9	0.2	2	0.4
		13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	14	11.5	1.7	0.1	7	0.9
		14	Relaciones con trabajadores tercerizados	9	5.8	0.9	0.1	3	0.3
	Trabajo decente	15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	12	5.8	0.9	0.1	4	0.3
		16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	16	5.8	0.9	0.1	7	0.4
17		Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	5	11.5	1.7	0.3	1	0.3	
18		Conducta Frente a Despidos	5	11.5	1.7	0.3	4	1.4	
19		Preparación para jubilación	6	0.0	0.0	0.0	0	0.0	
Medio ambiente	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	7	15.0	2.3	0.3	1	0.3
		21	Educación y Concientización Ambiental.	3	15.0	2.3	0.8	1	0.8
	Gerenciamiento del impacto ambiental	22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	7	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		23	Sustentabilidad de la economía forestal	3	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		24	Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	6	15.0	2.3	0.4	2	0.8
Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	12	18.8	2.8	0.2	8	1.9
		26	Trabajo infantil en la cadena productiva	2	18.8	2.8	1.4	1	1.4
		27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	3	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	8	18.8	2.8	0.4	2	0.7
Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	29	Política de Comunicación Comercial	10	25.0	3.8	0.4	7	2.6
		30	Excelencia de la atención	12	75.0	11.3	0.9	11	10.3
		31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	8	25.0	3.8	0.5	6	2.8
Comunidad	Relaciones con la comunidad local	32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	17	18.8	2.8	0.2	7	1.2
		33	Relaciones con organizaciones locales	4	0.0	0.0	0.0	0	0.0
	Acción social	34	Financiamiento de la Acción Social	6	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		35	Involucramiento con la Acción Social	8	0.0	0.0	0.0	0	0.0
Gobierno y sociedad	Transparencia política	36	Contribución para Campañas Políticas	4	15.0	2.3	0.6	2	1.1
		37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	1	0.0	0.0	0.0	0	0.0
		38	Prácticas Anticorrupción y Anti coima	3	15.0	2.3	0.8	2	1.5
	Liderazgo social	39	Liderazgo e Influencia Social	3	15.0	2.3	0.8	1	0.8
		40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	3	15.0	2.3	0.8	1	0.8

Apéndice E: Metodología de Perú 2021 para el Procesamiento de Datos

----- Mensaje original -----

De: bcarpio@Perú2021.org

Para: nlicona@pucp.pe

Fecha: Jueves, 02 de febrero de 2017 8:30

Asunto: Fórmula ETHOS

Estimada Nelly,

Te explico el cálculo de los indicadores con un ejemplo.

Por ejemplo, en el tema Proveedores hay 4 indicadores, del 25 a 28, conteniendo 4 indicadores de profundidad (uno en cada uno)

Espero haberte ayudado. Respecto a la fórmula ofrecida, veámoslo con un ejemplo. El indicador 25 en este tema de Proveedores, contiene 12 indicadores binarios, del 25.1 a 25.12 (espero coincida con tu matriz de preguntas)

El cálculo:

I. Cada tema de la herramienta contiene 345 puntos disponibles, siendo 300 en el indicador de profundidad + 15% (45) de los binarios (por fórmula)

II. Para saber cuál es la puntuación por indicador de profundidad en este tema, es necesario dividir 300 entre 4 (cantidad de indicadores en Proveedores), o sea 75 puntos en cada uno de los indicadores. Los puntos disponibles en ese indicador 25 (profundidad + binarios) es $75 + 15\%$ (11.25) = 86,25 puntos disponibles. Cada etapa en este indicador 25 tendrá su puntuación

i. Etapa 1 -> $1/4$ de 75 = 18,75 puntos

ii. Etapas 2 -> $2/4$ de 75 = 37,5

iii. Etapa 3 -> $3/4$ de 75 = 56,25

iv. Etapa 4 -> $4/4$ de 74 = 75

III. La puntuación de las binarias será $15\% / 12 = 1,25\%$ por binaria.

IV. Suponiendo que la etapa fue 2 y que hay cinco respuestas correctas, entonces tendremos:

a. $37.5 + 6.25\% (1.25\% * 5) = 39.85$ puntos obtenidos

b. $37.5 + 2.35 = 39.85$ puntos obtenidos

V. Para saber la nota final

a. Si $86,25 = \text{nota } 10$, entonces $39.85 = \text{nota } x$; resultado es $4,62$ de nota final.

