

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles
de la ciudad de Juliaca.

Por:

Edison Yonathan Chambi Sarmiento

Asesor:

Mg. Jhon Cahuana Sánchez

Juliaca, diciembre de 2018

DECLARACION JURADA DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS

Mg. Jhon Cahuana Sánchez, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PYMES INDUSTRIALES TEXTILES DE LA CIUDAD DE JULIACA" constituye la memoria que presenta el bachiller Edison Yonathan Chambi Sarmiento para aspirar al título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca a los veintiocho días del mes de junio del año dos mil diecisiete.



Mg. Jhon Cahuana Sanchez

Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles
de la ciudad de Juliaca.

TESIS

Presentada para optar el título profesional de Licenciado en
Administración Y Negocios Internacionales

JURADO CALIFICADOR



Lic. Dante Ortiz Guillén
Presidente



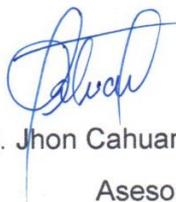
Lic. Amed Vargas Martínez
Secretario



Mg. Elmer Henry Lupaca Chata
Vocal



Lic. Kukulí Ana Coaquira Puma
Vocal



Mg. Jhon Cahuana Sanchez
Asesor

Juliaca, 13 de diciembre de 2018

Dedicatoria

A mis padres por su dedicación para lograr que sea una mejor persona a la familia Apaza Sosa por ser mi familia y estar en cada momento de mi vida.

Agradecimiento

A Dios por estar en cada momento de mi vida y así lograr las metas que me he establecido en especial por esta investigación.

A mi familia por su apoyo incondicional

A mi asesor y dictaminadores que me ayudaron con su dirección y conocimientos

A la Universidad Peruana Unión por formar mis estudios académicos.

ÍNDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE ANEXOS	ix
CAPÍTULO I.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. Descripción del problema	13
1.2. Formulación del problema	15
1.2.1. Problema general	15
1.2.2. Problema específico	15
1.3. Objetivos de la investigación	15
1.3.1. Objetivo general.....	15
1.3.2. Objetivos específicos	15
1.4. Justificación de la investigación.....	15
1.4.1. Relevancia teórica	16
1.4.2. Relevancia metodológica.....	16
1.5. Presuposición filosófica	16
1.6. Limitaciones de la investigación	17
CAPÍTULO II.....	18
MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Antecedentes de la investigación	18
2.2. Marco histórico	20
2.3. Base teórica.....	21
2.3.1. Responsabilidad Social Empresarial	21
2.3.2. Importancia de la RSE	23
2.3.3. Características de la responsabilidad social empresarial	23
2.3.4. Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial.....	25
2.3.5. Grupos de interés en la responsabilidad social empresarial.....	26
2.3.6. Entorno social.....	26
2.3.7. Entorno medioambiental.....	28
2.3.8. Entorno económico.....	30
2.4. Definiciones conceptuales	31
CAPÍTULO III..	33
DISEÑO METODOLÓGICO.....	33

3.1.	Tipo de investigación	33
3.2.	Diseño de la investigación	33
3.3.	Población y muestra	34
3.3.1.	Delimitación espacial y temporal.	34
3.3.2.	Definición de población y muestra.	34
3.4.	El instrumento	35
3.4.2.	Validez y confiabilidad del instrumento	36
3.5.	Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos	36
3.6.	Proceso de recolección de datos	37
3.7.	Procesamiento y análisis de datos	37
	CAPÍTULO IV	38
	RESULTADOS Y DISCUSIONES	38
4.1.	Análisis e interpretación de los resultados	38
4.1.1.	Objetivo general	38
4.1.2.	Objetivo específico 1	39
4.1.3.	Objetivo específico 2	39
4.1.4.	Objetivo específico 3	40
4.2.	Discusión	41
	CAPÍTULO V	43
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
5.1.	Conclusiones	43
5.2.	Recomendaciones	44
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.....	38
Tabla 2. Entorno social de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.....	39
Tabla 3. Entorno económico de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.	40
Tabla 4. Entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.	41

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Cuestionario sobre responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.....	52
Anexo B. Operacionalización de las variables.....	55
Anexo C. Matriz de consistencia	56
Anexo B. Matriz instrumental.....	57
Anexo E. Confiabilidad del instrumento.....	61

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial es muy importante dentro de una organización, para que se pueda establecer una relación amigable y estable dentro de los grupos de interés, una empresa que establece relaciones con los grupos de interés en todas sus dimensiones genera estabilidad, la presente investigación se realizó en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca. Estas se encuentran en relación estrecha con el medio ambiente la comunidad y el gobierno. La presente investigación se centra en levantar información sobre responsabilidad social empresarial, para ello se recurrió a (Alejandro, 2015) y (De la cruz Ruiz, 2013), entre otros para argumentar el problema de investigación, se estableció como objetivo general Determinar la responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca: si se establece un modelo de responsabilidad social empresarial, entonces se logrará acciones que involucren la comunidad y/o los grupos de interés, un adecuado manejo de la inversión y acciones proteccionistas del ambiente y su preservación. La investigación es de tipo descriptiva, analítica, la muestra quedo definida por 51 PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, se utilizó la técnica de encuesta para el procesamiento y análisis de resultados se utilizó los métodos, descriptivo, analítico

Palabras clave: responsabilidad, acciones, grupos de interés, ambiente, modelo de responsabilidad social empresarial, dimensiones.

ABSTRACT

Corporate social responsibility is very important within an organization, for which it is possible to establish a friendly and stable relationship within the interest groups, a company that establishes relationships with stakeholders in all its dimensions generates stability, the present research was carried out in the industrial SMEs of the city of Juliaca. These are in close relationship with the environment community and government. This research focuses on improving corporate social responsibility of the company and measure the current situation in which it is, for it was used (Alejandro, 2015) and (De la Cruz Ruiz, 2013), among others to argue problem of research, is based on the hypothesis as follows: if a corporate social responsibility model is established, actions that involve the community and / or interest groups will be achieved, a single investment management and protectionist actions of the environment and its preservation. The research is descriptive, analytical, the sample remains determined by 51 industrial SMEs from the city of Juliaca, used the survey technique for processing and analysis of results used methods, descriptive, analytical, coming to determine that SMEs require a corporate social responsibility model to improve their work actions in their different dimensions.

Key words: responsibility, actions, interest groups, environment, corporate social responsibility model, dimensions.

INTRODUCCIÓN

Según Vives (2015) Es un hecho ampliamente aceptado que la empresa tiene una responsabilidad que va más allá de producir productos y servicios, crear empleos y pagar impuestos, independientemente del país donde opere y es la de asumir los efectos que sus actividades causan sobre la sociedad y tomar las medidas necesarias. Además, dependiendo del contexto en el que opera puede tener que contribuir al desarrollo de la sociedad, más allá del simple resultado de sus actividades cotidianas.

El presente trabajo de investigación denominado: “La responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca en el año 2017” es establecer la situación actual de las empresas, en relación a la responsabilidad social empresarial y sus dimensiones.

El presente trabajo de investigación, está dividido en 3 capítulos, en donde desarrollamos el problema de la investigación, su realidad problemática, formulación del problema, justificación y objetivos. Se desarrolla también el marco teórico, donde se presentan los antecedentes, base teórica relacionada con el problema, los modelos a seguir y las definiciones conceptuales.

De igual forma se presenta el marco metodológico, en el cual se mencionan el tipo y diseño de investigación realizada, la población y muestra, variables, operacionalización de variables, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, métodos de análisis e interpretación de resultados donde se presentan los resultados obtenidos por cada instrumento, se analizan y se interpretan.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En este primer capítulo presentamos un análisis de la realidad problemática que existe en la responsabilidad social empresarial y sus dimensiones. En la actualidad los grupos de interés no se han establecido interrogantes en relación a como han ido actuando las empresas, quienes son mediadores del cuidado del medio en donde se encuentran, y cuál es el papel de las PYMES para poder suplir las necesidades de sus clientes. Las empresas y organizaciones deben mostrar interés en relación a la situación actual de las decisiones que toman, que tan perjudiciales pueden ser, que acciones tomaran para poder controlar la repercusión de cada decisión tomada, para poder comparar, analizar y así tener un enfoque más amplio sobre el tema que estamos tratando y su respectiva importancia.

1.1. Descripción del problema

El crecimiento acelerado de la población Juliaca y la concentración comercial ha generado principalmente desbalances medioambientales y sociales, La ciudad de Juliaca concentra el comercio de la región de Puno las PYMES son las más crecientes en los últimos años, por lo tanto, al generar un comercio industrial trae consigo contaminación y sobre exceso de residuos. La población en este proceso no ha sido dirigida hacia el cuidado del medio en el que se encuentra, las PYMES tienen un rol muy importante en este proceso.

El Comercio (2015) afirma que los programas de responsabilidad social en el escenario corporativo peruano no tienen más allá de doce años. Al inicio se pensó que se trataba de una moda para tranquilizar las 'culpas' de las empresas. Había que devolver algo de lo recibido e invertir en la sociedad. Sin embargo, transcurrida más de una década de haberse introducido 'esta onda' no hay duda de que el tema va en serio. Las empresas que han iniciado el desarrollo de programas sociales como parte de sus programas de responsabilidad social han logrado maduración en cuanto a sus planteamientos y objetivos a lo largo de todo este tiempo. Pero no

todas en el aspecto empresarial tienen proyectos que definan claramente metas; que cumplan las expectativas de todos los grupos de interés; que vayan de acuerdo al 'core business' de la empresa y que demuestren que son sostenibles; requisitos exigidos por la responsabilidad social.

Naturales (2015) En la última década, las nuevas tendencias mundiales indican que las empresas no sólo deben centrarse en mejorar la competitividad y rentabilidad de su negocio sino también deben interactuar responsablemente con el resto de los grupos de interés. Las empresas son una parte importante de la ciudadanía corporativa que demanda de ellos una mayor preocupación por temas sociales y ambientales.

