

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque en Responsabilidad
Social Empresarial de las Cajas de Ahorro y Crédito del Departamento de
Piura**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN

ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADO POR:

Linda Diana Becerra Rojas

José Alberto García Peña

Henry Hermán Masse Miguel

Asesora: Gisella Eliana Butron Castañeda

Santiago de Surco, febrero 2017

Agradecimientos

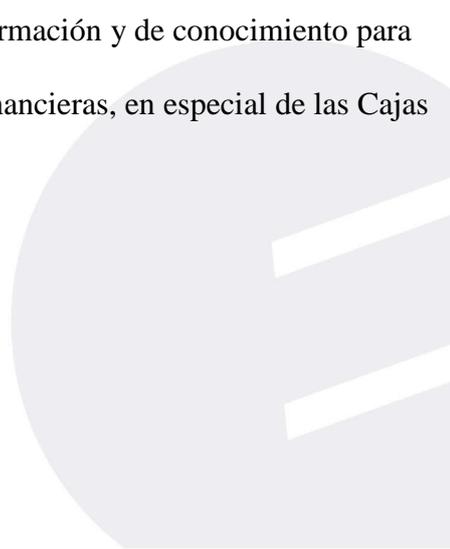
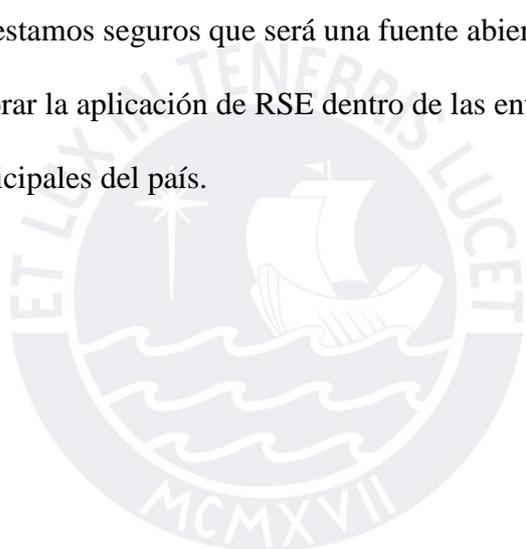
Brindamos nuestro especial reconocimiento y muestras de agradecimientos a Centrum Católica del Perú, por las enseñanzas magistrales y dotarnos de valiosos conocimientos y herramientas que marcarán nuestro destino profesional por toda la eternidad.

Al profesor Daniel Guevara, por inculcarnos a ser perseverantes y seguir adelante.

A nuestra querida profesora Kelly Rojas, por el importante aporte académico realizado.

A nuestra asesora Gisella Eliana Butron Castañeda, por su dedicación constante y sus consejos.

Todos ellos han contribuido para la realización del presente trabajo de investigación, que estamos seguros que será una fuente abierta de información y de conocimiento para mejorar la aplicación de RSE dentro de las entidades financieras, en especial de las Cajas municipales del país.



Dedicatorias

A Dios, por estar en cada momento difícil de esta etapa de mi vida. A mis padres Clara María y Luis, por sus palabras constantes de aliento y su apoyo incondicional para el logro de mis objetivos tanto en lo personal y profesional. A mi extraordinario compañero, mi esposo Jose Luis, y mis hijos Luiggi y Rafaella, por todo su amor, comprensión, paciencia, por haberme acompañado en este largo camino, soportando mis ausencias.

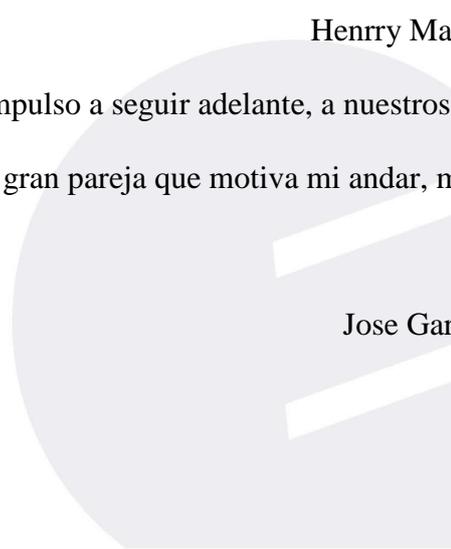
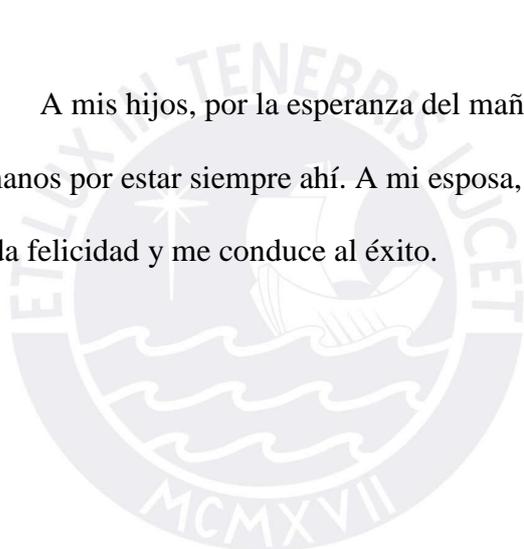
Linda Becerra

A Dios, por darme la oportunidad de la vida y los talentos bendecidos. A mis padres, a mis hermanos y a mi novia por el apoyo incondicional, quienes me hacen ser cada día una mejor persona.

Henry Masse

A mis hijos, por la esperanza del mañana y el impulso a seguir adelante, a nuestros hermanos por estar siempre ahí. A mi esposa, por ser la gran pareja que motiva mi andar, me brinda felicidad y me conduce al éxito.

Jose García



Resumen Ejecutivo

En estos últimos años la Responsabilidad social empresarial ha adquirido gran importancia cuando se trata de evaluar la gestión que desempeñan las empresas del sector financiero. Muchas de ellas han optado por la construcción de obras como carreteras, con la finalidad de acercar más a las comunidades y generar mayor comercio, beneficiando a los pobladores dedicados a diversas actividades extractivas.

La presente investigación tiene por propósito conocer el estado de la Gestión con enfoque en RSE de las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015. Cuyo instrumento utilizado para la recolección de información fueron los indicadores Ethos, proporcionados por la asociación civil Perú 2021 de Responsabilidad Social Empresarial, dentro de los cuales se detallan siete temas: (a) valores, transparencia y gobierno corporativo, (b) público interno, (c) medio ambiente, (d) proveedores, (e) consumidores y clientes, (f) comunidad, (g) gobierno y sociedad.. Además incluye 40 indicadores, cada uno los cuales posee un cuestionario de preguntas binarias, las que califican el estado de los indicadores de profundidad, según a la etapa seleccionada.

El Análisis de la Gestión de Responsabilidad Social Empresarial, muestra que las Cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura se encuentran en un proceso de cambio en sus lineamientos generales tomando conciencia de la importancia de la responsabilidad social y el impacto de sus decisiones dentro de la sociedad donde desarrolla sus operaciones, este proceso indica que las empresas del sector se encuentran entre una etapa reactiva o básica respecto a su gestión con su público interno, medio ambiente, proveedores y comunidad. Mientras que en lo que respecta a su gestión en Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo, consumidores y clientes, gobierno y sociedad el sector está en una etapa avanzada.

Abstract

In recent years, corporate social responsibility has become very important when it comes to evaluating management companies of the financial sector. Many of them have opted for the construction of works such as roads, in order to get closer to the communities and generate more trade, benefiting the people engaged in various mining activities.

This research is intended to know the status of CSR management with a focus on municipal savings banks and credit department of Piura in 2015. Whose instrument used for data collection were the Ethos indicators provided by the association civil Peru 2021 Corporate Social Responsibility, in which seven topics are as follows: (a) values, transparency and corporate governance, (b) internal public, (c) the environment, (d) suppliers, (e) consumers and customers (f) community, (g) government and society .. it also includes 40 indicators, each of which has a binary questionnaire questions, qualifying status indicators deep, according to the selected stage.