Es todo. Esto hay que hacer por cada indicador.

Cordiales saludos,

Bruno Carpio Aguilar

Jefe de Desarrollo y Capacitación

WWW.PERÚ2021.ORG | Conoce nuestro Reporte de Sostenibilidad 2013-2014

Av. Conquistadores N° 626 Oficina SS-01, San Isidro

C 715-8120 | D 715-8126 | Cel. 998108462 | Facebook | Twitter | LinkedIn

Apéndice F: Notas por Indicadores

Tabla F1

Notas por Indicadores-Parte 1

Tema	Subtema	N°	Indicador	E-01					E-02					
				Puntaje obtenido Binario	Puntaje obtenido profundidad	Puntaje Total	Puntaje máximo	Nota	Puntaje obtenido Binario	Puntaje obtenido profundidad	Puntaje Total	Puntaje Máximo	Nota	
Valores transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	1	Compromisos éticos	2.8	25.0	27.8	57.5	4.8	0.8	12.5	13.3	57.5	2.3	
		2	Arraigo en la cultura organizativa	2.9	25.0	27.9	57.5	4.9	2.1	25.0	27.1	57.5	4.7	
		3	Gobierno corporativo	2.9	25.0	27.9	57.5	4.9	1.2	12.5	13.7	57.5	2.4	
	Relaciones transparentes con la sociedad	4	Relaciones con la competencia	2.7	25.0	27.7	57.5	4.8	1.2	12.5	13.7	57.5	2.4	
		5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (<i>stakeholders</i>)	0.8	12.5	13.3	57.5	2.3	0.6	12.5	13.1	57.5	2.3	
		6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	2.1	25.0	27.1	57.5	4.7	0.6	12.5	13.1	57.5	2.3	
Publico interno	Dialogo y participación	7	Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empresas	1.2	11.5	12.7	26.5	4.8	1.2	11.5	12.7	26.5	4.8	
		8	Gestión participativa	1.7	11.5	13.3	26.5	5.0	0.9	11.5	12.4	26.5	4.7	
	Respeto al individuo	9	Compromiso con el futuro de los niños	1.9	17.3	19.3	26.5	7.3	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	
		10	Compromiso con el desarrollo infantil	0.5	11.5	12.1	26.5	4.6	0.3	5.8	6.0	26.5	2.3	
		11	Valoración de la diversidad	1.4	11.5	12.9	26.5	4.9	0.5	5.8	6.3	26.5	2.4	
		12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	0.2	5.8	6.0	26.5	2.3	
		13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	1.1	11.5	12.7	26.5	4.8	1.4	11.5	12.9	26.5	4.9	
		14	Relaciones con trabajadores tercerizados	0.6	5.8	6.3	26.5	2.4	0.6	5.8	6.3	26.5	2.4	
	Trabajo decente	15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	1.0	11.5	12.5	26.5	4.7	0.7	11.5	12.3	26.5	4.6	
		16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	0.2	5.8	6.0	26.5	2.3	
		17	Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	1.4	11.5	12.9	26.5	4.9	1.0	11.5	12.6	26.5	4.7	
		18	Conducta Frente a Despidos	1.4	11.5	12.9	26.5	4.9	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	
		19	Preparación para jubilación	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	
		20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	1.3	15.0	16.3	69.0	2.4	0.3	15.0	15.3	69.0	2.2	
Medio ambiente	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	21	Educación y Concientización Ambiental.	2.3	15.0	17.3	69.0	2.5	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	
		22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	1.3	15.0	16.3	69.0	2.4	0.6	15.0	15.6	69.0	2.3	
	Gerenciamiento del impacto ambiental	23	Sustentabilidad de la economía forestal	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0		
		24	Mínimización de Entradas y Salidas de Insumos	1.1	15.0	16.1	69.0	2.3	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	
Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	1.4	18.8	20.2	86.3	2.3	1.2	18.8	19.9	86.3	2.3	
		26	Trabajo infantil en la cadena productiva	2.8	18.8	21.6	86.3	2.5	2.8	18.8	21.6	86.3	2.5	
		27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	0.9	18.8	19.7	86.3	2.3	0.9	18.8	19.7	86.3	2.3	
		28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	1.4	18.8	20.2	86.3	2.3	1.1	18.8	19.8	86.3	2.3	
Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	29	Política de Comunicación Comercial	6.8	50.0	56.8	115.0	4.9	6.0	50.0	56.0	115.0	4.9	
		30	Excelencia de la atención	9.4	75.0	84.4	115.0	7.3	8.4	75.0	83.4	115.0	7.3	
		31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	3.3	25.0	28.3	115.0	2.5	2.8	25.0	27.8	115.0	2.4	
Comunidad	Relaciones con la comunidad local	32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	1.7	18.8	20.4	86.3	2.4	1.3	18.8	20.1	86.3	2.3	
		33	Relaciones con organizaciones locales	0.7	18.8	19.5	86.3	2.3	0.0	18.8	18.8	86.3	2.2	
	Acción social	34	Financiamiento de la Acción Social	0.5	18.8	19.2	86.3	2.2	0.0	0.0	86.3	0.0		
Gobierno y sociedad	Transparencia política	35	Involucramiento con la Acción Social	1.8	18.8	20.5	86.3	2.4	1.1	18.8	19.8	86.3	2.3	
		36	Contribución para Campañas Políticas	3.4	30.0	33.4	69.0	4.8	1.7	15.0	16.7	69.0	2.4	
		37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0		
	Liderazgo social	38	Prácticas Anticorrupción y Anti coima	2.3	15.0	17.3	69.0	2.5	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	
		39	Liderazgo e Influencia Social	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	
		Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3