Concepción (2015) El nuevo contexto para la práctica de la responsabilidad social. Producto de un proceso inédito de negociación que tomó más de dos años y contó con una participación sin precedentes de la sociedad civil, la agenda 2030 define 17 objetivos para el desarrollo sostenible y 169 metas. Mientras que los que para el período 2000-2015 se centraban en mejorar la situación de los más pobres y excluidos; para 2015-2030 conllevan objetivos de sostenibilidad más ambiciosos y complejos. Por un lado, buscan completar aquello que no se logró, y por otro van mucho más lejos para abordar las causas de fondo de la pobreza y la desigualdad, la necesidad universal de un desarrollo que beneficie a todas las personas, el cambio climático, el consumo sostenible, la innovación y la importancia de la paz y la justicia para todos. En definitiva, esa nueva agenda ofrece un plan de acción para el trabajo conjunto de gobiernos, empresas, organizaciones civiles y personas.

Las empresas y organizaciones que no practican o no implementan la responsabilidad social empresarial corren el riesgo de ofrecer productos y servicios de poca innovación, la ineficiencia y baja rentabilidad hace que la empresa sea menos competitiva, abra un deficiente desarrollo sostenible puesto que las empresas y organizaciones tienen relación directa con sus grupos de interés. Además de que el desempeño financiero será deficiente y por ende menor utilidad, otro problema es los altos costos operativos ya que genera pérdidas en la empresa y como consecuencia la improductividad de la empresa, un problema clave es la imagen de la empresa y su reputación. Si los pequeños y medianos empresarios no toman en cuenta la implementación de las prácticas de RSE; corren el riesgo de

salir del mercado por las exigencias del mismo las cuales son cada vez mayores a nivel nacional e internacional.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca?

1.2.2. Problema específico

¿Cómo es el entorno social de la Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca?

¿Cómo es entorno económico de la Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca?

¿Cómo es el entorno medio ambiental de la Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar el entorno social de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

Determinar el entorno económico de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

Determinar el entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

1.4. Justificación de la investigación

La responsabilidad social empresarial es importante porque genera innovación en sus productos y servicios, además de ofrecer y presentar una empresa transparente con el respeto por las personas y su entorno tanto interno como externo, las empresas se hacen eficientes y rentables por lo tanto más

competitivas, la preocupación por los grupos de interés hace que las empresas presenten un desarrollo sostenible para un futuro mejor, La responsabilidad social empresarial refuerza la imagen externa e interna institucional de la empresa, en la medida que legitima su función social, alcanzando mayores cuotas de credibilidad y reconocimiento por la importancia que generan los valores y su identidad. Con frecuencia los pequeños y micro empresarios no están motivados a iniciar prácticas de responsabilidad social empresarial principalmente por desconocimiento de los beneficios que conlleva en el mejor desempeño financiero, reducción de costo operativo, incremento en la productividad y mejora en la imagen de marca y reputación de sus empresas. El realizar una investigación sobre la situación actual en la que se encuentran las pymes en cuanto a la responsabilidad social empresarial se podrá realizar acciones de mejora, lo cual conlleva una situación saludable para los grupos de interés.

1.4.1. Relevancia teórica

Es importante el presente trabajo porque proveerá una base teórica a las ciencias sociales, sobre la responsabilidad social empresarial en el sector PYMES industriales textiles de Juliaca, coadyuvando de esta manera a las ciencias sociales.

1.4.2. Relevancia metodológica

Se justifica metodológicamente el presente trabajo de investigación porque empleará el método descriptivo, cuantitativo, para establecer resultados acerca de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de Juliaca.

1.5. Presuposición filosófica

Los seres humanos actuamos de acuerdo a nuestras convicciones y estas se forman a través de la educación que hemos recibido de nuestros padres, del colegio, de la universidad, de las tradiciones, de la lectura de libros y otros. El pensamiento de las personas en general, y más específicamente, los fundamentos de ese pensamiento (los principios y valores que los sustentan) y la actitud que deriva de esos fundamentos, hace la diferencia en cuanto al nivel de desarrollo de las naciones y de las demás personas

En Génesis 1:28; 2:15 el ser humano fue puesto en este mundo para cuidar y proteger todos los recursos naturales que se encuentran en él, si bien le dijo al

hombre que utilice estos recursos es nuestra responsabilidad hacerlo de manera correcta. Según 1 Corintios 10:24 el ser humano no debe buscar su propio interés sino los del prójimo.

Teniendo en cuenta lo mencionado, es responsabilidad de cada empresa, institución, en especial de cada ser humano cuidar y velar por los recursos naturales y humanos que Dios encomendó al hombre, además de preservar estos recursos se debe generar conciencia en cuanto a su correcta utilización y preservación.

1.6. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones que hemos tenido en la presente investigación son:

Falta de recursos financieros, humanos y materiales que determinarán en última instancia los alcances de la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Alejandro (2015) En su tesis La Responsabilidad Social Empresarial y sus efectos en los grupos de interés de la Empresa Volcafe en el año 2015 – Jaén, tuvo como objetivo general: Evaluar los efectos que tiene la RSE en los grupos de interés de la empresa Volcafe, y como objetivos específicos: Determinar el nivel de satisfacción en los grupos de interés. Determinar la frecuencia con la que la empresa realiza ayuda social. Utilizo la metodología: cualitativa, llegando a las siguientes conclusiones: que existe una deficiente gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa Volcafe.

Jaime (2014) En su tesis comunicar la RSC y la incidencia en la reputación de las empresas de comunicación-Barcelona, tuvo como objetivo general: establecer la incidencia que la comunicación de la RSC ejerce en la RC, y como objetivos específicos: realizar un aporte teórico a los conceptos de RSC y RC. Determinar cuál ha sido la incidencia de la comunicación de la RSC en la RC.

Utilizo la metodología: descriptiva, fases empíricas, llegando a las siguientes conclusiones: la comunicación de la RSC es una vía eficaz para la construcción de la RC.

Beatriz (2014) En su tesis práctica de responsabilidad social empresarial en litografías agremiadas a la cámara de industrias-Guatemala, tuvo como objetivo general: Determinar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que han implementado las empresas, y como objetivos específicos: Analizar si para las empresas sujetas al estudio, es un factor importante que sus proveedores utilicen prácticas de RSE.

Utilizo la metodología: descriptivo, en la que se midieron indicadores relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, llegando a las siguientes conclusiones: que en su mayoría las empresas del estudio realizan algunas acciones en todos sus ejes de la Responsabilidad Social Empresarial; sin embargo, para que sean verdaderas prácticas, las empresas sujetas al presente estudio deben incluirlas en su estrategia de negocio.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Carolina (2013) En su tesis la auditoría de gestión y su influencia en la responsabilidad social de las medianas y grandes empresas mineras-Lima, tuvo como objetivo general: Determinar si la Auditoría de Gestión, influye en la Responsabilidad Social de las medianas y grandes empresas, y como objetivos específicos: Evaluar si el nivel de eficiencia y eficacia organizacional, incide en el nivel de competitividad y productividad en el trabajo. Determinar cómo la aplicación de políticas y estrategias institucionales, afecta el nivel de protección y cuidado del medio ambiente.

Utilizo la metodología: análisis, síntesis, estadístico descriptivo, llegando a las siguientes conclusiones, La auditoría de gestión influye en la responsabilidad social empresarial de las medianas y grandes empresas mineras en el Perú; debido a que la auditoría de gestión es una herramienta para hacer seguimiento al buen cumplimiento de la gestión de la responsabilidad social empresarial.

Martha (2014) En su tesis la influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores -Trujillo, Perú, tuvo como objetivo general: determinar y valorar si las acciones de RSE de las empresas Trujillanas influyen en el comportamiento de compra de los consumidores, y como objetivos específicos: Analizar la naturaleza de la RSE. Identificar los diversos programas de RSE que realizan las empresas dirigidas a desarrollar un consumidor socialmente responsable.

Utilizo la metodología: inducción-deducción, analítico-sintético, llegando a las siguientes conclusiones: la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y la decisión de compra de los consumidores es positiva pero poco significativa respecto a los factores.

2.2. Marco histórico

La Responsabilidad Social es un concepto que aparece de forma explícita a mediados del siglo XX. Sin embargo, se puede afirmar que en términos éticos y morales ésta ha estado presente desde los inicios de la historia de la humanidad a través de normativas para garantizar correctas prácticas comerciales. En las culturas griega y romana las actividades comerciales fueron consideradas como un “mal necesario” apareciendo restricciones filosóficas sobre el trabajo de los mercaderes. Posteriormente, en la edad media continúan las restricciones religiosas planteadas por la iglesia católica que consideraba como despreciables a las actividades comerciales y de negocios. Hacia el siglo XIII, ante el crecimiento del comercio en las ciudades europeas, Santo Tomás de Aquino estableció el concepto del precio justo determinado por los mercados y los márgenes de utilidad razonables obtenidos en el proceso de comercio (Schwalb & Garcia , 2003).

La ideología judía favorable al capitalismo, la reforma y el nacimiento de la ética protestante hacen que el comercio ya no sea visto como una labor denigrante. Entre los siglos XV y XIX el comercio y las industrias crecen de forma sostenida, convirtiendo a la ética capitalista en un eje fundamental del desarrollo de la humanidad. Luego de la revolución industrial de fines del siglo XIX, las empresas cobran un rol mucho más protagónico en el sistema. Sin embargo, a raíz de la crisis de 1929, la labor empresarial es cuestionada, optándose por estados con mayores atribuciones lo que se mantuvo hasta pasada la segunda guerra mundial. Es a partir de la década de los cincuenta que las compañías empiezan a consolidarse. Así, las grandes corporaciones empiezan poco a poco, a manejar los hilos de la economía mundial hasta llegar a la situación actual en la que las grandes empresas son más poderosas, en términos económicos, que la mayoría de los países (Schwalb & Garcia, 2003).