The Analysis of the Management of Corporate Social Responsibility shows that the savings and credit banks of the department of Piura are in a process of change in their general guidelines, becoming aware of the importance of social responsibility and the impact of their decisions in the society the companies operate. This process indicates that the companies in the sector are at a reactive or basic stage regarding their management of their internal public, environment, suppliers and community while in terms of its values management, Transparency and Corporate Governance, consumers and clients, government and society, the sector is at an advanced stage.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	iv
Lista de Figuras.....	vi
Capítulo I: Introducción	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Problema de Investigación	4
1.3 Propósito de la Investigación	5
1.4. Justificación de la Investigación	6
1.5 Marco Conceptual	7
1.6 Preguntas de la Investigación.....	11
1.7 Definición de Términos del Estudio	12
1.8 Limitaciones.....	12
1.9. Delimitaciones.....	13
1.10 Resumen.....	13
Capítulo II: Revisión de la Literatura.....	12
2.1. La Responsabilidad Social Empresarial.....	13
2.1.1 Concepto.....	14
2.1.2 Historia	15
2.1.3 Aspectos relevantes	17
2.2. Instrumentos para Evaluar la RSE	23
2.2.1. AA1000	23
2.2.2. El Global Reporting Initiative [GRI].....	23
2.2.3. CGS	23
2.2.4. ISO 26000.....	24
2.2.5. ISO 14000.....	24

2.2.6. Norma SA 8000.....	24
2.2.7. Indicadores Ethos- Perú 2021.....	25
2.3 Resumen.....	26
Capítulo III: Metodología	27
3.1 Diseño de la Investigación	27
3.2. Consentimiento Informado.....	28
3.3 Participantes de la Investigación	29
3.3.1 Población	29
3.3.2 Muestra.....	29
3.4. Confidencialidad	29
3.5. Instrumentos	29
3.6. Análisis Estadísticos.....	31
3.7. Análisis e Interpretación de Datos	31
3.8. Validez y Confiabilidad	31
3.9 Resumen.....	32
Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados.....	33
4.1. Perfil de Informantes.....	33
4.2. Presentación de Resultados	35
Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones.....	81
5.1. Conclusiones	81
5.2. Recomendaciones.....	84
5.3. Contribuciones	85
5.4. Limitaciones y Sugerencias para Futuras Investigaciones.....	85
Referencias.....	87
Apéndice A: Consentimiento Informado	93

Apéndice B: Encuesta 95



Lista de Tablas

Tabla 1. <i>El Prisma Rendimiento</i>	19
Tabla 2. <i>Perfil de Informantes</i>	32
Tabla 3. <i>Compromisos Éticos</i>	34
Tabla 4. <i>Arraigo en la Cultura Organizativa</i>	35
Tabla 5. <i>Gobierno Corporativo</i>	36
Tabla 6. <i>Relaciones con la Competencia</i>	37
Tabla 7. <i>Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)</i>	38
Tabla 8. <i>Balance Social / Reporte de Sostenibilidad</i>	39
Tabla 9. <i>Relaciones con Sindicatos y Otras Asociaciones de Empleados</i>	40
Tabla 10. <i>Gestión Participativa</i>	41
Tabla 11. <i>Compromiso con el Futuro de los Niños</i>	42
Tabla 12. <i>Compromiso con el Desarrollo Infantil</i>	43
Tabla 13. <i>Valoración de la Diversidad</i>	44
Tabla 14. <i>Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial</i>	45
Tabla 15. <i>Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género</i>	46
Tabla 16. <i>Relaciones con Trabajadores Tercerizados</i>	47
Tabla 17. <i>Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera</i>	48
Tabla 18. <i>Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo</i>	49
Tabla 19. <i>Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad</i>	50
Tabla 20. <i>Conducta Frente a Despidos</i>	51
Tabla 21. <i>Preparación para Jubilación</i>	52
Tabla 22. <i>Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental</i>	53
Tabla 23. <i>Educación y Concientización Ambiental</i>	54

Tabla 24. <i>Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios</i>	55
Tabla 25. <i>Sustentabilidad de la Economía Forestal</i>	56
Tabla 26. <i>Minimización de Entradas y Salidas de Insumos</i>	57
Tabla 27. <i>Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores</i>	58
Tabla 28. <i>Trabajo Infantil en la Cadena Productiva</i>	59
Tabla 29. <i>Trabajo Forzado en la Cadena Productiva</i>	60
Tabla 30. <i>Apoyo al Desarrollo de Proveedores</i>	61
Tabla 31. <i>Política de Comunicación Comercial</i>	62
Tabla 32. <i>Excelencia de la Atención</i>	63
Tabla 33. <i>Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios</i>	64
Tabla 34. <i>Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno</i>	65
Tabla 35. <i>Relaciones con Organizaciones Locales</i>	66
Tabla 36. <i>Financiamiento de la Acción Social</i>	67
Tabla 37. <i>Involucramiento con la Acción Social</i>	68
Tabla 38. <i>Contribución para Campañas Políticas</i>	69
Tabla 39. <i>Construcción de la Ciudadanía por las Empresas</i>	70
Tabla 40. <i>Prácticas Anticorrupción y Anticoima</i>	71
Tabla 41. <i>Liderazgo e Influencia Social</i>	72
Tabla 42. <i>Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales</i>	73

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Stakeholder, tipología basada en un diagnóstico de hasta tres atributos: percepción de poder, legitimidad y urgencia.....	20
<i>Figura 2.</i> Aplicación de medidas para gestionar las cuestiones identificadas como <i>Priorities</i> 19.....	21
<i>Figura 3.</i> Relaciones clave de Importancia para la construcción de las relaciones de las partes interesadas significativas.	22
<i>Figura 4.</i> Créditos netos de provisiones y de ingresos no devengados en miles de soles 2015	33
<i>Figura 5.</i> Número de empleados al 31 de diciembre, 2015.....	33
<i>Figura 6.</i> Etapa del indicador compromisos éticos	35
<i>Figura 7.</i> Etapa del indicador arraigo en la cultura organizativa.	36
<i>Figura 8.</i> Etapa del indicador gobierno corporativo.....	37
<i>Figura 9.</i> Etapa del indicador relaciones con la competencia.	38
<i>Figura 10.</i> Etapa del indicador diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders).	39
<i>Figura 11.</i> Etapa del indicador balance social / reporte de sostenibilidad.	40
<i>Figura 12.</i> Etapa del indicador relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados.....	41
<i>Figura 13.</i> Etapa del indicador gestión participativa.....	42
<i>Figura 14.</i> Etapa del indicador compromiso con el futuro de los niños.....	43
<i>Figura 15.</i> Etapa del indicador compromiso con el desarrollo infantil.	44
<i>Figura 16.</i> Etapa del indicador valoración de la diversidad	45
<i>Figura 17.</i> Etapa del indicador compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.	46

<i>Figura 18.</i> Etapa del indicador compromiso con la promoción de la equidad de género	47
<i>Figura 19.</i> Etapa del indicador relaciones con trabajadores tercerizados	48
<i>Figura 20.</i> Etapa del indicador política de remuneración, prestaciones y carrera.....	49
<i>Figura 21.</i> Etapa del indicador cuidado de salud, seguridad y condiciones de trabajo	50
<i>Figura 22.</i> Etapa del indicador compromiso con el desarrollo Profesional y la empleabilidad	51
<i>Figura 23.</i> Etapa del indicador Conducta frente a despidos	52
<i>Figura 24.</i> Etapa del indicador preparación para jubilación.....	53
<i>Figura 25.</i> Etapa del indicador compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental ..	54
<i>Figura 26.</i> Etapa del indicador educación y concientización Ambiental.	55
<i>Figura 27.</i> Etapa del indicador gerenciamiento del impacto del medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios.....	56
<i>Figura 28.</i> Etapa del indicador sustentabilidad de la economía forestal.	57
<i>Figura 29.</i> Etapa del indicador minimización de entradas y salidas de insumos	58
<i>Figura 30.</i> Etapa del indicador Criterios de selección y Evaluación de Proveedores.	59
<i>Figura 31.</i> Etapa del indicador trabajo Infantil en la cadena productiva.....	60
<i>Figura 32.</i> Etapa del indicador trabajo forzado en la cadena productiva	61
<i>Figura 33.</i> Etapa del indicador apoyo al desarrollo de proveedores.	62
<i>Figura 34.</i> Etapa del indicador política de comunicación comercial.	63
<i>Figura 35.</i> Etapa del indicador excelencia de la atención.	64
<i>Figura 36.</i> Etapa del indicador conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.....	65
<i>Figura 37.</i> Etapa del indicador gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.	66
<i>Figura 38.</i> Etapa del indicador relaciones con organizaciones locales	67

<i>Figura 39.</i> Etapa del indicador financiamiento de la Acción Social.	68
<i>Figura 40.</i> Etapa del indicador involucramiento de la acción social.....	69
<i>Figura 41.</i> Etapa del indicador contribución para campañas políticas.	70
<i>Figura 42.</i> Etapa del indicador construcción de la ciudadanía por las empresas.	71
<i>Figura 43.</i> Etapa del indicador prácticas anticorrupción y anticoima.	72
<i>Figura 44.</i> Etapa del indicador liderazgo e influencia social.	73
<i>Figura 45.</i> Etapa del indicador participación en proyectos sociales gubernamentales	74



Capítulo I: Introducción

Actualmente las empresas del sector financiero en el mundo, están tomando conciencia de los beneficios que trae consigo la gestión de responsabilidad social dentro de la organización. Esto implica la búsqueda de las mejores soluciones a las necesidades, tanto para la organización como para los grupos de interés. Estas acciones son perceptibles ante los clientes las cuales sirven para fortalecer la imagen de la empresa, brindando una buena reputación que generan vínculos de lealtad y confianza, manteniendo comprometidos a los clientes. Además se ha producido un notable crecimiento en las empresas del sector financiero, gracias a estas buenas prácticas

1.1 Antecedentes

Freeman (1984) expuso acerca de la teoría de los grupos de interés; en la cual expresa la necesidad que tienen las empresas de gestionar las relaciones con los grupos específicos de stakeholders de un modo orientado a la acción y plantea los tres niveles de análisis que considera importantes para entender la teoría, y específicamente, el tipo de interrelaciones que surgen en este contexto: (a) nivel de relaciones; (b) nivel de proceso; (c) nivel de transacción. A nivel relacional, la empresa debe dejar claras las relaciones con los stakeholders determinando cuáles son sus principales grupos de interés. A nivel de proceso, la teoría de los grupos de interés implica enriquecer procesos comerciales estratégicos atendiendo a grupos de interés múltiples. La gestión de los stakeholders en el ámbito transaccional hace referencia a las negociaciones entre los directivos y los grupos de interés.