Tabla F2

Notas por Indicadores-Parte 2

Tema	Subtema	N°	Indicador	E-03					E-04					E-05					Cinco empresas	
				Puntaje obtenido Binario	Puntaje obtenido profundidad	Puntaje Total	Puntaje Máximo	Nota	Puntaje obtenido Binario	Puntaje obtenido profundidad	Puntaje Total	Puntaje Máximo	Nota	Puntaje obtenido Binario	Puntaje obtenido profundidad	Puntaje Total	Puntaje Máximo	Nota	Nota final por indicador	
Valores de transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	1	Compromisos éticos	1.1	12.5	13.6	57.5	2.4	2.8	25.0	27.8	57.5	4.8	1.4	12.5	13.9	57.5	2.4	3.3	
		2	Arraigo en la cultura organizativa	1.0	12.5	13.5	57.5	2.4	2.5	25.0	27.5	57.5	4.8	2.5	25.0	27.5	57.5	4.8	4.3	
		3	Gobierno corporativo	2.8	25.0	27.8	57.5	4.8	2.3	25.0	27.3	57.5	4.7	2.6	25.0	27.6	57.5	4.8	4.3	
Publico interno	Relaciones transparentes con la sociedad	4	Relaciones con la competencia	2.4	25.0	27.4	57.5	4.8	2.4	25.0	27.4	57.5	4.8	2.0	25.0	27.0	57.5	4.7	4.3	
		5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)	0.6	12.5	13.1	57.5	2.3	1.0	12.5	13.5	57.5	2.4	0.4	12.5	12.9	57.5	2.2	2.3	
		6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	0.6	12.5	13.1	57.5	2.3	0.8	25.0	25.8	57.5	4.5	0.8	25.0	25.8	57.5	4.5	3.7	
	Dialogo y participación	7	Relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empresas	0.6	11.5	12.1	26.5	4.6	1.2	11.5	12.7	26.5	4.8	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	4.2	
		8	Gestión participativa	0.9	11.5	12.4	26.5	4.7	1.7	11.5	13.3	26.5	5.0	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	4.3	
	Respeto al individuo	Trabajo decente	9	Compromiso con el futuro de los niños	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	0.6	5.8	6.4	26.5	2.4	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	3.3
10			Compromiso con el desarrollo infantil	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	0.2	5.8	6.0	26.5	2.3	0.8	11.5	12.3	26.5	4.6	3.2	
11			Valoración de la diversidad	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	0.5	5.8	6.3	26.5	2.4	2.9	
12		Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	0.2	5.8	6.0	26.5	2.3	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	2.3		
13		Compromiso con la promoción de la equidad de género	0.4	5.8	6.2	26.5	2.3	0.7	11.5	12.3	26.5	4.6	0.9	11.5	12.4	26.5	4.7	4.3		
14		Relaciones con trabajadores tercerizados	0.2	5.8	6.0	26.5	2.2	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	2.3		
15		Política de remuneración, prestaciones y carrera	0.5	5.8	6.3	26.5	2.4	0.9	11.5	12.4	26.5	4.7	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	3.7		
16		Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	0.2	5.8	6.0	26.5	2.3	0.2	5.8	5.9	26.5	2.2	0.4	5.8	6.1	26.5	2.3	2.3		
17		Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	0.3	11.5	11.9	26.5	4.5	0.3	11.5	11.9	26.5	4.5	4.2		
Medio ambiente	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	18	Conducta Frente a Despidos	0.7	5.8	6.5	26.5	2.4	0.2	5.8	5.9	26.5	2.2	1.4	11.5	12.9	26.5	4.9	3.3	