En lo que se refiere a Latinoamérica, las primeras manifestaciones del movimiento de responsabilidad social se presentaron en la década de los sesenta así, en 1965 aparece la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE), que para 1977 mutaría a la ADCE UNIAPAC Brasil, que es una institución que se preocupa por difundir el concepto de la responsabilidad social no sólo en el Brasil, sino en toda la región. En la década de los ochentas el tema empieza a tener un mayor protagonismo en América Latina, desarrollándose

seminarios y eventos. Así mismo, algunas empresas brasileñas empiezan a utilizar de manera incipiente el Balance Social. En los noventa, comienzan a aparecer una serie de instituciones promotoras del tema como Perú 2021 (ingresa en el tema 1996), el Instituto Ethos de Brasil (1998), Acción RSE (2000), Fundemás de El Salvador (2000), entre otras. En el año 1997 un grupo de 150 empresarios y líderes civiles representantes de diferentes regiones de las Américas, se reunieron en un congreso pionero en Miami donde se lanzó la idea de una alianza hemisférica de organizaciones empresariales de RSE y otras (ONG's, Universidades e Instituciones Públicas) consiguiendo así la creación de Forum Empresa¹². Actualmente, la red cuenta con 16 miembros¹³ y su sede se ubica en Santiago de Chile (Schwalb & Garcia, 2003).

En la evolución e historia de la responsabilidad social en el mundo, se pueden apreciar una serie de hechos que han determinado su consolidación para inicios del presente siglo: creación de organizaciones específicamente de responsabilidad social¹⁴, iniciativas de gobierno e instituciones mundiales. Así, en el año 2000 el Reino Unido creó el Ministerio de Responsabilidad Social Corporativa y en el año 2002, en Francia se decide la formación del Ministerio de Desarrollo Sustentable. Cabe mencionar que en estos dos países es obligatoria la presentación de reportes sociales que acompañen a los informes financieros de las empresas. En este sentido, se puede afirmar que existen tres hitos fundamentales en la consolidación de la responsabilidad social, estos son: el Global Compact, las Metas del Milenio y la Declaración de la Ciudadanía Corporativa en el marco del World Economic Forum (Canessa Illich & Garcia Vega, 2005)

2.3. Base teórica

2.3.1. Responsabilidad Social Empresarial

Según Barchan (2017) vendría a ser la capacidad que tiene la empresa para crear valor económico y al mismo tiempo respetar los derechos de aquellos con los que se relaciona, es decir, buscar una equidad social y también preservando el medioambiente en el desarrollo de sus actividades de negocio. Por tanto, una empresa sostenible será aquella que cree valor para sus accionistas, para la sociedad y el medioambiente.

Para Paula Ortiz (2009) la responsabilidad social empresarial (RSE) se origina de una concepción de organización que sustenta sus ideas, decisiones, acciones y resultados en valores, los cuales permiten la construcción de una sociedad con mayor riqueza pero de igual forma más justa, equitativa y sustentable.

Paula Ortiz, (2009) las organizaciones socialmente responsables son capaces de integrar su visión, misión, estrategia y objetivos organizacionales con un modelo de intervención social responsable. Con lo cual se busca alcanzar un equilibrio entre los intereses económicos de la organización y la responsabilidad social con el fin de poder obtener una ventaja competitiva en el futuro.

La Responsabilidad Social Empresarial es y trata de cómo las empresas manejan los procesos de los negocios para producir un impacto positivo y total en la sociedad. Añaden, que los accionistas externos están tomando interés creciente en las actividades de la empresa lo que la empresa esté haciendo actualmente, bueno o malo; en términos de sus productos y servicios; su impacto en el ambiente y en comunidades cercanas o, cómo los directivos de la empresa tratan y desarrollan su fuerza laboral (Balachandran & Chandrasekaran, 2011).

La Comisión Europea la define como: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio (Libro Verde de 2001).

Instituto Ethos (2014) afirma que la RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

Business for Social Responsibility (2012) (BSR), sostiene que la responsabilidad social empresarial es la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa.

Es una forma de gestión donde la empresa busca integrar la satisfacción de sus objetivos económicos con los impactos sociales y ambientales, buscando un desarrollo sostenible para todos los grupos con los que se relaciona, promoviendo las buenas prácticas en todas sus actividades.

2.3.2. Importancia de la RSE

Según Mendoza (2011), es de suma importancia para las empresas del siglo XXI porque la RSE es una necesidad derivada del cambio de valores en la ciudadanía, que ha generado nuevas dinámicas empresariales y nuevos roles. Por un lado un papel más activista en los consumidores, que exigen mucho más que un simple producto: esperan que la empresa cuide el medio ambiente, respete los derechos humanos y sea transparente. Por otro lado, las empresas incrementan los controles sobre sus actividades para asegurar que cumplan con los principios de RSE.

Piña (2015), directora de Marketing & Business de KPMG Chile, sostiene la RSE es importante porque permite a las empresas mejorar su imagen y expandir su alcance a los distintos grupos de interés; A través de la RSE, las empresas pueden generar tecnologías, una mejor reputación y lealtad de marca, mayor productividad, mejoras en su clima laboral. Todo esto favorece considerablemente los resultados empresariales.

Córdoba Largo (2010) En su libro el corazón de las empresas, asume que el valor de la empresa no está únicamente en los activos financieros y materiales. Que activos intangibles como la marca o la reputación son esenciales dentro del proceso de creación de riqueza. Porque la empresa que gane dinero maltratando al personal, dando productos y servicios de mala calidad, engañando al cliente, contaminando, etc. es probable que sea capaz de realizar operaciones con las que ganara mucho dinero, pero, a medio plazo, habrá quemado todos los recursos que le habían permitido desarrollar su actividad de forma competitiva.

2.3.3. Características de la responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial como una nueva forma de hacer negocios, se puede analizar desde 3 diferentes enfoques: económico, social y medio ambiental; que permiten contemplar tanto interna como externamente la organización y no bajo la postura, de solo contemplar sus beneficios económicos

sino lograr una integración con el entorno social y medio ambiental, por lo que se vuelve un engranaje de las acciones y resultados de las tres dimensiones, como respuesta efectiva a las demandas del entorno (Santa, Fajardo, & Santa, 2015).

La voluntariedad es crucial al entender la auténtica responsabilidad social. La estricta observancia de lo que es obligatorio está fuera de toda discusión y, por lo tanto, no puede ser calificada de responsable. La responsabilidad social va mucho más allá: supone un plus sobre lo que ya establece la ley. Incorporarla o no incorporarla es una libre opción del empresario (Campuzano, 2010).

No es cumplimiento estricto de ley. Un comportamiento socialmente responsable implica ir más allá de lo que determina la normativa legal y el resultado de la negociación colectiva. Supone un plus sobre lo obligatorio. Es una decisión voluntaria de la empresa. Es una nueva forma de ver las cosas y encarar las actividades, puede ser impulsada tanto por organizaciones con fines de lucro como por aquellas que no lo tienen. Es activa y voluntaria, por activa se entiende que deben observarse acciones concretas y sus correspondientes resultados (Nieto, 2009).

Es voluntaria cuando no existen obligaciones de terceros o del Estado por involucrarse en actividades de responsabilidad social empresarial (RSE), la organización se orienta hacia las necesidades y expectativas de sus miembros (empleados y socios), la sociedad y todos aquellos que se relacionan de una forma u otra con sus operaciones. Involucra el aspecto económico, social y ambiental. Va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas. Es decir, la legislación debe ser cumplida en forma íntegra y las acciones de RSE deben estar por encima de lo exigido por la ley. Por ejemplo, pagarles a los empleados el sueldo mínimo u otorgarles vacaciones no son acciones de RSE, ya que están establecidos en las leyes. Las acciones pueden ser tanto nacionales como internacionales. La organización puede decidir expandir sus acciones de RSE inclusive fuera del país donde realiza sus actividades. Pero lo lógico es que se comience por casa (Nieto, 2009).

Las características de la responsabilidad social empresarial son, una visión integral de negocios, donde la compañía crea valor económico (beneficio económico), ambiental (planeta) y social (personas). Integración en todos los procesos del negocio. La RSE es personalizada. La RSE es una estrategia de

negocios que genera ganancias económicas a mediano y largo plazo. La RSE se puede implementar en PYMES y en grandes multinacionales (De la cruz Ruiz, 2013).

2.3.4. Pilares de la Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial destaca en 5 pilares (áreas) como son el medio ambiente, educación, salud, gestión social, arte y cultura (Pascual Thaveras, 2013).

Según FUNDEMÁS (2015), Institución referente sobre el tema de RSE en El Salvador. La Responsabilidad Social Empresarial en un ideal debería de trabajar en diferentes áreas internas y externas, que afectan de manera directa a la empresa, o viceversa. Es por ello que han diseñado los pilares de la RSE, que vendrían hacer los escenarios de acción.

Comunidad: La empresa deberá de asegurar el desarrollo económico, social y ambiental a nivel local, vinculando a esta a su actividad productiva.

Gobernabilidad: La empresa debe de guiarse por actividades transparentes para con sus públicos, también debe de tener: equidad corporativa, rendición de cuentas en: aspectos económicos, sociales y ambientales.

Mercadeo responsable: la empresa deberá de crear una relación sana y honesta con sus clientes, a través de integridad, justicia, honestidad y respeto a la libre competencia que la empresa deberá de tener en relación a sus otros competidores.

Proveedores: Estas son las personas que abastecen a la empresa con materia prima es por ello que se merecen y deben de ser tratados con transparencia y trato justos.

Medio ambiente: La empresa deberá de buscar en todas sus operaciones el equilibrio entre sus operaciones y la preservación de los recursos naturales.

Política pública: Es el límite entre el interés empresarial y el público que debe de buscar el todo momento el desarrollo social y económico del país en el cual opera.

Publico interno: Es el capital humano de la empresa y como tal debe ser motivado mediante diferentes prácticas responsables, que fomentan condiciones de trabajo favorables para el desarrollo de sus labores.

2.3.5. Grupos de interés en la responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial (RSE) es movimiento que promueve en las empresas la conciencia de velar por la satisfacción y cumplimiento de las expectativas de todos los grupos de interés de la sociedad en los que pueda generar un impacto. Estos grupos de interés, llamados también stakeholders (como se les conoce en la doctrina estadounidense), pueden ser grupos de accionistas, inversionistas, empleados y sus familias, la comunidad, los clientes, los proveedores, el medio ambiente y el Estado (Solano, 2012).