Dentro del sector financiero se encuentran incluidas las Cajas municipales de ahorro y crédito, que serán materia del presente estudio, puesto que estas se dedican exclusivamente a establecer relaciones con los pequeños y microempresarios, que es un grupo importante de generación de ingresos para el departamento y el país. Esto permitirá obtener valiosa

información sobre el estado de su gestión con respecto a RSE, dentro del departamento de Piura, dado que no existen estudios anteriores sobre este tema.

García (2013) señaló al mercado de Capitales como factor de inclusión social financiera de las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES, aborda la problemática de cómo las prácticas de buen gobierno corporativo pueden contribuir a la inclusión social financiera de las MIPYMES, en el mercado de capitales, como alternativa para su desarrollo. La investigación señaló que para el ingreso de las MIPYMES a los mercados de capitales es necesario reducir el riesgo financiero de las mismas, esto se consigue con prácticas de transparencia y responsabilidad social, propias del buen gobierno corporativo.

En el Perú existen escasos estudios que permitan diagnosticar cuál es el impacto de aplicar responsabilidad social en la gestión de las organizaciones, en su relación de imagen con los grupos de interés. Para poder demostrar dicho impacto, es necesario no solo analizar los indicadores tangibles sino también los intangibles, siendo uno de estos la gestión de la responsabilidad social.

Duque, Martínez, y Botón (2012) indicaron que para obtener información sobre Responsabilidad Social Corporativa en el sector financiero, según el caso español, se construyó una matriz interpretativa, que permitió evidenciar las prácticas en el ámbito laboral, tomando como referente las propuestas del Suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros del Global Reporting Initiative [GRI] (2008). Los resultados mostraron una fuerte preocupación en los aspectos de formación, salud y seguridad laboral; sin embargo, la brecha salarial entre hombres y mujeres, y la inexistente participación de las minorías son aspectos que aún no se han superado (Duque, Martínez, & Botón, 2012).

Por otra parte, Romero (2013) diseñó una propuesta de evaluación estratégica basada en el *BalancedScoreCard (BSC)* (Kaplan & Norton, 2001), que permita superar la evaluación estratégica tradicional. Tal es el caso de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tumán, donde en

un primer momento se evaluó de forma tradicional los principales indicadores como de liquidez, riesgo crediticio, solvencia y endeudamiento, actividad, rentabilidad, eficiencia y crecimiento anual real. Aplicando la metodología de la Federación Nacional de Cooperativas de Crédito del Perú (2009). Luego, para determinar el capital intangible y tangible se aplicó el diseño metodológico del BSC. Se identificaron las perspectivas estratégicas de socios, finanzas, procesos internos y aprendizaje y crecimiento, relacionando causalmente a los objetivos estratégicos de la cooperativa (Romero, 2013).

Esto permitió diseñar el mapa estratégico para el periodo 2013 al 2016. Los resultados de la evaluación tradicional, correspondiente al periodo 2010 al 2011 indicaron un marcado sesgo hacia la evaluación financiera y una carencia total de evaluación de capital intangible. La aplicación del diseño BSC generó un impacto positivo permitiendo la medición del capital intangible y tangible, vinculados en una relación de causa-efecto con los objetivos estratégicos de la cooperativa lo que originó la toma de decisiones en base a indicadores que engloben a toda la gestión.

Para el desarrollo de la presente investigación se tendrá como instrumento base de medición a los indicadores ETHOS 2021, los cuales promueven el compromiso con el mejoramiento y la conservación del medio ambiente, mediante la educación y concientización de la importancia de los impactos de la actividad humana en su entorno, previniendo y reduciendo daños ambientales al optimizar procesos. Además, desarrollan alianzas con los proveedores previamente evaluados y seleccionados de una organización, contribuyendo a su crecimiento sostenido y evitando el empleo forzado e infantil en la cadena productiva.

Estos indicadores a su vez difunden una política de comunicación de credibilidad y confianza hacia los clientes orientada a la excelencia en la calidad de productos y servicios que se comercializan en el mercado, buscando generar un bien en la comunidad donde la

organización realiza sus operaciones; financiando proyectos de desarrollo social, contribuyendo con campañas políticas democráticas y buenas prácticas gubernamentales.

1.2 Problema de Investigación

El Perú se caracteriza por ser históricamente un país abastecedor de insumos a nivel mundial, porque su economía es principalmente extractiva desde épocas pasadas. En tal sentido, Sotelo y Francke (2011) indicaron que en la actualidad se viene llevando a cabo no solo el proceso de integración económica del país con el mundo, sino también de integración socio-económica al interior del país. Respecto a este último punto, la creciente escalada de conflictos sociales al interior del país constituye un hecho resaltante en los últimos años. Más aún si la mayoría de estos conflictos son de naturaleza socio-ambiental, estrechamente vinculados a las actividades extractivas desarrolladas en el país. A su vez estas actividades traen consigo efectos económicos negativos para el sector financiero, específicamente para las Cajas de ahorro y crédito de la ciudad de Piura. Puesto que estas entidades tienen como principales clientes a empresas agrarias, pesquera, ganaderas y micro comercios. Por otro lado mermas en la producción, venta de productos por debajo del precio de mercado y por ende incumplimiento de pagos de los préstamos otorgados, lo cual afecta directamente a la rentabilidad de las Cajas y a sus trabajadores. Por tal motivo es necesario incluir dentro de los planes de gestión, la responsabilidad social empresarial no como obligación, sino como una oportunidad de generar valor para la empresa en bien de la sociedad (Sotelo & Francke, 2011).

Por otra parte las Cajas se encuentran en contacto, principalmente con clientes que cuentan con pequeños y medianos negocios, quienes necesitan un apoyo para que su negocio crezca. Este apoyo no solo debe ser monetario, sino que además se deberán tener en cuenta todos los aspectos generales y sus relaciones con los grupos de interés, para que el negocio sea sostenible en el tiempo. De ello surge la necesidad de realizar un análisis que permita

conocer aspectos claves, como el tipo de relación que existe con los stakeholders, así como la trascendencia en el desarrollo de sus operaciones. Además de la percepción de los grupos de interés, y su influencia en el crecimiento de la compañía. La presente investigación buscará conocer el estado de la gestión del sector financiero representado por las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura, con enfoque en responsabilidad social empresarial. puesto que se desconoce el estado de la gestión de dichas empresas en tema relacionados con responsabilidad social empresarial al año 2015.

1.3 Propósito de la Investigación

El propósito general de la presente investigación es conocer el estado de la Gestión con enfoque en RSE de las Cajas municipales de Ahorro y crédito del departamento de Piura al año 2015.

Para la cual, se aplicó como método la observación durante las entrevistas, puesto que se dieron de manera presencial. A su vez se procedió a realizar las preguntas del cuestionario, instrumento que ha sido elaborado según los indicadores del Ethos Perú 2021, el cual se aplicó a cada gerente de cada caja. Los objetivos específicos que serán materia de estudio son los siguientes siete temas:

Valores, transparencia y gobierno corporativo. Conocer el estado de la gestión con respecto a los valores, transparencia y el gobierno corporativo de las cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura, según los indicadores Ethos -Perú 2021.

Público interno. Conocer el estado de la gestión con respecto al público interno que labora dentro de las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura, según los indicadores Ethos -Perú 2021.

Medio Ambiente. Conocer el estado de la gestión con respecto al medio ambiente en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura, según los indicadores Ethos -Perú 2021.

Proveedores. Conocer el estado de la gestión con respecto a los proveedores en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura, según los indicadores Ethos -Perú 2021.

Consumidores y clientes. Conocer el estado de la gestión con respecto a los consumidores y clientes de las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura, según los indicadores Ethos- Perú 2021.

Comunidad. Conocer el estado de la gestión con respecto a la comunidad en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura, según los indicadores Ethos- Perú 2021.

Gobierno y sociedad. Conocer el estado de la gestión con respecto al gobierno y sociedad en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura, según los indicadores Ethos- Perú 2021.

1.4. Justificación de la Investigación

Izquierdo y Grañana (2007) señalaron que la Responsabilidad Social en el cooperativismo de Créditos, está adquiriendo cada vez una mayor importancia en los procesos de gestión de la empresa, debido a su creciente demanda social. Su implantación, de forma voluntaria, conduce a un nuevo modelo de empresa que amplía su preocupación hacia una nueva dimensión empresarial, que se puede sintetizar en el concepto de sostenibilidad, este término engloba a un mismo nivel aspectos económicos, sociales y medioambientales. Estos resultados se lograron con mediciones empíricas realizadas a las cooperativas españolas, tomando como instrumento al fondo de educación y promoción FEP.

Por este motivo surge la necesidad de las organizaciones de diagnosticar y conocer el estado de su gestión en temas socio ambiental, con la finalidad de tener una ventaja competitiva generando óptimos resultados tanto en lo social como en lo ambiental.