		19	Preparación para jubilación	0.1	5.8	5.9	26.5	2.2	0.3	5.8	6.1	26.5	2.3	0.0	0.0	0.0	26.5	0.0	1.8	
		20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	0.3	15.0	15.3	69.0	2.2	1.3	15.0	16.3	69.0	2.4	0.3	15.0	15.3	69.0	2.2	2.3	
	Gerenciamiento del impacto ambiental	21	Educación y Concientización Ambiental.	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	2.3	15.0	17.3	69.0	2.5	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	2.4	
		22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	0.6	15.0	15.6	69.0	2.3	1.6	15.0	16.6	69.0	2.4	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	1.9	
	Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	23	Sustentabilidad de la economía forestal	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	0.0	
			24	Mínimización de Entradas y Salidas de Insumos	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	2.3
			25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	2.8	37.5	40.3	86.3	4.7	2.3	37.5	39.8	86.3	4.6	1.9	18.8	20.6	86.3	2.4	3.3
			26	Trabajo infantil en la cadena productiva	2.8	18.8	21.6	86.3	2.5	2.8	18.8	21.6	86.3	2.5	1.4	18.8	20.2	86.3	2.3	2.5
			27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	0.9	18.8	19.7	86.3	2.3	0.0	18.8	18.8	86.3	2.2	0.0	0.0	0.0	86.3	0.0	1.8
Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	0.7	18.8	19.5	86.3	2.3	2.1	37.5	39.6	86.3	4.6	0.7	18.8	19.5	86.3	2.3	2.7	
		29	Política de Comunicación Comercial	6.0	50.0	56.0	115.0	4.9	6.8	50.0	56.8	115.0	4.9	2.6	25.0	27.6	115.0	2.4	4.4	
		30	Excelencia de la atención	5.6	50.0	55.6	115.0	4.8	8.4	75.0	83.4	115.0	7.3	10.3	75.0	85.3	115.0	7.4	6.8	
Comunidad	Relaciones con la comunidad local	31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	2.8	25.0	27.8	115.0	2.4	6.6	50.0	56.6	115.0	4.9	2.8	25.0	27.8	115.0	2.4	2.9	
		32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	1.5	18.8	20.2	86.3	2.3	1.5	18.8	20.2	86.3	2.3	1.2	18.8	19.9	86.3	2.3	2.3	
	Acción social	33	Relaciones con organizaciones locales	0.0	0.0	0.0	86.3	0.0	0.7	18.8	19.5	86.3	2.3	0.0	0.0	0.0	86.3	0.0	1.3	
		34	Financiamiento de la Acción Social	0.0	0.0	0.0	86.3	0.0	0.5	18.8	19.2	86.3	2.2	0.0	0.0	0.0	86.3	0.0	0.9	
Gobierno y sociedad	Transparencia política	35	Involucramiento con la Acción Social	1.1	18.8	19.8	86.3	2.3	3.5	37.5	41.0	86.3	4.8	0.0	0.0	0.0	86.3	0.0	2.3	
		36	Contribución para Campañas Políticas	1.1	15.0	16.1	69.0	2.3	4.5	30.0	34.5	69.0	5.0	1.1	15.0	16.1	69.0	2.3	3.4	
	Liderazgo social	37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0	0.0		
		38	Prácticas Anticorrupción y Anti coima	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	2.4	
39	Liderazgo e Influencia Social	0.0	15.0	15.0	69.0	2.2	1.5	15.0	16.5	69.0	2.4	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	2.3			
40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	0.8	15.0	15.8	69.0	2.3	2.3			