Afirma que cuando hablamos de ‘grupos de interés’ o de ‘partes interesadas’, nos referimos a las personas o grupos de personas que tienen impacto en, o se ven afectados por, las actividades, los productos o los servicios de una empresa (u otra organización). Establecer un compromiso (engagement) con los grupos de interés supone una variedad de acciones y esfuerzos para comprender e involucrar a estos grupos en las actividades y la toma de decisiones de una compañía.

La participación de los grupos de interés, a veces sólo es para dar la participación de los grupos de interés como instrumento de responsabilidad social corporativa. El caso de las pequeñas y medianas empresas familiares impresión de ser una actividad responsable, ya que puede ocultar propósitos muy diferentes a la auténtica responsabilidad social. Por ello es necesario un análisis no retórico de este problema, para evitar errores conceptuales que podrían conducir a conclusiones erróneas. Se entiende que la participación de los grupos de interés hace referencia a “las prácticas que una organización realiza para hacer participar a los grupos de interés de una manera positiva en las actividades de dicha organización” (Greenwood, 2007).

2.3.6. Entorno social

La importancia que una empresa tiene socialmente por el mero hecho de existir y que diferentes personas trabajen en ella. Además cuando abordamos el tema de los proveedores también indicamos la importancia económica a la hora de elegir proveedores locales (Abrego, 2013).

Una empresa puede tener mucha importancia en la dinamización de su entorno próximo, aunque normalmente su influencia estará supeditada a sus posibilidades. Son numerosos los casos en los que la vida social, cultural y deportiva de un pueblo, barrio o ciudad ha estado o está condicionada por alguna empresa importante radicada ahí, de tal forma que incluso algunas se han convertido en emblema del propio lugar (Abrego, 2013).

El desarrollo de las actividades empresariales se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: Los socios comerciales, proveedores, clientes, interlocutores públicos, la comunidad local, las autoridades y Organizaciones de la sociedad Civil. En el ámbito ambiental la relación se fomenta en el trabajo por el cuidado y preservación de éste. Algunas de las relaciones que se pueden mencionar según (Gonzales, 2003).

Relación con los Proveedores: Las empresas incorporan en sus acciones criterios de responsabilidad social para elegir a sus proveedores, ya que consideran el cumplimiento por parte de éstos, de acciones sociales y medioambientales. Esto para mantener la coherencia de sus prácticas y las de sus socios comerciales.

Relación con los Clientes: La relación con los clientes se ve reflejada en el trabajo por parte de las empresas en satisfacer las necesidades de éstos. A la vez los clientes exigen un buen trato y el cumplimiento de sus expectativas así como el respeto por el medio ambiente. Esto llevará a mantener buenas relaciones y la confianza en la empresa.

Relación con los Competidores: La relación que se establece entre empresas competidoras al trabajar en conjunto puede producir un mayor impacto en sus prácticas de RSE que si trabajaran individualmente (Gonzales, 2003).

Cuando una empresa decide invertir en un determinado país está influyendo en su desarrollo futuro. La creación de empleo, la innovación asociada a las inversiones, el desarrollo de infraestructuras, la formación del personal, etc., son factores muy positivos en todas las sociedades, pero lo son especialmente en las menos desarrolladas. De nuevo, se trata de decisiones que influyen a largo plazo, por lo que el diálogo con los grupos de interés afectados y la colaboración con las autoridades locales suponen una mayor garantía de éxito. Por otra parte, la gestión

de las personas, uno de los grupos de interés clave en cualquier organización, implica una alta posibilidad de riesgo social (CEMEFI, 2014).

Price Waterhouse Coopers (2012) agrupa los riesgos relacionados con los empleados de la siguiente forma:

Riesgo de las personas. Son riesgos inherentes a la gestión de los recursos humanos, como la incapacidad de realizar sus trabajos, un inadecuado plan de sucesión, mala gestión del talento, incumplimiento de los requerimientos legales, o la falta de motivación y retención.

Riesgo en las políticas y los procesos. Son los derivados de la forma en la que la empresa actúa con sus empleados, la inclusión de requerimientos legales en las políticas de cumplimiento, las políticas de remuneración que pueden no estar alineadas con la estrategia empresarial, las malas comunicaciones entre empleados que pueden generar falta de motivación o la discriminación que puede existir en los procesos de selección.

Riesgo en las funciones. Son los relativos a la gestión del día a día, como la mala gestión de los costes laborales, un bajo nivel de información compartida o errores en la gestión de nóminas.

El establecimiento de códigos de conducta, las políticas de atracción y retención del talento, de formación de empleados, de conocimiento y análisis de los errores en la gestión, y la realización de encuestas de clima laboral pueden favorecer la correcta gestión de estos riesgos. Un factor decisivo es la existencia de políticas de prevención de riesgos laborales, un aspecto regulado por numerosos países pero que no siempre se ha logrado aplicar con éxito en las empresas.

2.3.7. Entorno medioambiental

Tanto a nivel personal como empresarial es muy recurrente el pensamiento de que los temas medioambientales, aunque nos afectan a todos, están en manos solamente de los gobiernos y las grandes empresas, es decir, que el resto poco podemos decir o hacer, o que aunque lo hagamos su efecto es mínimo. Creo que en estas cuestiones todas y todas tenemos algo que decir, y sobre todo, algo que hacer. Independientemente de si las grandes políticas medioambientales cambiarán, de si el efecto de mi acción será minúsculo, de si seré la excepción en

mi entorno... independientemente de todo, lo que hagamos a favor del medioambiente será positivo (Abrego, 2013).

Una empresa pequeña no tiene campos en los que actuar siempre hay detalles y aspectos en los que puede mejorar medioambientalmente. Y es más, probablemente esas mejoras redunden en una mayor eficiencia de la empresa, ya que habitualmente muchas de las acciones van dirigidas al menor consumo de recursos. Los ámbitos que definen el entorno general de la empresa es el entorno medioambiental o ecológico. Estamos hablando de cómo el grado de concienciación ecológica de cada sociedad, las normas protectoras del medio ambiente, el uso de tecnologías respetuosas con el medio ambiente o el control de residuos peligrosos pueden afectar a nuestra actividad (Peñalver, 2013).

Gestión responsable de riesgo: Riesgo medioambiental, Ante el creciente consenso sobre la necesidad de preservar el medio ambiente a escala mundial, las consideraciones sobre los riesgos medioambientales se están integrando, cada vez en mayor medida, en los procesos de toma de decisiones a todos los niveles y ámbitos sociales, desde la definición de políticas, hasta la concesión de un crédito. Existen numerosas metodologías, implantadas y contrastadas para valorar el riesgo medioambiental de un proyecto o de una firma concreta. Sin embargo, no es frecuente encontrar sistemas que nos permitan valorar de forma masiva proyectos o empresas, capaces de discriminar aquellos con riesgo medioambiental bajo de los que pueden originar impactos significativos. El concepto de riesgo medioambiental ha sido tradicionalmente asumido por determinados sectores, como el industrial, pero el reciente establecimiento de legislación al respecto y el impulso de la RC suponen el punto de inicio para su incorporación por otros sectores. Los riesgos medioambientales relacionados con el funcionamiento habitual de una empresa son fácilmente previsibles y evitables. En cambio, los riesgos relacionados con situaciones excepcionales asociadas a la financiación de proyectos o a la internacionalización empresarial son más difíciles de prever y sus consecuencias más graves. El riesgo medioambiental se debe valorar en función de la probabilidad de que se produzca un impacto negativo sobre el entorno. Es muy importante tener en cuenta que la mala gestión de este tipo de riesgo puede derivar en un proceso civil, administrativo o penal en función de la legislación aplicable en cada momento en cada mercado (CEMEFI, 2012).

Para Price Waterhouse Coopers (2012) Es posible distinguir varios tipos de riesgos medioambientales: Los que están asociados a actividades industriales. Los relacionados con el transporte y la comercialización de productos. Los asociados a operaciones financieras.

2.3.8. Entorno económico

Uno de los problemas críticos que enfrenta la empresa moderna es el conocimiento y la gestión adecuada del sistema de información sobre su entorno económico, ya que variaciones en éste a nivel local, regional, nacional o internacional, pueden implicar cambios profundos en las estrategias tanto de producción como de ventas de la organización. Sin duda, el gran desafío de las empresas modernas es tener capacidad de respuesta oportuna a los cambios en el entorno económico en el cual actúan, con el propósito de garantizar su supervivencia, mantener niveles mínimos de rentabilidad y aprovechar oportunidades de crecimiento hacia el futuro. (Okean, 2000)

Riesgo económico y el riesgo de mercado obedecen a la variación de los factores externos (tipos de interés, tipo de cambio, volatilidad de los mercados, etc.) así como a la solvencia y liquidez de los distintos mercados en los que opera una empresa. El riesgo de mercado implica la posibilidad de que una inversión de una empresa pierda el valor que se pagó por ella. Numerosos factores pueden influir en el valor de una inversión (CEMEFI, 2012).

Para Price Waterhouse Coopers, (2012) se pueden encontrar los siguientes riesgos. La tasa de inflación. La tasa de inflación reduce el rendimiento que generan las inversiones. Si con el transcurso del tiempo, la tasa de inflación es mayor al rendimiento que genera la inversión, el dinero que se invierte tendrá un poder de compra menor, resultando en un retorno real negativo.

El tipo de interés. La capacidad de inversión de las empresas está directamente afectada por el tipo de interés. En escenarios de tipos de interés bajo y estable, las inversiones ofrecen un mayor atractivo. Por el contrario, en entornos de tipos de interés crecientes, un elevado apalancamiento financiero puede causar problemas derivados de la carga financiera de la deuda.

El riesgo de liquidez. La posibilidad de que un activo no pueda venderse también debe considerarse en las decisiones de inversión ya que podría suponer

una merma importante en la valoración de una empresa. En ese caso, el inversor podría verse en la necesidad de vender las inversiones por debajo de su precio teórico o podría verse forzado a retener su inversión, algo que podría generar costes adicionales.

El riesgo de mora. Existe el peligro de que los clientes no paguen sus obligaciones comerciales o financieras, o de que no lo hagan a tiempo, lo que puede suponer un desfase financiero con algún coste.