Se desconoce de la existencia de otros trabajos de investigación realizados con referencia a este enfoque, por lo que se considera a este como un primer intento para identificar el estado de su gestión, utilizando como instrumento de medición los ethos Perú

2021. Para determinar el diagnóstico de la gestión de las Cajas municipales de ahorro y crédito en la ciudad de Piura en el año 2015 se recopiló información de forma más amplia a cerca de la gestión actual, permitiendo visualizar posibles oportunidades de mejora que contribuya con el bienestar de la organización y los grupos de interés, logrando ser una empresa sostenible en temas de responsabilidad social y ambiental dentro del departamento de Piura. El presente estudio, servirá como base para investigaciones futuras relacionadas a temas de responsabilidad social empresarial, en el sector financiero, específicamente en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura.

1.5 Marco Conceptual

La responsabilidad social empresarial, es un tema que ha sido ampliamente estudiado por diversas escuelas académicas, en tanto que en la literatura se encuentra diversos conceptos al respecto. A continuación, se presenta algunas de las definiciones de los autores más representativos en el campo de la RSE. Uno de los primeros aportes académicos fue el de Bowen (1953), quien la definió como las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad.

Una definición frecuentemente citada y mencionada ha sido la de Davis (1973), en la que enfrenta la posición libertaria de Friedman (1970) afirmando que “es obligación de la empresa evaluar en su procedimiento de toma de decisión los efectos de sus decisiones sobre el sistema social externo de una forma que logre beneficios sociales junto con los aumentos económicos tradicionales que la empresa busca. Significa que la responsabilidad social comienza donde la ley termina” (p. 6). Por otra parte Friedman (1970) afirmó que “a la empresa no se le puede imputar responsabilidades ya que no existe como persona. Al contrario, es a las personas que trabajan en ella a quienes se les podría imputar alguna eventual responsabilidad. Por consiguiente, se trata de responsabilidades individuales y no de

responsabilidades corporativas” (p. 6). En las definiciones expuestas se evidencian dos elementos claves; el primero relacionado con el receptor de dicha responsabilidad, y el segundo, con respecto al punto de partida de la responsabilidad de las empresas.

En los primeros trabajos se identifica un sentido amplio al reconocer a la sociedad como receptor de la responsabilidad de la empresa, es decir la responsabilidad social implica que la empresa tenga en cuenta las demandas sociales en general y logre beneficios que a su vez misma, persigan alcanzar objetivos económicos. Por otro lado, a partir de lo propuesto por Davis(1973), los conceptos de RSE dejan claro que ésta debe superar el carácter legal o normativo, autores como AECA (2003); Carroll (1979); Comisión de las Comunidades Europeas (2001); Jones (1980); Raufflet (2010); Schvarstein (2003); McWilliams, Siegel & Wright (2005); consideraron en sus definiciones que la RSE requiere ir más allá de lo legal, lo que implica un carácter voluntario de la empresa con unos resultados no solo económicos.

Posteriormente, Alvarado y Schlesinger (2008), Freeman (1984) y Schvarstein (2003) incluyeron al concepto de RSE el término *stakeholders*, planteando que la empresa debe tener en cuenta los intereses de las partes interesadas y armonizar sus relaciones con cada uno de ellos, ya no sólo con los stakeholders o accionistas, como lo propuso Friedman (1970).

Al respecto, Freeman y Reed (1983) definieron a los stakeholders como cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación (Freeman & Reed, 1983). Sin embargo, Bell (1965) señaló que los accionistas son solamente un componente del conjunto de stakeholders, y por ende, la organización asume una responsabilidad social más amplia, dirigida al bienestar de todos los involucrados en la organización y a la sociedad en la cual desarrolla sus actividades (Bell, 1965). Este nuevo elemento en el campo de la RSE hace que se particularice el ejercicio de la misma, es decir, que se identifiquen y responda a los intereses de los grupos con los que se relaciona la empresa.

A finales de los setenta y comienzos de los ochenta autores como Zenisek (1979) ya involucran dentro de sus conceptos de RSE el término ética, para este autor la responsabilidad social corporativa es conceptualizada como el grado de ajuste entre las expectativas de la sociedad de la comunidad empresarial y la ética del negocio (Zenisek, 1979). Ese ajuste según el autor tiene dos componentes: el de comportamiento y el actitudinal. El primero tiene que ver con la satisfacción de las demandas sociales por parte de la empresa y el segundo con la ética misma, actitudes directivas en cuanto a cuáles son o no son comportamientos socialmente responsables de la organización.

En la misma línea se encuentran autores como Yepes, Peña y Sánchez (2007) quienes reconocen a la articulación y a la autonomía como elementos claves de la RSE, estos se manifiestan en los mismos términos que los propuestos por Zenisek (1979). Sin embargo, estos autores desarrollan ampliamente características en términos que permiten establecer el tipo de prácticas que llevan a cabo las empresas en diferentes medios sociales determinados por el nivel de cohesión social.

Dentro de este marco también ha de considerarse a Drucker (1984) quien sugiere que la responsabilidad social es convertir un problema social en una oportunidad económica, productiva o laboral. A fin a esta propuesta, aunque más desarrollada, Porter y Kramer (2006) hablan de la creación de valor compartido como el beneficio tanto para la sociedad como para la propia competitividad de la empresa; cabe resaltar que la propuesta de estos autores ha sido ampliamente reconocida (Porter & Kramer, 2006).

En conceptos más recientes, es decir aquellos que aparecen a partir de los años 2000 aproximadamente, se aprecia el cuidado del medio ambiente como un elemento fundamental en la RSE (Abreu & Badii, 2008; Comisión de las Comunidades Europeas, 2001; Martínez, J., & Silva, 2010; Sabogal, 2008) sugiriendo una búsqueda del equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, es importante mencionar el trabajo realizado por el profesor Sabogal (2008). En el que encuentra los elementos comunes de los conceptos más relevantes de la RSE y construye una definición que los contiene, dando como resultado la siguiente propuesta: “La RSE corresponde con un camino estratégico que busca crear valor a las empresas, generando relaciones beneficiosas en el largo plazo; son iniciativas de carácter voluntario y que por lo tanto deben superar los requerimientos legales y normativos; involucra una sostenibilidad que comprende tres elementos: el económico, el social y el ambiental; implica responsabilidad total para con todas las partes interesadas o stakeholders de la empresa.” (p. 195)

La Organización Perú 2021 definió RSE como una forma de ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los stakeholders o grupos de interés (accionista/inversionistas, colaboradores y sus familias, comunidad, clientes, proveedores, medio ambiente, Gobierno y sociedad) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible. “La RSE es una herramienta de gestión que consta de estrategias transversales a todas las actividades de la empresa, no se trata de acciones desarticuladas entre sí” (Díaz, Filomeno & Rizo-Patrón, 2007, p. 17).

Asimismo, esta institución consideró que los grupos de interés o stakeholders están constituidos por aquellos grupos e individuos que puedan ser afectados por algún aspecto de las actividades de la empresa y aquellos que tengan algún interés que pueda afectar a la organización. El conocimiento de los grupos de interés y los mecanismos de consulta, de relación y de generación de confianza pueden variar de acuerdo con las particularidades de cada sector, y deberían enmarcarse en una visión estratégica y de largo plazo de responsabilidad social. Schwab y García (2004) abordaron el concepto de RSE como una parte de la filosofía de la empresa, para lo cual se identificó cuatro elementos como mínimo: (a) el entorno legal, (b) la imagen de la marca, (c) la innovación y por último (d) el mercado

de capitales, que es materia del presente estudio, dada la tendencia hacia las inversiones socialmente responsables, que harían posible un mejor balance entre los beneficios y objetivos éticos de las entidades empresariales, específicamente aquellas del sector micro financiero.

1.6 Preguntas de la Investigación

En la presente investigación se busca responder a la siguiente pregunta ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015.

Se analizarán siete temas específicos, que permitirá conocer a fondo el estado de la gestión, de estas empresas, con el objetivo de mejorar y potenciar estrategias de RSE.

1. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015, respecto a valores, transparencia y gobierno corporativo?
2. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015, respecto a público interno?
3. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015, respecto al medio ambiente?
4. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015, respecto a proveedores?
5. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015, respecto a consumidores y clientes?

6. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015, respecto a comunidad?
7. ¿Cuál es el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015, respecto a gobierno y sociedad?

1.7 Definición de Términos del Estudio

- **Diagnóstico:** Recabar datos para analizarlos e interpretarlos, lo que permite evaluar una cierta condición.
- **Estado de la Gestión empresarial:** Situación temporal de un conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto, Utiliza métodos innovadores optimando sus recursos.
- **Imagen Institucional:** Una empresa tiene responsabilidades con la sociedad que van más allá de una meta de producción y comercialización de bienes y servicios, implica además el asumir compromisos con los grupos de interés para solucionar problemas de la sociedad.

1.8 Limitaciones

La investigación solo describe las políticas de gestión referente a temas de responsabilidad social empresarial, que aplican las cinco Cajas municipales del departamento de Piura encuestadas.

Representan una parte del sector financiero, denominadas banca de segundo piso, cuyo registro se encuentran en el portal de la Superintendencia de Banca y Seguros al 2015, siendo esta la entidad reguladora del sistema financiero en nuestro país.