Apéndice G: Notas por Subtemas y Temas

Tabla G1

Notas por Subtemas y Temas

N°	Temas	Subtemas	E-01		E-02		E-03		E-04		E-05		Sector Comercio de Alimentos	
			Puntaje por subtema	Puntaje por tema	Promedio por subtema	Promedio por tema								
1	Valores transparencia y gobierno	Autorregulación de la conducta	4.8	4.4	3.1	2.7	3.2	3.1	4.8	4.3	4.0	3.9	4.0	3.7
		Relaciones transparentes con la sociedad	4.0		2.3		3.1		3.9		3.8		3.4	
2	Publico interno	Dialogo y participación	4.9	4.2	4.7	3.2	4.6	2.7	4.9	3.2	2.3	2.9	4.3	3.2
		Respeto al individuo	4.4		2.7		2.3		2.7		3.1		3.0	
		Trabajo decente	3.8		3.2		2.3		3.2		2.8		3.1	
3	Medio ambiente	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	2.4	1.9	2.3	1.8	2.3	1.8	2.4	1.9	2.3	1.4	2.3	1.8
		Gerenciamiento del impacto ambiental	1.6		1.5		1.5		1.6		0.8		1.4	
4	Proveedores	Selección, evaluación y alianza con proveedores	2.4	2.4	2.3	2.3	2.9	2.9	3.5	3.5	1.7	1.7	2.6	2.6
5	Consumidores y clientes	Dimensión social del consumo	4.9	4.9	4.8	4.8	4.0	4.0	5.7	5.7	4.1	4.1	4.7	4.7
6	Comunidad	Relaciones con la comunidad local	2.3	2.3	2.3	1.7	1.2	1.2	2.3	2.9	1.2	0.6	1.8	1.7
		Acción social	2.3		1.1		1.1		3.5		0.0		1.6	
7	Gobierno y sociedad	Transparencia política	2.4	2.4	1.6	1.9	1.6	1.8	2.5	2.4	1.6	1.9	1.9	2.1
		Liderazgo social	2.3		2.3		2.2		2.3		2.3		2.3	

Apéndice H: Notas Finales del Estado de la Gestión con Enfoque de RSE en el Sector

Comercio de Alimentos

Tabla H1

Notas Finales del Estado de la Gestión con Enfoque de RSE en el Sector Comercio de Alimentos

Temas	E-01	E-02	E-03	E-04	E-05	Nota Promedio	Etapas
Valores transparencia y gobierno	4.4	2.7	3.1	4.3	3.9	3.7	2
Publico interno	4.2	3.2	2.7	3.2	2.9	3.2	2
Medio ambiente	1.9	1.8	1.8	1.9	1.4	1.8	1
Proveedores	2.4	2.3	2.9	3.5	1.7	2.6	2
Consumidores y clientes	4.9	4.8	4.0	5.7	4.1	4.7	2
Comunidad	2.3	1.7	1.2	2.9	0.6	1.7	1
Gobierno y sociedad	2.4	1.9	1.8	2.4	1.9	2.1	1
Nota individual	3.2	2.7	2.5	3.4	2.3	2.8	2



Apéndice I: Cálculo del Coeficiente *Alfa de Cronbach*

Tabla II

Cálculo del Coeficiente Alfa de Cronbach

Empresas	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	Total
E-01	4.4	4.2	1.9	2.4	4.9	2.3	2.4	22.5
E-02	2.7	3.2	1.8	2.3	4.8	1.7	1.9	18.6
E-03	3.1	2.7	1.8	2.9	4.0	1.2	1.8	17.6
E-04	4.3	3.2	1.9	3.5	5.7	2.9	2.4	24.0
E-05	3.9	2.9	1.4	1.7	4.1	0.6	1.9	16.4
Varianza (Vi)	0.5	0.4	0.1	0.4	0.5	0.8	0.1	10.7

Estadístico	Valor
<i>K</i>	7
<i>Suma Vi</i>	2.79
<i>Vk</i>	10.7

Formula *Alfa de Cronbach*:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vk} \right]$$

$$\text{Alfa de Cronbach} = 1.167 \times [0.738]$$

$$\text{Alfa de Cronbach} = 0.862$$