El ciclo económico. La diversificación del riesgo empresarial tiene como potenciales ventajas la de compensar la presencia de las empresas en países con un ciclo económico creciente con otras en ciclos económicos menos favorables. Esta ventaja, no obstante, puede convertirse en un problema cuando se produce una coincidencia de ciclos negativos.

2.4. Definiciones conceptuales

Responsabilidad Social Empresarial: “La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”, (PWBLF, Prince of Wales Business Leaders Forum).

Grupos de interés: Se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas (Freeman, 1983).

Ética empresarial: Es el conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación a todos los entornos en condiciones que supone respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que ésta comparte.

Sostenibilidad: Consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.

Buenas prácticas: Son una herramienta de eficacia comprobada de gestión del conocimiento que permiten identificar las acciones institucionales que han

rendido un buen o incluso excelente servicio en un determinado contexto y que se espera que, en contextos similares, rindan similares resultados.

Responsabilidad: Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

Sociedad: Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

Empresa: Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Desarrollo: Acción y efecto de progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente las comunidades humanas.

Sostenible: Dicho de un proceso: que puede mantenerse por sí mismo.

PYMES: Es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados.

PYME Industrial: Se constituyen en organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y de generar empleo, con lo que representan un importante factor de política de distribución de ingresos a las clases media y baja, con lo cual fomentan el desarrollo económico de toda una Nación.

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

La investigación básica trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos o específicos, en tal sentido, está orientada, a describir, explicar, predecir o retro decir la realidad, con lo cual se va en búsqueda de principios y leyes generales que permita organizar una teoría científica. En este sentido, podemos afirmar que la investigación sustantiva al perseguir la verdad nos encamina hacia la investigación básica o pura (Sánchez, Carlessi).

La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada (Sabino, 1986).

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental, transversal, ya que no existe manipulación alguna de variable y la información que se recoge se realiza en un solo momento del tiempo.

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Parra Ramirez, 2006).

“Las investigaciones seccionales o transversales son aquellas en las cuales se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra) una única vez en un momento dado” (Bernal Torres, 2006).

M = O

Esquema: Dónde.

M: Representa la muestra.

O: Representa la observación para obtener información de la muestra respecto a la variable Responsabilidad Social Empresarial.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Delimitación espacial y temporal.

Espacial:

El presente trabajo se enfocará en el estudio de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

Temporal:

Los pequeños y medianos empresarios industriales de Juliaca existentes, según listado del Ministerio de la Producción, hasta el 31 de enero de 2017.

3.3.2. Definición de población y muestra.

Población:

Según información del Ministerio de la Producción hasta el 31 de enero de 2017, existen 58 PYMES industriales textiles formales en la ciudad de Juliaca.

Se define como población, al universo al que se referirán las conclusiones del estudio. La población se define además en el espacio y en el tiempo, ya que conclusiones válidas en cierto momento, pueden no serlo en otro (Moya de Madrigal, 2002).

Muestra:

Una muestra es una parte de la población o universo a estudiar, entonces para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la población o universo a estudiar. Para el enfoque cuantitativo la muestra es un subgrupo de la población de interés que se define o delimita matemáticamente de antemano con precisión, y que debe ser representativo de ésta (Gomez M., 2006).

Para nuestro estudio utilizaremos la fórmula del tipo de muestreo aleatorio simple:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{58 * 1.96(2) * 0.05 * 0.95}{0.03(2) * (321 - 1) + 1.96(2) * 0.05 * 0.95}$$

Dónde:

N = Total de la población

Z α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en este caso 3%)

Para nuestro caso:

Seguridad = 95%

Precisión = 3%

Proporción esperada = 5% (0.05)

Tamaño de n = 51 PYMES industriales textiles

Dicho cuestionario es adaptado del libro responsabilidad social empresarial “Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social”.

3.4. El instrumento

3.4.1. Descripción y diseño del instrumento

Las preguntas pueden ser estructuradas o semi-estructuradas, para ésta investigación se llevan a cabo éstas últimas para obtener información cualitativa. Las entrevistas semi-estructuradas, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre temas deseados (Hernández et al, 2003).

Gómez, (2006) afirma que el cuestionario de la encuesta debe contener una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir, refiere que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

Para el presente trabajo se aplicará un cuestionario de cincuenta y dos preguntas dirigidas a los gerentes PYMES industriales de Juliaca, la encuesta como nombre "Responsabilidad Social Empresarial de las PYMES Industriales Textiles de la ciudad de Juliaca". La escala en la que se calificó será Likert, la escala Likert es de carácter psicométrico, se utiliza principalmente para resultados de opiniones o actitudes, el cuestionario está dividido de acuerdo a 3 dimensiones 7 indicadores y 39 sub indicadores, con un total de 52 ítems a responder.

Dicho cuestionario es adaptado del libro responsabilidad social empresarial "Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social".

3.4.2. Validez y confiabilidad del instrumento

El instrumento que se utilizó para esta investigación ha sido validado en investigaciones realizadas dentro y fuera del país, fue adaptado a la realidad y lugar donde se ejecutara este proyecto. Para asegurar su confiabilidad se ha validado por medio del programa estadístico SPSS 23 y por el juicio de expertos. Cuyo resultado demostró una alta confiabilidad con alfa de cronbach de 0.976 para proceder con el procesamiento de datos. Adjunto la validación del instrumento en el anexo F de esta investigación.

3.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos

Para el análisis de los datos, se usó las siguientes técnicas: la Estadística descriptiva, que analiza, estudia y describe a la totalidad de individuos de una población. El proceso que sigue la estadística descriptiva para el estudio de una cierta población consta de los siguientes pasos: selección de caracteres dignos de ser estudiados, mediante encuesta o medición, obtención del valor de cada individuo en los caracteres seleccionados; elaboración de tablas de frecuencias, mediante la adecuada clasificación de los individuos dentro de cada carácter; representación gráfica de los resultados (elaboración de gráficas estadísticas), obtención de parámetros estadísticos, números que sintetizan los aspectos más relevantes de una distribución estadística; y la estadística inferencial trabaja con

muestras, subconjuntos formados por algunos individuos de la población (Sabino, 1986)

Instrumento: El procesamiento de datos se realizó de forma automatizada con la utilización de medios informáticos. Para ello se utilizará el programa estadístico SPSS 23 paquete de recursos para el análisis descriptivo de las variables y para el cálculo de medidas inferenciales.

La encuesta: es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas así, por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006).

La técnica aplicada es la encuesta, dicho instrumento se aplicará a los gerentes de las 51 PYMES industriales textiles de Juliaca.

3.6. Proceso de recolección de datos

Los procedimientos efectuados para el proceso de investigación serán: se presentará el formato de la encuesta con la debida autorización y verificación de la encuesta, se entregará la encuesta a los encargados de las PYMES, quienes responderán a cada ítem, cualquier duda será subsanada por el investigador.

3.7. Procesamiento y análisis de datos

Después de haber obtenido los datos de las encuestas realizadas a los encargados de cada PYME en el trabajo de campo se realizara el registro y tabulación de las encuestas a través del paquete estadístico SPSS versión 23, asignando la puntuación correspondiente para la variable y las dimensiones, por consiguiente se realizara la puntuación de baremos para lograr la puntuación final.

Estos datos procesados serán organizados para establecer una base de datos en el SPSS, a partir de esta se elaboraran las tablas de frecuencias y las tablas correspondientes para posteriormente ser analizados e interpretados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

En el presente capítulo se analiza e interpreta las tablas obtenidas a partir del instrumento aplicado a los conductores y/o propietarios de las Pequeñas y Medianas Empresas Industriales textiles de la ciudad de Juliaca, con el fin de señalar aspectos relacionados a la responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, para finalmente presentar las conclusiones y recomendaciones.

4.1.1. Objetivo general

Determinar la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

De acuerdo a la Tabla 1, se observa a un 38.5% de los encuestados quienes consideran que existe una mala responsabilidad social empresarial comprendidas por el entorno social, económico y medioambiental en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, además un 42.3% mencionan que la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca es regular, sin embargo un 19.2% afirma que la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca es buena.

Tabla 1

Responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	20	38.5	38.5	38.5
Regular	22	42.3	42.3	80.8
Bueno	10	19.2	19.2	100
Total	1704	100	100	

Fuente: Elaboración propia, resultado de la investigación.

4.1.2. Objetivo específico 1

Determinar el entorno social de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

De acuerdo a la Tabla 2, se observa a un 28.8% de los encuestados quienes consideran que el entorno social de la responsabilidad social empresarial comprendidas por los valores, transparencia, gobierno corporativo, proveedores y publico interno en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca es malo, además un 50% mencionan que el entorno social de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca es regular, sin embargo un 21.2% afirma que existe un buen entorno social de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

Tabla 2

Entorno social de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	15	28.8	28.8	28.8
Regular	26	50.0	50.0	78.8
Bueno	11	21.2	21.2	100
Total	52	100	100	

Fuente: Elaboración propia, resultado de la investigación.

4.1.3. Objetivo específico 2

Determinar el entorno económico de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

De acuerdo a la Tabla 3, se observa a un 32.7% de los encuestados quienes consideran que el entorno económico de la responsabilidad social empresarial comprendidas por la comunidad, el gobierno y la sociedad en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca es malo, además un 42.3% mencionan que existe un regular entorno económico de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, sin embargo un 25%

afirma que existe un buen entorno económico de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

Tabla 3

Entorno económico de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	17	32.7	32.7	32.7
Regular	22	42.3	42.3	75.0
Bueno	13	25.0	25.0	100
Total	52	100	100	

Fuente: Elaboración propia, resultado de la investigación.

4.1.4. Objetivo específico 3

Determinar el entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

De acuerdo a la Tabla 4, se observa a un 34.6% de los encuestados quienes consideran que el entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial comprendidas por la administración del impacto ambiental, el cliente/consumidor en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca es malo, además un 42.3% mencionan que existe un regular entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, sin embargo un 23.1% afirma que existe un buen entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

Tabla 4

Entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	18	34.6	34.6	34.6
Regular	22	42.3	42.3	76.9
Bueno	12	23.1	23.1	100
Total	52	100	100	

Fuente: Elaboración propia, resultado de la investigación.