El resultado de las encuestas y entrevistas realizadas en la investigación puede o no reflejar la veracidad de las políticas aplicadas en las Cajas municipales, por parte de los

informantes. Solo se recibió información de los gerentes, mas no de otros niveles jerárquicos de la organización.

1.9. Delimitaciones

Analizar el total de las Cajas municipales, existentes dentro del sector micro financiero de Ahorro y Crédito del departamento de Piura en el año 2015, con una facturación superior a diez millones de nuevos soles. Con una antigüedad mayor a cinco años, debe contar con un mínimo de 10 trabajadores. Además ninguna debe estar vinculada al mismo grupo económica, son totalmente independientes.

1.10 Resumen

En este capítulo se aprecia la implicancia de la responsabilidad social empresarial en el sector financiero en la cual varios autores hacen mención de como la RSE se ha convertido en un punto de partida para la sostenibilidad de las empresas. Puesto que en la actualidad las organizaciones y los grupos de interés son conscientes de los cambios tanto económicos y climáticos que se han producido en los últimos tiempos. Los grupos de interés no solo buscan productos que otorgan grandes beneficios, sino también que la empresa y toda la cadena de procesos esté vinculada con temas de responsabilidad social y cuidado del medio ambiente.

Como se ha descrito en este capítulo, existen pocos indicios de gestión de responsabilidad social sobre empresas del sector financiero, específicamente las Cajas municipales del departamento de Piura. Por tanto es un tema preocupante y de mucho interés para estas empresas, puesto que todos los grupos de interés involucrados no solo buscaran las mejores tasas del mercado, sino tendrán presente el grado de aporte social y ambiental que realiza la empresa en el departamento de Piura. En tal sentido el presente trabajo de investigación busca identificar el nivel de aplicación de los 40 ítems que se encuentran dentro de los indicadores Ethos-Perú 2021.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

En este capítulo se presenta diversas definiciones, conceptos de responsabilidad social empresarial, que permitirán al lector adquirir conocimientos y esclarecer sus dudas sobre términos claves que se encuentran inmersos en este amplio tema. Asimismo se detalla la evolución de este concepto, puesto que a lo largo del tiempo, ha sufrido modificaciones, que datan desde sus orígenes a datos actuales. Los cuales han incorporado elementos valiosos, que muestran nuevas formas dentro de su estructura. Además se tomaron aspectos de temas ligados como son la ética en la organización y su relación con los grupos de interés, que por su relevancia y su gran aporte se han considerado en este capítulo. También se incluye dentro de este análisis, otros aspectos que son indispensables para su desarrollo y servirán como herramientas en la gestión actual de la empresa, todo ello se presenta en el mapa conceptual de literatura (ver Figura 1).

En tal sentido se describen los instrumentos que son utilizados para medir la gestión, estos han permitido minimizar sus riesgos y como consecuencia obtener la rentabilidad esperada. Otro punto de vital importancia, es la gestión de la empresa y su relación con el medio ambiente.

Hoy en día, algunas empresas relacionan el término de responsabilidad social como gasto, el cual puede realizarse con grandes capitales, que corresponde a empresas grandes que buscan una buena imagen y reputación. A medida que se revise esta información se tendrá un análisis claro y real sobre las consecuencias positivas de incorporar buenas prácticas de responsabilidad social dentro de las organizaciones, y cómo éstas generan grandes ahorros económicos, preservando el medio ambiente y protegiendo al planeta de la contaminación. Para el presente estudio se ha tomado como base fundamental los indicadores Ethos-Perú 2021.

2.1. La Responsabilidad Social Empresarial



Figura 1. Mapping del estado de la gestión con el enfoque RSE en las cajas municipales de ahorro y crédito

2.1.1 Concepto

Existen muchas definiciones de responsabilidad social empresarial que han sufrido modificaciones a lo largo de las décadas, que incluyen en el proceso aspectos como el desarrollo económico, las prácticas éticas, la protección del medio ambiente y las partes interesadas. En la década de 1950, los gerentes corporativos empezaron a sentir una obligación hacia la sociedad. En 1960 las cuestiones morales se elevaron a un alto nivel, luego en los 70, la gente de negocios se dedicaba a la filantropía y al bienestar de la comunidad empresarial (Rahman, 2011). Asimismo en 1980, las definiciones se basan en la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad. Esta segunda era obtenida gracias a la confianza del consumidor debido a la reputación que proyectaba la empresa. Más adelante en los 90, adquirió una base sólida, la cual engloba a las personas, planeta y ganancias.

Snider, Hill y Martin (2003) argumentaron que la RSE tiene que ver con la relación entre la empresa y la sociedad, la cual será influenciada por las tendencias. La CCE (2001), definió como actividades voluntarias de la empresa que demuestran la inclusión de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y en sus relaciones con las partes interesadas. La responsabilidad social empresarial RSE en el siglo XXI, presenta otras dimensiones, como la obligación de la sociedad, las partes interesadas, mejora de calidad de vida, desarrollo económico, la práctica empresarial ética, voluntariedad, derechos humanos, protección del medio ambiente, transparencia y rendición de cuentas. Estos aspectos ayudan a medir en forma global el grado de RSE que poseen las organizaciones actuales Rahman (2011).

Pedersen (2006) analizó que durante la última década, un número creciente de académicos y profesionales han adoptado dentro de sus discursos el tema de la responsabilidad social corporativa y empresarial. Además de realizar ediciones de artículos y

libros, imparten códigos de conductas a las empresas e informan sobre los impactos sociales y ambientales. Por otro lado los inversionistas colocan grandes cantidades de dinero en empresas socialmente responsable. Del mismo modo los gobernantes y organizaciones internacionales integran cada vez más la RSE, en los documentos políticos, en otras palabras, la RSE, se ha extendido por todo el mundo y se ha convertido en una de las palabras de moda del nuevo milenio (Pedersen, 2006).

2.1.2 Historia

Los antecedentes históricos se remontan a los orígenes de las organizaciones que relacionaron capital y trabajo para generar riqueza y beneficio. Paralelo a estas nacieron los abusos sobre los derechos humanos, a los trabajadores y al medio ambiente. Donde se observa que la esclavitud era la base de las economías de las sociedades, la cual no fue cuestionada por ningún filósofo de la época. Además de las condiciones de explotación a que fueron sometidos los trabajadores durante la Revolución Industrial Navarro (2012).

Pero es precisamente en entornos de extrema dureza, donde surgen los líderes empresariales y sociales, que nacieron con la voluntad de cambiar las cosas. En Inglaterra surgen empresarios como Robert Owen y otros quienes simbolizan el pensamiento del siglo XIX, sostuvo que la producción puede ser eficiente y al mismo tiempo responsable. Años más tarde creó en New Lanark una importante comunidad industrial, hoy declarada patrimonio de la humanidad, donde la cooperación y el apoyo mutuo eran las normas, introduciendo medidas de bienestar como educación y sanidad pública, erradicando el trabajo infantil y las condiciones laborales penosas (Navarro, 2012).

La evolución de responsabilidad social empresarial en el Perú proviene desde tiempos prehispánicos, en el cual primó el principio de reciprocidad practicado por los antiguos pobladores, que tenía como fin promover el espíritu asociativo y de colaboración. Esta reciprocidad se vio afectada por la conquista de los españoles, donde la población andina fue

desintegrada y sometida, decayendo su calidad de vida y su identidad étnica. A mediados del siglo XVI se estableció el Virreinato, en esta etapa la iglesia católica tuvo la misión de evangelizar y promover actividades de carácter filantrópico y caritativo, bajo la modalidad de donaciones de dinero. El papel de la iglesia católica fue fundamental para motivar a la sociedad para prestar ayuda a los sectores más necesitados, con iniciativas propias que brindaron asistencia, salud y educación dentro de las congregaciones religiosas. En esta época también nacieron las hermandades, que estaban conformadas por personas de diferentes estratos sociales. Estas organizaciones agruparon varios gremios, con la finalidad de realizar trabajos del tipo religioso, obras benéficas, percepción de rentas y administración de bienes (Franco, 2007).

A mediados del siglo XX se produce el incremento de la inversión privada en la industria, específicamente en el sector minero. El cual no se pudo mantener, porque en los años 70 el país estuvo bajo el poder de la política militar. Donde no solo la empresa privada se vio desfavorecida, sino también varias haciendas tuvieron que ser cedidas por sus propietarios obligados por la reforma del gobierno militar. En esta época era imposible que el empresario peruano obtenga algún crecimiento, solo le alcanzaba para sobrevivir y mantenerse en el mercado. En la década de los 80 el Estado peruano presentaba una gran recesión económica y violencia política. Donde era imposible pensar en adoptar alguna estrategia de responsabilidad social como objetivo principal. Brindando un panorama más estable para el empresario peruano (Franco, 2007).

En los años 90, fue una época de recuperación tanto económica como política. Se esperaba el aporte de recursos económicos por parte del sector privado, que fue un aliado del estado, lo que permitió la resolución de problemas sociales. A raíz de esto las empresas empiezan a incluir dentro de su planeamiento estratégico, cambios de posicionamiento y

adoptar compromisos que contribuyan al desarrollo del país, a través de las prácticas de responsabilidad social (Franco, 2007).

2.1.3 Aspectos relevantes

La participación de los interesados y de las partes interesadas, se han convertido en circunstancias relevantes en el mundo actual de los negocios, en especial su relación con el medio ambiente y con la sociedad, puesto que al desarrollarse de forma significativa, añaden valor a la empresa. No existe una aceptación general de la definición de “partes interesadas”, Harrison y Freeman (1999) originalmente la definieron como “cualquier grupo de individuos que puede afectar o verse afectados por el logro de los objetivos de la organización (p.485). Snider et al. (2003) argumentaron, que la RSE tiene que ver con la relación entre la empresa y la sociedad, la cual será influenciada por las tendencias.

Elbing (1970) analizó, que en las últimas dos décadas la teoría de los grupos de interés se ha convertido en un marco de referencia cuando se discuten temas de RSE. Según el modelo de las partes interesadas, toda compañía debe considerar y contestar las diversas interrogantes de sus componentes, que incluye a empleados, clientes, inversores, proveedores y la comunidad. Sin estas relaciones, sería difícil para las empresas captar las fluctuaciones de valores, actitudes y el comportamiento de sus grupos de interés. Un primer paso para el proceso de participación de los interesados es la identificación de estos, determinar quiénes son, sus acciones o asociaciones claves y subgrupos. A partir de ello fluye el análisis de los interesados, es decir observar más a fondo sus intereses, cómo y en qué grado afecta las decisiones y la influencia que podrían tener dentro de su proyecto (IFC, 1998).

Otro punto importante es el diálogo que entre las partes interesadas puede adoptar una variedad de formas de información acerca de la conducta de la empresa, esto implica que es necesario contar con factores analíticos que permitirán evaluar la toma de decisiones con respecto a los interesados. Estos factores se encuentran dentro de un modelo que sirve de

referencia para medir el nivel de compromiso que existe entre las partes interesadas, además evaluar el tipo de diálogo entre los actores de la compañía y las partes interesadas; ya sea del tipo: (a) participativo, (b) inclusivo, (c) jerárquico, y (d) exclusivo (Pedersen, 2006).

La identificación y la inclusión de las partes interesada en el diálogo son de crucial importancia. Si las partes interesadas están excluidas del proceso de toma de decisiones, la relevancia de beneficios esperados del dialogo serán limitados. “Por tal motivo los directores de las organizaciones deben emplear un lenguaje adecuado para establecer este vínculo social, que es considerado como una sexta fuerza que incentiva el crecimiento del mercado y protege las inversiones a largo plazo” (Pedersen, 2006, p. 163). Estas relaciones minimizan el riesgo y brindan a la empresa la oportunidad de lograr una ventaja competitiva y licencia para operar. Por ello las organizaciones ya no tienen la facultad de elegir si quieren colaborar con las partes interesadas o no, sino más bien ver la forma de cómo y cuándo se podrá realizar dicha participación con éxito. Del mismo modo, la reciente crisis ha acrecentado la participación de las partes interesadas en las decisiones de la organización, por haberse producido una corriente de cambios e incertidumbre social y ambiental (Jeffery, 2009).

Según Jeffery (2009) muchas de las empresas emplean técnicas de gestión de crisis que no son adecuadas y se ven obligados a mantener un dialogo constante pero de forma defensiva con las partes interesadas. Esto trajo como resultado pérdidas significativas y duraderas. Pero existe una tendencia en la cual dichas organizaciones pueden mitigar el riesgo, a través de la gestión de los interesados. El cual se produce mediante la participación significativa de las partes interesadas, cuya característica se basa en la predisposición al cambio.

Asimismo, el proceso de participación de los interesados es iterativo, lo que permite beneficiarse en forma alineada de la planificación diligente, con informes detallados y la aplicación del aprendizaje mediante la evaluación constante y el control adecuado. También

es importante gestionar dentro de la organización áreas encargadas para resolver conflictos, con personal idóneo, que posean habilidades de facilitación, comunicación y resolución de estos.

Por otra parte, los gerentes deben actuar con un sentido de urgencia, ante las partes interesadas, caracterizada por la sensibilidad en el tiempo de respuestas en que los gerentes ayudan a estas. Esto les permitirá evaluar a las partes con quienes se realizará el proceso de interacción en el futuro (Jeffery, 2009).

En tal sentido debe existir un alto grado de interés, influencia y relevancia, los cuales determinaran la postura de un grupo de interés sobre un determinado tema. El Prisma del Rendimiento presenta estrategias, procesos y capacidades que la organización deberá de aplicar, puesto que tiene que hacer frente a grupos de interés que son heterogéneos (Jeffery, 2009) (ver Tabla 1). La organización no podrá construir un perfil básico de los grupos de interés con el objetivo de conocer la característica de los actores potenciales que influyen en la operación de esta, sino más bien para mantener una alineación entre ambas partes. Recientes investigaciones dan a conocer la importancia de una buena alineación, no solamente entre las partes interesadas y los gerentes de departamentos, sino que además se debe producir entre las partes interesadas y las empresas o unidades operativas de esta.

Tabla 1

El Prisma Rendimiento

OWANs

¿Qué quieren los diferentes grupos de interés y la necesidad?

Strategies

¿Qué estrategias se necesita perseguir para satisfacer estos deseos y necesidades?

Processos

What processes do we need to put in place to enable us to achieve these strategies?

Capacidades

¿Qué capacidades se requiere para operar estos procesos?

OWANs

¿Qué es lo que se quiere y necesita de los grupos de interés para permitir que todo esto suceda?

Nota. Tomado de "Cisnes y Owans: El Centro Doughty de Responsabilidad Corporativa," por Jeffery, 2009, Cranfield School of Management, Reino Unido.

También es función de la empresa dedicar el tiempo y los recursos necesarios en la búsqueda de posibles puntos de interés que son comunes entre ellos y las partes interesadas, estos muchas veces no se aprecian a simple vista. En la medida en que se produzca dicha alineación, se incrementará los niveles de confianza entre ambos. Por otra parte, argumentó que, los gerentes deben estar en constante comunicación y diálogo con los grupos de interés realizando consultas sobre aspectos que se consideren representativos para estos. Con el objetivo de que la organización construya relaciones significativas, otorgando propuestas e información que satisfaga las expectativas de los grupos interesados que les permitirá evaluar la cultura y los comportamientos de la organización, obteniendo sus propias conclusiones (ver Figura 2).

Como parte de este proceso el gerente debe asegurarse que sus intenciones sean las intenciones de la organización, proporcionando transparencia en las expectativas al momento de la negociación. Además es importante no perder los temas de registro que se han venido siguiendo con las partes interesadas. Porque se corre el riesgo de que una parte de la empresa ha mencionado aspectos que son diferentes, generando problemas posteriores.

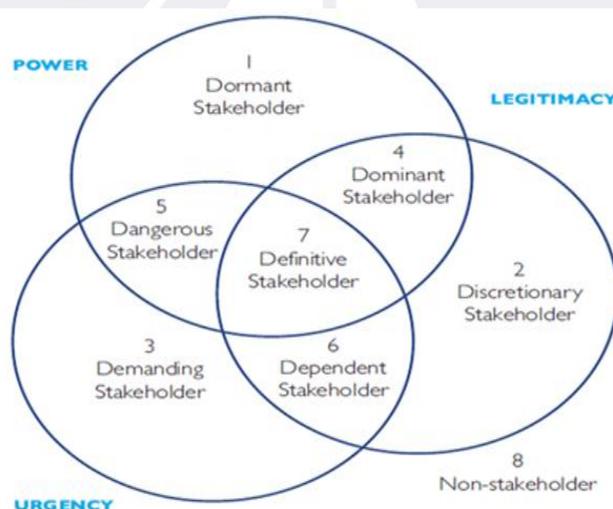


Figura 2. Stakeholder, tipología basada en un diagnóstico de hasta tres atributos: percepción de poder, legitimidad y urgencia.

Tomado de “El Centro Doughty de Responsabilidad Corporativa,” por Jeffery, 2009, Cranfield School of Management, Reino Unido.

Asimismo, debe quedar establecido por ambas partes el curso de la acción las respuestas de los hincapiés deben ser las más apropiadas, bajo un ambiente de equidad. Puesto que del modo que estas se perciban, dependerá la reputación y rendimiento del negocio. Otro punto importante es realizar evaluaciones y seguimientos continuos durante todo el proceso. No solo de los procesos internos sino también de los procesos externos, reafirmando la calidad de estos, para ello es necesaria la revisión periódica, debido a las variaciones que producen con respecto al estado de las relaciones con los grupos interesados. Pero para ello las empresas deben estar preparadas para los cambios y estar dispuestas a asumirlos, en base a un aprendizaje y motivación continúa, implantando procesos para asignar recompensas a aquellos grupos de interés que contribuyen a un cambio positivo. Jeffery (2009) (ver Figura 3).