4.2. Discusión

El propósito de la investigación es describir la Responsabilidad Social Empresarial mediante el tipo de investigación descriptiva de las dimensiones e indicadores de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.

Para lo cual se ha utilizado la estadística descriptiva con el que los resultados de la investigación giran alrededor del estudio que establece una descripción de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.

Primera: Se tuvo como resultado que la Responsabilidad Social Empresarial de las PYMES industriales textiles en cuanto al entorno social el 50% mantiene una regular situación en cuanto a valores, transparencia, gobierno corporativo, proveedores y público interno, lo que permite que no se cumpla con la importancia de proteger el entorno social. Esto coincide contundentemente con lo mencionado por Mendoza, (2011). Quien menciona la importancia de la responsabilidad social empresarial para las empresas del siglo XXI porque es una necesidad derivada del cambio de valores en la ciudadanía, que genera nuevas dinámicas empresariales y nuevos roles. Por un lado, un papel más activista en los consumidores, que exigen mucho más que un simple producto: esperan que la empresa cuide el medio ambiente, respeto los derechos humanos y sea transparente. Por otro lado, las empresas incrementan los controles sobre sus actividades para asegurar que cumplan con los principios de RSE.

Segunda: En cuanto al entorno económico el 32.7% mantiene una mala situación en cuanto a la comunidad, el gobierno y la sociedad, el 25% considera que el entorno social sea bueno, es decir que no establece buenas practicas económicas. Además, Piña, (2015). Sostiene que la responsabilidad social empresarial es importante porque permite a las empresas mejorar su imagen y expandir su alcance a los distintos grupos de interés; A través de la RSE, las empresas pueden generar tecnologías, una mejor reputación y lealtad de marca, mayor productividad, mejoras en su clima laboral. Todo esto favorece considerablemente los resultados empresariales.

Tercera: Además, que en cuanto al entorno medioambiental el 42.3% considera una regular situación en cuanto a la administración del impacto ambiental, el cliente/consumidor, por otro lado, el 23.1% considera un entorno bueno, esto quiere decir que en parte no se está cumpliendo con proteger el impacto que puede generar el no salvaguardar el medio ambiente, lo que permite que las PYMES textiles de la ciudad de Juliaca sean menos atractivas sin mecanismos de ser responsables socialmente. Finalmente (Barchan, 2017) afirma que podemos señalar que la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú aún está en desarrollo, todavía hace falta que las organizaciones plasmen de manera asertiva sus programas y se logre mejores resultados. Sin embargo, no se puede desmerecer el hecho que poco a poco las organizaciones van comprendiendo que las políticas corporativas de sostenibilidad son fundamentales para mantenerse en el mercado. Asimismo, respecto a la evaluación de las actividades de RSE en empresas peruanas, el 62% de ejecutivos considera como regular el trabajo de RSE y solo el 31% califica los programas de RSE como “buenos” (Gestion, 2016). Ello constituye un desafío para mejorar y desarrollar las estrategias y planes de acción de las empresas y así incrementar el nivel de calidad de los programas de RSE, de manera que es una oportunidad de mejora en todos los sectores.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Del estudio realizado sobre la responsabilidad social empresarial con su entorno social, económico y ambiental de la PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, cuyas acciones repercuten en los valores, transparencia y gobierno corporativo, además en los proveedores y público interno, en la comunidad integrada por el gobierno y la sociedad, por otro lado en la administración del impacto ambiental, el cliente/consumidor. En la actualidad existe un crecimiento acelerado de negocios dentro de las cuales se encuentran las PYMES, esto genera problemas de impacto en los diferentes entornos de las empresas. Una vez realizado la presente investigación de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, podemos establecer las siguientes conclusiones:

General: Los resultados de este estudio indican que la Responsabilidad Social Empresarial integrado por el entorno social, económico y medioambiental es considerada como acciones regulares ya que según la Tabla 1, el 42.3% mencionan que el trabajo de responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca es regular, solo el 19.2% considera que las prácticas de responsabilidad social empresarial como buenas. Lo que significa que la responsabilidad social empresarial es considerada medianamente importante, la tendencia es a considerar estar en de acuerdo con el entorno social, medioambiental y económico, ya que estos forman son la base para mantener a las PYMES industriales textiles en las acciones de responsabilidad social empresarial.

Primera: Según los resultados de la tabla 2, el 50% menciona que existen acciones regulares en el entorno social de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, solo el 21.2% considera que las prácticas de responsabilidad social empresarial en cuanto al entorno social son buenas. Lo que significa que el entorno social de la responsabilidad social

empresarial es considerado medianamente importante, existe una tendencia a estar comprometidos a cumplir con los valores, transparencia, proveedores y público interno. Como consecuencia, se concluye estar medianamente de acuerdo con el entorno social de la responsabilidad social empresarial.

Segundo: Según los resultados de la tabla 3, el 42.3% menciona que existe acciones regulares en el entorno económico de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, solo el 25.0% considera que las prácticas de responsabilidad social empresarial en cuanto al entorno económico son buenas. Lo que significa que el entorno económico de la responsabilidad social empresarial es considerado medianamente importante, existe una tendencia a estar comprometidos a cumplir con la comunidad el gobierno y la sociedad. Como consecuencia, se concluye estar medianamente de acuerdo con el entorno económico de la responsabilidad social empresarial.

Tercero: Según los resultados de la tabla 4, el 42.3% menciona que existe acciones regulares en el entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca, solo el 23.1% considera que las prácticas de responsabilidad social empresarial en cuanto al entorno medioambiental son buenas. Lo que significa que el entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial es considerado medianamente importante, existe una tendencia a estar comprometidos a cumplir con la administración del impacto medioambiental, el cliente y el consumidor. Como consecuencia, se concluye estar medianamente de acuerdo con el entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda a las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca considerar los resultados de la presente investigación de la responsabilidad social empresarial, a fin de obtener acciones responsables por ende generar mercados atractivos, especialmente los resultados de esta investigación demuestran la situación actual de las PYMES industriales textiles con sus tres dimensiones para lograr mejoras.

Primero: Se recomienda planificar la adopción de un plan de responsabilidad social empresarial para PYMES, puesto que su adopción promoverá el crecimiento de las PYMES con estándares exigidos a nivel nacional e internacional.

Segundo: Se recomienda considerar las acciones del entorno social de la responsabilidad social empresarial de las PYMES, puesto que un trabajo con valores, transparencia genera orden en los procesos de evaluación de proveedores y selección de público interno.

Tercero: Se recomienda considerar las acciones el entorno económico de la responsabilidad social empresarial de las PYMES, puesto que un trabajo en conjunto con la comunidad y el gobierno, genera el crecimiento adecuado en la sociedad.

Cuarto: Se recomiendo considerar las acciones el entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial de las PYMES, puesto que la administración adecuada del impacto ambiental, en el consumidor y la sociedad hace más atractiva la forma de trabajo en el medio en el que se encuentra, no solo a nivel local sino además a nivel nacional e internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Schwalb, m., & Garcia , E. (2003). Evolución del Compromiso Social de las Empresas. En m. Schwalb, & E. Garcia, *Evolución del Compromiso Social de las Empresas* (pág. 58). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Abrego, K. (29 de abril de 2013). *Javyser*. Obtenido de <http://www.javyser.net/blog/item/34-la-empresa-y-la-responsabilidad-social-medioambiente>
- Alejandro, B. S. (2015). *la responsabilidad social empresarial y sus efectos en los grupos de interes de la empresa volcafe en el año 2015*. jaen.
- Arbulú Jorge; Otoya Juan. (2014). *La PYME en el Perú*. Lima: PAD.
- Backer, M., Jacovsem, L., & Ramirez, M. (1983). *Contabilidad de Costos*. México: Editorial Calipso S.A.
- Balachandran, V., & Chandrasekaran, V. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial* .
- Barchan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Peru: desafios y oportunidades. *InnovaG*, 61.
- Barreda, P. (2016). El proceso de la toma de decisiones en la organización. *ConexiónEsan*, 10-11.
- beatriz, c. s. (2014). *practicas de responsabilidad social empresarial en litografias agremiadas a la camara de cindustrias guatemala*. guatemala.
- Benjamin, E. (2007). *Auditoría Administrativa. Gestión al cambio*. México DF: Pearson.
- Bernal Torres, C. A. (2006). Metodología de la Investigación. En C. A. Bernal Torres, *Metodología de la Investigación, Para administración, economía*, (págs. 50-62). Naucalpan: Pearson Educación.
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación, Para administración, economía, humanidades y ciencia social*. Naucalpan: Pearson.

- Borrero Páez, A., & Ortiz, T. O. (2016). *PYMES Implementación de Normas de Información Financiera Internacional*. Barranquilla: ediciones de la u.
- Campuzano, L. F. (2010). *La verdadera responsabilidad social empresarial*. Lima: PUCP.
- Canessa Illich, G., & Garcia Vega, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Cardozo Cuenca, H. (2014). *IFRS/NIIF para el sector solidario, Aplicadas a las PYME*. Bogotá: Ecoe.
- Cardozo, E., Velásquez, Y., & Rodríguez, C. (2012). *Revisión de la Definición de PYME en América Latina*. Panamá: LACCEI.
- Carlos, L. (1991). *El empresario ante la motivación y al responsabilidad*. Mexico: Mc Graw Hill.
- carolina, p. g. (2013). *la auditoría de gestión y su influencia en la responsabilidad social de las medianas y grandes empresas mineras en el Perú*. lima.
- Cleri, C. (2007). *El Libro de las PYMES*. Buenos Aires: Granica.
- Comercio, E. (25 de Octubre de 2015). *El Comercio, Economía*. Obtenido de El Comercio, Economía Web site: <http://www.elcomercio.pe>
- Concepcion, U. d. (2015). Avances en Educación de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible en Iberoamérica. *Responsabilidad y sostenibilidad*, 4.
- Córdoba Largo, A. (s.f.). El Corazón de las Empresas. En "*responsabilidad social corporativa y conciliación de la vida profesional y personal*" (pág. 122). Madrid España: ESIC.
- Cornejo, S. (23 de Agosto de 2013). *Pymes desconocen aplicación de Normas Internacionales de Información Financiera*. Obtenido de UCSP Informa: <https://ucsp.edu.pe/saladeprensa/informa/pymes-desconocen-aplicacion-de-normas-internacionales-de-informacion-financiera/>
- De la cruz Ruiz, P. V. (2013). Responsabilidad social empresarial. *MINTECON*, 12-15.