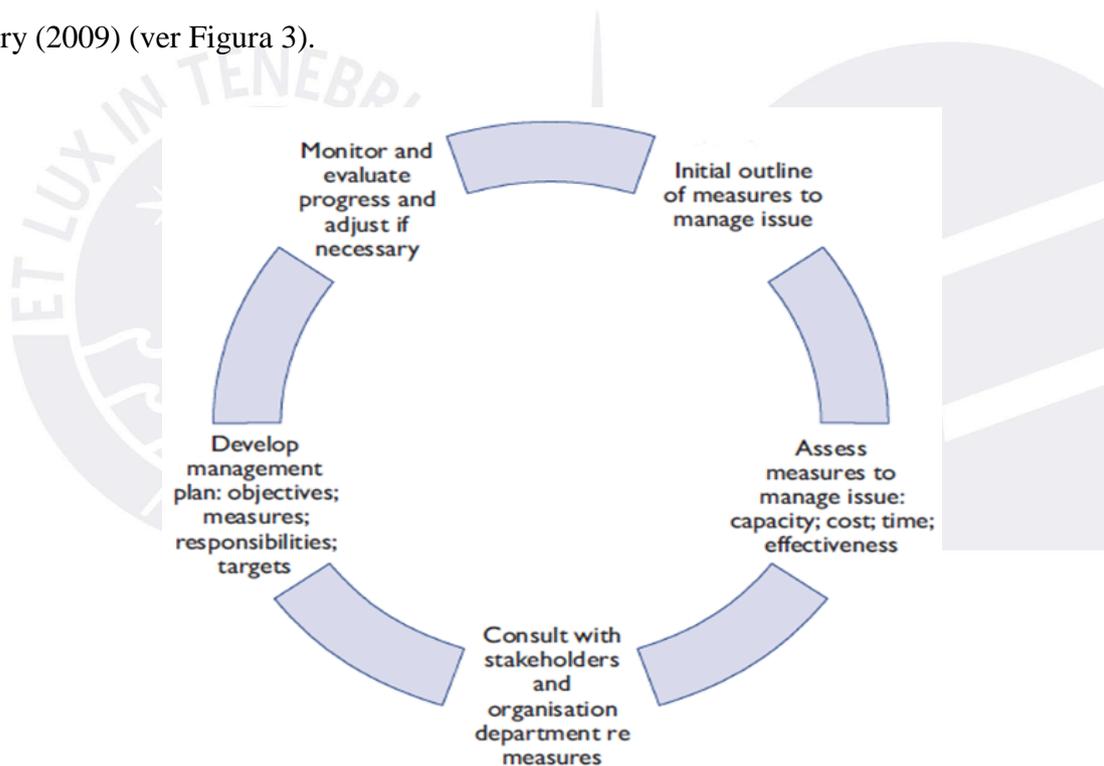


Figura 3. Aplicación de medidas para gestionar las cuestiones identificadas como *Priorities19*

Tomado de “El Centro Doughty de Responsabilidad Corporativa,” por Jeffery, 2009, Cranfield School of Management, 2009, Reino Unido.

Según Jeffery (2009) este aprendizaje debe estar acompañado de los factores que la conducirán al éxito, entre estos está la flexibilidad, crear confianza, ser realista, tener un

propósito claro, involucrar a las partes interesadas, asumir el papel de líder, con un comportamiento comprometido. Todo esto se puede lograr gracias a la adquisición de habilidades tanto personales como organizacionales. Últimamente, la motivación de los gerentes sobre las partes interesadas se ha concentrado en factores tangibles, como la ganancia y la licencia para operar. Cuando en realidad lo que genera beneficios son los factores intangibles como la confianza que es un factor influyente en la reputación de la empresa. La construcción de la confianza es un requisito para una participación significativa la cual está enfocada en profundizar el nivel de confianza, teniendo como base el compromiso. También argumentó que la construcción de la confianza toma mucho tiempo y esfuerzo, porque existen barreras que no contribuyen a entender realmente las motivaciones de ambas partes, puesto que estas suelen ser diferentes, y en tal sentido es importante reconocer, analizar y comprender la motivación del otro con el objetivo de construir bases sólidas que fortalezcan los objetivos que son comunes, que ayudan a cerrar la brecha de diferencias, logrando construir relaciones significativas Otra de las grandes barreras es el conocimiento de la cultura de las partes interesadas, para ello es importante conocer sus costumbres, historia, ritos. Donde la organización es la encargada de identificar las características de estos comportamientos para comprender y analizar los compromisos que se van a adquirir (Jeffery, 2009) (ver Figura 4).

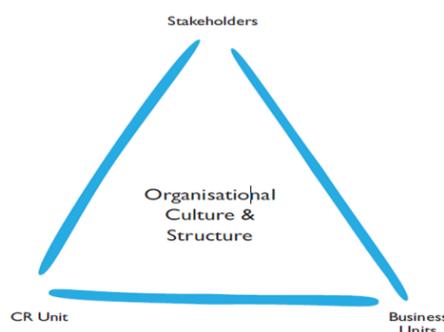


Figura 4. Relaciones clave de Importancia para la construcción de las relaciones de las partes interesadas significativas.

Tomado de “El Centro Doughty de Responsabilidad Corporativa,” por Jeffery, 2009, Cranfield School of Management, 2009, Reino Unido.

2.2. Instrumentos para Evaluar la RSE

2.2.1. AA1000

Este instrumento reconocido por ser uno de los primeros modelos que permitía medir el comportamiento ético de las organizaciones, desarrollando un control de los procesos contables y auditables con la finalidad de mejorar la gestión de RSE mediante el compromiso y el dialogo de todos los que interviene en un proceso productivo (Canessa & García, 2005).

2.2.2. El Global Reporting Initiative [GRI]

Es una herramienta que proporciona las pautas para la elaboración de memorias de sostenibilidad en términos de desempeño económico, ambiental y social mediante 79 indicadores formulados; que sirven para resaltar las contribuciones sociales y ecológicas de las organizaciones. Así como también, propuestas de sostenibilidad de sus productos y servicios. La elaboración de memorias de sostenibilidad es un instrumento para la vinculación de funciones habitualmente aisladas y diferenciadas a un modo más estratégico.

2.2.3. CGS

Los indicadores del Centro de Gestión Sostenible [CGS] de responsabilidad social empresarial (RSE), constituyen una herramienta práctica para la empresa, su uso es específicamente interno, puesto que permite monitorear el nivel de aplicación y desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas de RSE en las diferentes áreas de la organización (Franco, 2006).

El CGS surge en enero del 2004 como iniciativa de un grupo de profesores de la Universidad del Pacífico comprometidos con temas de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad corporativa. Desde sus inicios ha contado con el patrocinio de un comité asesor conformado por empresas reconocidas en el ámbito empresarial peruano, como el Banco de Crédito del Perú, Compañía Minera Buenaventura y Ernst & Young. Asimismo, el CGS

mantiene una alianza estratégica con el Asian-Pacific Center for Environmental Accountability (APCEA), Perú 2021 y el diario Expreso (Franco, 2006).

2.2.4. ISO 26000

Otra herramienta de gestión encargada de la evaluación de la responsabilidad social en las empresas es la Organización Internacional de Normalización (ISO 26000), dada su proyección, facilita la homogenización de los procedimientos a escala mundial, lo que disminuye los costes de información en las operaciones y facilita los intercambios, tanto nacionales como internacionales. Este elemento tiene mucha repercusión en la economía globalizada. ISO ha elaborado sistemas de gestión de la calidad y del medio ambiente; con la RS se presenta la posibilidad de una ampliación del campo a estandarizar, elaborando sinergias con las nuevas generaciones (Heras, 2005).

2.2.5. ISO 14000

Norma publicada por la Organización Internacional de Normalización que expresa un sistema de gestión que busca reducir los impactos de las decisiones que toman las organizaciones sobre el medio ambiente donde se desarrollan sus operaciones cumpliendo la legislación vigente. Es un instrumento importante en la transformación de procesos productivos responsables orientados a incrementar la competitividad de las organizaciones. Salas y Sepúlveda (2002).

2.2.6. Norma SA 8000

Es una norma universal sobre responsabilidad social, auditable y certificable, que aplican las empresas para asegurar el cumplimiento de una serie de requisitos que abarcan tanto aspectos laborales básicos (horario, trabajo infantil, salarios, etc) como aspectos de gestión (política, programas, acciones correctoras, etc.) con el fin de humanizar el comportamiento de las organizaciones, mediante la introducción de la gestión ética en las organizaciones que repercuta en el bienestar de todas las personas. Minaverly y Gally (2013).