- Deloitte. (2016). *Deloitte*. Obtenido de Normas Internacionales de Información Financiera: https://www2.deloitte.com/co/es/pages/ifrs_niif/normas-internacionales-de-la-informacion-financiera-niif---ifrs-.html
- Económicas, O. I. (5 de octubre de 2015). *NIC NIIF*. Obtenido de <http://www.nicniif.org/home/acerca-de-niif-para-pymes/acerca-de-las-niif-para-pymes.html>
- ESAN. (2015). Criterios que Miden la Situación Financiera. *ConexiónEsan*, 12-15.
- ESAN. (2016). *El Proceso de la Toma de Decisiones*. Lima: ESAN.
- Estupiñán Gaitán, R. (2012). *Estados Financieros Básicos Bajo NIC / NIIF*. Bogotá: Ecoe.
- Florez Quintero, J. M. (2014). *El Papel del Contador Público en las Normas Internacionales de Información Financiera*. Bogotá: UMNG.
- FUNDEMAS. (2015). *Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador*. El Salvador.
- García Zapata, T. (2014). *Perú País de PYMES*. Lima: UNMSM.
- Gestion. (19 de Setiembre de 2016). *Gestion*. Recuperado el 12 de 12 de 2017, de Gestion: <https://gestion.pe/economia/empresas/conozca-opinion-empresas-peruanas-responsabilidad-social-115619?foto=12>
- Gomez M., M. (2006). Introducción a la Metodología de la Investigación Científica. En M. Gomez M., *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica* (pág. 120). Córdoba: Editorial Brujas.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Brujas.
- Gonzales , G. I. (2003). *responsabilidad social empresarial*. Buenos aires: Publicaciones IDEARED.
- Greenwood, M. (2007). *journal of bussines ethics*. Sindey: journal of bussines ethics.
- Gutiérrez Rojas, Rodríguez Quezada. (2013). *Efectos en la incorporación de las NIIF en los resultados de los estados financieros presentados bajo PCGA en*

- la empresa Morococha SA en la ciudad de Lima al 31 de diciembre de 2012.*
Trujillo: UPAO.
- Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la Investigación Científica*. México: Mc Graw Hill.
- Herrero, R. (2006). *La Realidad Inventada*. Barcelona: PyV.
- Huber, G. (2008). *Toma de Decisiones en la Gerencia*. México DF: Trillas.
- IASC. (2009). *Norma Internacional de Información financiera para Pequeñas y Medianas Entidades*. Londres: IASCF Publications Department.
- Jaime, O. T. (2014). *Comunicar la rsc y la incidencia en la reputacion de la empresas de comunicación. el caso de la maratón de tv3*. barcelona.
- Jennings, D., & Stuart, W. (2000). *Toma de Decisiones*. México DF: Continental.
- Jones, G., & George, J. (2014). *Administración Contemporánea*. México DF: McGraw-Hill.
- José, C. (2012). *Contabilidad de Costos I*. Lima: JCM Editores.
- Mario, A. (2006). *Costos ABC, ABM, ABB*. Lima: Editorial y Distribuidora Real S.R.L.
- martha, c. (2014). *la influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores en el distrito de trujillo, peru*. trujillo.
- Mendoza, H. (2011). *Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en nuestra sociedad*.
- Mondy, W., & Noe, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. México DF: Pearson.
- Moody, P. (1991). *Toma de Decisiones Gerenciales*. México DF: McGraw-Hill.
- Moya de Madrigal, L. (2002). *Introducción a la estadística de la Salud*. San José: Universidad de Costa Rica.
- Moya de Madrigal, L. (2002). *Introducción a la estadística de la Salud*. En L. Moya de Madrigal, *Introducción a la estadística de la Salud* (pág. 45). Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.

- Naturales, F. A. (2015). *Líneas Directrices de la OECD para las Empresas Multinacionales*. Buenos Aires: Información Básica.
- Nieto, P. (2009). La responsabilidad social empresarial: características e importancia. *abc color*, 12.
- Nitzia Vásquez Carrillo; Manuel Díaz Mondragón. (2013). *Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF - IFRS)*. Barcelona: Profit.
- Office, I. F. (s.f.). *NIC NIIF*. Obtenido de El Primer portal en español de las normas internacionales de información financiera: <http://www.nicniif.org/home/acerca-de-niif-para-pymes/acerca-de-las-niif-para-pymes.html>
- Okean, J. (2000). *análisis del entorno económico de los negocios*. Buenos aires: Mcgraw hill.
- Parra Ramirez , T. J. (2006). Metodología de la investigación, Método y Conocimiento. En T. J. Parra Ramirez, *Metodología de la investigación, Método y Conocimiento*. (págs. 50-62). Cali: Fondo Editorial.
- Pascual Thaveras, C. G. (3 de junio de 2013). *Escuel de organizacion industrial*. Obtenido de <http://www.eoi.es>
- Paz, A., Harris, J., & García, J. (2015). *Toma de Decisiones*. Barranquilla: Desarrollo Gerencial.
- Peñalver, A. P. (2013). *el entorno medio ambiental*. Toledo: IES consanburum.
- Piña, P. (2015). *Responsabilidad Social Emprsarial*. Chile.
- Polimeni, R., Favozzi, F., & Adelberg, A. (1967). *Contabilidad Básica de Costos*. México: Continental S.A.
- Recavarren Ramírez, F. (2014). *Impacto de las normas internacionales de información financiera en el desarrollo de las grandes empresas familiares del Perú*. Lima: USMP.
- Reyes, B. (2015). ¿Qué criterios miden la situación financiera de una empresa? *ConexionEsan*, 32-33.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México DF: Prentice Hall.

- Romaní Aguilar, J. (2015). *Incidencias de las NIIF en las PYMES Comerciales SJM*. Lima: UAP.
- Santa, L., Fajardo, C., & Santa, M. (2015). *Caracterización de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial (RSE) y su relación con las competencias genéricas y específicas en la formación de un profesional efectivo socialmente responsable para la sostenibilidad de las Mipymes*. Quito: UASB.
- Schlemenson, A. (2014). *Análisis Organizacional en PYMES y Empresas de Familia*. Buenos Aires: Granica.
- Solano, D. (6 de Julio de 2012). *ESAN*. Obtenido de http://www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18_19/Cuad18-19Solano.pdf
- Strandberg, L. (2010). *El compromiso con los grupos de interes*. Navarra: IESE bussines school.
- T.D. Cook; Ch.S. Reichardt. (2005). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Ediciones Morata SL.
- Toro Jaramillo; Parra Ramírez. (2006). *Metodología de la investigación, Método y Conocimiento*. Cali: Fondo Editorial.
- Torres, G. (2013). *Tratado de Contabilidad de Costos por Sectores Economicos*. Lima: Editorial Marketing Consultores S.A.
- Vásquez Carrillo, N., & Díaz Mondragón, M. (2013). *Normas INternacionales de Información Financiera*. Barcelona: Profit.
- Villanueva, M. (s.f.). *Historia de las NIIF*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63931263/Historia-de-Las-Normas-Internacionales-de-Informacion-Financiera>
- Vives, A. (5 de setiembre de 2015). *Computere*. Obtenido de [Computere.com: www.cumpetere.com](http://www.cumpetere.com)

ANEXOS

Anexo A. Cuestionario sobre responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca

INTRODUCCIÓN:

Hola, mi nombre es Edison Chambi Sarmiento, egresado de la E.P. de Administración y Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión. Este cuestionario tiene como propósito levantar información sobre responsabilidad social empresarial que posee. Dicha información será de mucha importancia para determinar el estado responsable social empresarial.

Su participación es totalmente voluntaria y no será obligatoria llenar dicha encuesta si es que no lo desea. Si decide participar en este estudio, por favor responda el cuestionario, así mismo puede dejar de llenar el cuestionario en cualquier momento, si así lo decide.

Cualquier duda o consulta que usted tenga posteriormente puede escribirme a edynt12@gmail.com

He leído los párrafos anteriores y reconozco que al llenar y entregar este cuestionario estoy dando mi consentimiento para participar en este estudio.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y con atención las preguntas y/o cuestiones que a continuación se le presentan tómese el tiempo que considere necesario y luego marque con un aspa (X) la respuesta que crea que sea la correcta.		Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
N.	Entorno Social					
1	El Código de Ética o Conducta es avalado por todos los trabajadores de la empresa.					
2	El Código de Ética o Conducta contempla las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medioambiente, clientes, comunidad, gobierno y accionistas.					
3	En las distintas instancias del reclutamiento y selección de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética.					
4	Se establecen principios relacionados a la competencia en el Código de Conducta ó en la declaración de valores de la empresa.					
5	Posee Políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas.					
6	La empresa cancelaría contratos por considerar que los mismos o las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos.					
7	Elabora un Balance Social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.					
8	Posee una política específica o un programa de responsabilidad social en la cadena de proveedores.					
9	La empresa posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil. Discute el tema con los proveedores y los estimula a cumplir con las leyes.					
10	En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social, el cumplimiento con la legislación y el respeto por los derechos humanos.					
11	La empresa intenta orientar a los proveedores a seguir sus principios de responsabilidad social y se dispone a ayudarlos en su implementación.					
12	La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente.					
13	La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.					

14	Se incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y adquisición.					
15	Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa.					
16	La empresa cuenta con un Manual de Cargos, Funciones y Salarios.					
17	La empresa prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados.					
18	La empresa capacita a sus colaboradores en forma regular en "Atención al Cliente".					
19	Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales solo en base a criterios comerciales.					
20	Se brinda a los trabajadores información sobre objetivos estratégicos.					
21	La empresa desarrolla actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias.					
22	Al ser admitidos, se realiza con los nuevos colaboradores actividades de integración y entrenamiento sobre los productos y servicios.					
23	Existen incentivos por desempeño.					
24	Se apoya a los padres que estén esperando familia a tener información sobre embarazo, cuidados especiales para los bebés, cursos prenatales, servicios médicos y sociales.					
25	Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales.					
26	Se promueven programas de combate al stress para los colaboradores, especialmente para los que desarrollan funciones más estresantes.					
27	La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes.					
28	La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores.					
29	Tiene como practica regular la verificación de existencia de mano de obra infantil en su cadena productiva.					
30	La situación social del empleado es considerada al momento de su despido.					
31	La empresa posee un programa de contratación de pasantes (prácticas pre profesionales).					
32	Se integra a los colaboradores tercerizados en los programas de entrenamiento y desarrollo profesional.					
Entorno Medioambiental						
33	La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales.					
34	La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente.					
35	Se promueve el reciclado de insumos y otros productos.					
36	Se implementan procesos para el destino adecuado de los residuos generados por la actividad específica de la empresa.					
37	Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades.					
38	La empresa discute con sus colaboradores, consumidores, clientes y con la comunidad sobre daños causados por sus productos o sobre el impacto ambiental					
39	La empresa realiza visitas eventuales o programadas para realizar el monitoreo del origen o de la cadena de producción de los insumos madereros o forestales que utiliza.					
40	La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada.					
41	Realiza acciones de control de la polución causada por vehículos propios y de terceros a su servicio.					
42	Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.).					

43	La empresa realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre los daños y servicios potenciales de sus productos.					
Entorno Económico						
44	Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad					
45	Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos.					
46	La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya.					
47	La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario.					
48	La empresa realiza un levantamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos.					
49	La empresa tiene una postura crítica frente a las campañas políticas. Promueve el debate, y, en caso de que apoye a candidatos, es transparente.					
50	Existen políticas que sancionan a los colaboradores por estar involucrados en sobornos a funcionarios públicos.					
51	Se discute con otras empresas o se presentan propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector de actividad empresarial, o de manera general.					
52	Establece convenios con organismos públicos con el objetivo de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, salud o infraestructura, así como para la erradicación del trabajo infantil.					

Anexo B.
Operacionalización de las variables

TITULO	VARIABLE	CONSTRUCTO	DIMENSIONES	INDICADORES
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PYMES INDUSTRIALES TEXTILES DE LA CIUDAD DE JULIACA	1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	La responsabilidad social empresarial como una nueva forma de hacer negocios, se puede analizar desde 3 diferentes enfoques: económico, social y medio ambiental; que permiten contemplar tanto interna como externamente la organización y no bajo la postura, de solo contemplar sus beneficios económicos sino lograr una integración con el entorno social y medio ambiental, por lo que se vuelve un engranaje de las acciones y resultados de las tres dimensiones, como respuesta efectiva a las demandas del entorno. (Santa, Fajardo, & Santa, 2015)	1.1 Entorno social	1.1.1 Valores, transparencia y gobierno corporativo
				1.1.2 Proveedores
				1.1.3 Publico interno
			1.2 Entorno medioambiental	1.2.1 Administración del impacto ambiental
				1.2.2 Cliente/consumidor
			1.3 Entorno económico	1.3.1 comunidad
1.3.2 Gobierno y sociedad				

**Anexo C.
Matriz de consistencia**

Título: responsabilidad social empresarial de las pymes industriales textiles de la ciudad de Juliaca

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	DISEÑO	TECNICA
¿Cómo es la Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca?	Determinar la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.	1. Responsabilidad social empresarial	1.1. Entorno social	1.1.1. Valores, transparencia y gobierno corporativo 1.1.2. Proveedores 1.1.3. Publico interno	El diseño de la investigación es no experimental Tipo de investigación cuantitativa, descriptiva no transeccional	Instrumento: encuesta escala de Likert. La encuesta será aplicada a los gerentes o encargados de la PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca
PROBLEMAS ESPECIFICO	OBJETIVOS ESPECIFICOS		1.2. Entorno medioambiental 1.3. Entorno económico	1.2.1. Administración del impacto ambiental 1.2.2. Cliente/consumidor 1.3.1. comunidad 1.3.2. Gobierno y sociedad		
1. ¿En qué consiste el entorno social de la Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca?	1. Determinar el entorno social de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.					
2. ¿En qué consiste el entorno económico de la Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca?	2. Determinar el entorno económico de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca.					
3. ¿En qué consiste el entorno medio ambiental de la Responsabilidad social empresarial de las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca?	3. Determinar el entorno medioambiental de la responsabilidad social empresarial en las PYMES industriales textiles de la ciudad de Juliaca					

Anexo D. Matriz Instrumental

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADORES	ITEMS
Responsabilidad social empresarial	Entorno social	Valores, transparencia y gobierno corporativo	Compromisos Éticos	1. El Código de Ética o Conducta es avalado por todos los trabajadores de la empresa.
				2. El Código de Ética o Conducta contempla las siguientes partes interesadas: empleados, proveedores, medioambiente, clientes, comunidad, gobierno y accionistas.
				3. En las distintas instancias del reclutamiento y selección de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética.
			Cultura Organizacional	4. Se establecen principios relacionados a la competencia en el Código de Conducta ó en la declaración de valores de la empresa.
			Gobierno Corporativo	5. Posee Políticas y/o procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas.
				6. La empresa cancelaría contratos por considerar que los mismos o las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos.
			Balance Social	7. Elabora un Balance Social con informaciones sobre sus acciones sociales y ambientales.
		Proveedores	Criterios de selección y evaluación de proveedores	8. Posee una política específica o un programa de responsabilidad social en la cadena de proveedores.
			Trabajo infantil en la cadena de proveedores	9. La empresa posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil. Discute el tema con los proveedores y los estimula a cumplir con las leyes.
			Relaciones en las cadenas de proveedores	10. En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social, el cumplimiento con la legislación y el respeto por los derechos humanos.
				11. La empresa intenta orientar a los proveedores a seguir sus principios de responsabilidad social y se dispone a ayudarlos en su implementación.
		publico interno	Salud, Seguridad y condiciones laborales	12. La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente.
				13. La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.

			Valoración de la diversidad	14. Se incluye el respeto a los derechos humanos como criterio formal en sus decisiones de inversión y adquisición.
			Compromiso con el desarrollo profesional	15. Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa.
				16. La empresa cuenta con un Manual de Cargos, Funciones y Salarios.
				17. La empresa prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados.
			Gestión participativa	18. La empresa capacita a sus colaboradores en forma regular en "Atención al Cliente".
				19. Negocia con transparencia y establece relaciones contractuales solo en base a criterios comerciales.
				20. Se brinda a los trabajadores información sobre objetivos estratégicos.
			Política de remuneración y beneficios	21. La empresa desarrolla actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias.
				22. Al ser admitidos, se realiza con los nuevos colaboradores actividades de integración y entrenamiento sobre los productos y servicios.
			Compromiso con el desarrollo infantil	23. Existen incentivos por desempeño.
			Clima Laboral	24. Se apoya a los padres que estén esperando familia a tener información sobre embarazo, cuidados especiales para los bebés, cursos prenatales, servicios médicos y sociales.
				25. Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales.
				26. Se promueven programas de combate al stress para los colaboradores, especialmente para los que desarrollan funciones más estresantes.
				27. La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes.
			Compromiso con el futuro de los niños	28. La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores.
				29. Tiene como practica regular la verificación de existencia de mano de obra infantil en su cadena productiva.

			Comportamiento en los despidos	30. La situación social del empleado es considerada al momento de su despido.
			Relaciones con colaboradores tercerizados	31. La empresa posee un programa de contratación de pasantes (prácticas pre profesionales).
				32. Se integra a los colaboradores tercerizados en los programas de entrenamiento y desarrollo profesional.
	Entorno medioambiental	Administración del impacto ambiental	El medioambiente como compromiso empresarial	33. La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales.
			Prácticas de cuidado del Medio Ambiente	34. La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente.
			Impacto Medioambiental	35. Se promueve el reciclado de insumos y otros productos.
			Sustentabilidad de la Economía Forestal	36. Se implementan procesos para el destino adecuado de los residuos generados por la actividad específica de la empresa.
			Minimización de residuos	37. Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades.
		Cliente / consumidor	Consideración de la opinión del cliente	38. La empresa discute con sus colaboradores, consumidores, clientes y con la comunidad sobre daños causados por sus productos o sobre el impacto ambiental
			Proceso de Reclamaciones	39. La empresa realiza visitas eventuales o programadas para realizar el monitoreo del origen o de la cadena de producción de los insumos madereros o forestales que utiliza.
			Marketing y comunicación	40. La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada.
			Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios	41. Realiza acciones de control de la polución causada por vehículos propios y de terceros a su servicio. 42. Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.).
			43. La empresa realiza esporádicamente estudios e investigaciones técnicas sobre los daños y servicios potenciales de sus productos.	

	Entorno económico	Comunidad	Política de Apoyo a la Comunidad	44. Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad
			Voluntariado y participación	45. Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos.
			Financiamiento de Acciones sociales	46. La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya.
			Relaciones con organizaciones locales	47. La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario.
		Gobierno y sociedad	Participación Política	48. La empresa realiza un levantamiento de las necesidades locales antes de diseñar sus proyectos.
			Contribución para Campañas Políticas	49. La empresa tiene una postura crítica frente a las campañas políticas. Promueve el debate, y, en caso de que apoye a candidatos, es transparente.
			Prácticas anticorrupción	50. Existen políticas que sancionan a los colaboradores por estar involucrados en sobornos a funcionarios públicos.
			Participación en proyectos sociales gubernamentales	51. Se discute con otras empresas o se presentan propuestas prácticas para combatir el trabajo infantil en su sector de actividad empresarial, o de manera general.
			Construcción de la ciudadanía	52. Establece convenios con organismos públicos con el objetivo de mejorar la calidad de enseñanza, asistencia social, salud o infraestructura, así como para la erradicación del trabajo infantil.

**Anexo E.
Confiabilidad del instrumento**

Resumen de procesamiento de datos

		N	%
casos	Valido	52	98.1
	Excluido ^a	1	1.9
	TOTAL	53	100

a. eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Estadística de fiabilidad

Alfa de cronbach	N de elementos
0.976	52