2.2.7. Indicadores Ethos- Perú 2021

Los indicadores ETHOS-PERU 2021 son una herramienta de gestión que evalúa y controla la política de responsabilidad social en una organización, y fue diseñada para planificar internamente estrategias y planes de acción en materia de responsabilidad social. Estos indicadores fueron elaborados en coordinación con organizaciones líderes internacionales que forman parte del programa latinoamericano de responsabilidad social empresarial (PLARSE), y fueron formulados contemplando aspectos comunes de la realidad latinoamericana y estructurados en forma de cuestionario cuyo resultado será el diagnóstico de la situación actual de una compañía en materia de responsabilidad social, del cual se deducen posiciones. Una básica en un nivel reactivo a las exigencias legales; una postura defensiva que está trabajando en implementar cambios prácticos; una etapa donde una organización es consciente de los beneficios de prepararse para cumplir con la regularizaciones y planea estrategias sustentables; o finalmente tener un nivel proactivo donde una compañía alcanza estándares de clase mundial porque involucra a todos los participantes de su cadena de valor buscando el crecimiento sostenible de la sociedad donde se desarrolla. Los 40 indicadores ETHOS-PERU 2021 están estructurados e integrados en siete principales temas de interés interrelacionados en una organización:

1. Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo

Autorregulación De La Conducta

Relaciones Transparentes Con La Sociedad

2. Público Interno

Diálogo Y Participación

Respeto Al Individuo

Trabajo Decente

3. Medio Ambiente

Responsabilidad Frente A Las Generaciones Futuras

Gerenciamiento Del Impacto Ambiental

4. Proveedores

Selección, Evaluación Y Alianza Con Proveedores

5. Consumidores y Clientes

Dimensión Social Del Consumo

6. Comunidad

Relaciones Con La Comunidad Local

Acción Social

7. Gobierno y Sociedad

Transparencia Política

Liderazgo Social

2.3 Resumen

En el presente capítulo se puede constatar que el concepto de RSE, ha sufrido notables cambios como señala su historia, siendo el más resaltante en los 90. Donde el sector privado brinda su apoyo al estado peruano para resolver problemas sociales. Otro aspecto relevante es la participación de las partes interesadas y los grupos interesados. Puesto que en las últimas décadas la teoría de los grupos de interés ha sido tomada como línea de referencia cuando se tratan temas de RSE. Según este modelo, toda compañía debe considerar y contestar las diversas interrogantes de sus componentes, que incluye a empleados, clientes, inversores, proveedores y la comunidad. Dado que sin estas relaciones, sería difícil para las empresas captar las variaciones de valores, actitudes y los comportamientos de los grupos de interés.

Por otro lado el concepto de RSE, ha venido evolucionando, puesto que varios autores mencionan sus diversos puntos de vistas, hasta acercase cada vez a la definición de responsabilidad social empresarial actual. Para esto han utilizado instrumentos que les sirven

de apoyo para su medición, entre ellos los Ethos- Perú 2021. Tomando como base lo investigado en las empresas de nuestro país, existen pocos casos de inclusión de responsabilidad social dentro del sector micro financiero. Se puede afirmar que no se han realizado investigaciones sobre la gestión de las Cajas de ahorro y crédito en el departamento de Piura. Lo cual fortalece el tema de investigación.



Capítulo III: Metodología

En este capítulo se describe la metodología empleada en la investigación y explica las estrategias que se adoptaron para obtener información relevante y confiable que permita resolver las interrogantes, tomando como base a los indicadores Ethos- Perú 2021. Cumpliendo de esta forma con los objetivos trazados.

La cual tuvo un enfoque cuantitativo, puesto que el estado de la gestión es un fenómeno observable dentro del contexto real de las Cajas Municipales. Con un alcance descriptivo, el cual nos proporciona la dimensión exacta en base a la delimitación y señala las características comunes entre las variables observadas. Además de un diseño experimental, los datos se muestran en su forma natural sin ningún tipo de manipulación, siendo esta del tipo transeccional porque los datos fueron tomados en un determinado momento.

3.1 Diseño de la Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, puesto que el fenómeno en estudio es medible u observable, el cual es propio de la realidad objetiva. Este tipo de investigación tiene por finalidad acotar la información para que el resultado sea más precisa. En tal sentido se empleó la medición sistemática sustentado sobre la base de los 40 indicadores Ethos-Perú 2021, que incluye los siete temas con 407 preguntas cerradas.

El alcance es del tipo descriptivo, porque describimos características o propiedades cuya finalidad es mostrar la dimensionalidad del fenómeno objeto de estudio. Se describió la situación actual del sector y el contexto externo en el que se desenvuelve, observando las implicancias en la población seleccionada.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionaron que los: “estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, busca especificar las propiedades, las

características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis” (p. 102). También indicaron que el análisis descriptivo “es útil para mostrar con precisión las dimensiones de una situación.” (p. 103)

Con un diseño no experimental transeccional, la recolección de datos de desarrollo en un solo momento y en un tiempo establecido con el fin de evitar cualquier tipo de manipulación.

Se define a la investigación no experimental cuantitativa, como el estudio que “se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir “no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (Hernández et al., 2010, p. 102). En una investigación no experimental “se observa fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos.

Los diseños de investigación transeccional recolectan datos en un solo momento; en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández et al., 2010, p. 102).

3.2. Consentimiento Informado

Los entrevistados son los gerentes representantes de las Cajas municipales de ahorro y crédito de la ciudad de Piura, el contacto se inició vía mail y telefónica mediante referidos. Como parte del estudio de la presente investigación fueron informados sobre el desarrollo del mismo, dejando constancia de su consentimiento verbal y escrito mediante el llenado del acta de autorización, para la publicación de la información recolectada y la impresión de los resultados finales en el presente documento. Además se realizó la toma de fotografías como parte de la evidencia física, luego se procedió a desarrollar la encuesta en base a los 40 indicadores Ethos- Perú 2021.

3.3 Participantes de la Investigación

3.3.1 Población

La población objetivo está integrada por un grupo de empresas del sector financiero representado por las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura, que constituyen el total de Cajas según información registrada por la Superintendencia de Banca y Seguros SBS. Cuyas ventas en el 2015 fueron mayores a los 10 millones de soles.

3.3.2 Muestra

La investigación ha utilizado el método no probabilístico y cuya muestra está integrada por los cinco representantes de las principales gerencias de las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura, a quienes se les realizó las entrevistas, de forma presencial, garantizando la veracidad de sus respuestas.

3.4. Confidencialidad

La identidad de los gerentes entrevistados representantes de las Cajas municipales de ahorro y crédito de la ciudad de Piura, así como la información brindada, será mantenida en reserva, mediante el uso de códigos, con la finalidad de proteger su privacidad (ver Apéndice A).

3.5. Instrumentos

La información fuente de la presente investigación se obtuvo directamente de las entrevistas realizadas a los principales gerentes de cada una de las cinco Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura; Los cuales fueron contactados previamente vía mail y teléfono, mediante citas programadas. La recopilación de la información fue a través de la aplicación del cuestionario de los indicadores Ethos Perú 2021 (Apéndice B), El que fue desarrollado de forma presencial por los investigadores, con dicha información se procederá al análisis de estos indicadores, los cuales determinará el diagnóstico del estado de la gestión

de responsabilidad social empresarial, dentro de la organización de la compañía resaltando su importancia, así como los beneficios de su implementación.

Consta de 40 indicadores, que incluyen siete temas que son considerados como los objetivos específicos. Además dentro de su estructura encontramos tres tipos de indicadores. (a) De profundidad, (b) binarios, y(c) cuantitativos. Los primeros se dividen en cuatro estadios, los cuales servirán para determinar el estado actual de las cinco cajas del departamento de Piura. Los segundos ayudaran a profundizar, al obtener respuestas sesgadas de preguntas del tipo binarias y con referencia a los terceros servirán para contabilizar y acotar la información.

Las principales características de estos indicadores son:(a) Estandarizados en empresas de Latinoamérica. (b) comparables entre empresas del mismo o diferente sector. (c) mantienen periodicidad al ser utilizados en forma eventual por las empresas. (d) auto evaluativos, debido a que cada empresa puede acceder a la información de manera fácil y realizarse una autoevaluación. Y (e) virtuales, porque pueden ser visto en forma libre en las redes y su distribución es gratuita.

3.5.1 Validación de la Herramienta Ethos – Perú 2021

Se realizó una validación del tipo teórica en comparativa con las normas SA 8.000 e ISO 26.000. Puesto que son herramienta cuyos indicadores han sido probados en el análisis de gestión de RSE en empresas nacionales, siendo la primera aquella que se ocupa de la protección de las condiciones laborales de los empleados y del respeto a los derechos. La segunda, evalúa indicadores respecto al ámbito social, económico y ambiental. Los Ethos – Perú 2021 poseen dentro de su estructura indicadores similares en comparativa con estas dos normas. Por lo tanto damos por válida su aplicación debido que existen ejemplos reales en el sector financiero que sustenta la utilización de esta herramienta de gestión.

3.6. Análisis Estadísticos

La presente investigación fue realizada a través de un cuestionario de preguntas del tipo binarias comprendidas en los indicadores Ethos Perú 2021, donde se permite evaluar la etapa, nivel de práctica o situación actual de la gestión de RSE de las Cajas municipales de ahorro y crédito de la ciudad de Piura en el año 2015. Cuyo análisis fue del tipo estadístico, la herramienta utilizada fue el software de computadora, en el programa Microsoft Excel 2010. Además se utilizó la herramienta de gráficos radiales.

3.7. Análisis e Interpretación de Datos

La valorización de las etapas según el nivel de la gestión de RSE en la organización materia de la presente investigación se definen con los números del 1 al 4, los cuales representan el nivel de práctica desde una etapa básica valorizada con 1 hasta una etapa proactiva valorizada con puntaje 4. Un nivel alcanzado de la gestión de los indicadores Ethos de RSE se relaciona con el cuestionario de preguntas de respuesta binaria, que soportan la validez de las afirmaciones y negaciones, descritas por los investigadores representantes de las Cajas municipales de ahorro y crédito de la ciudad de Piura.

3.8. Validez y Confiabilidad

La validez y la confiabilidad de la información se garantizaron mediante el previo consentimiento informado que se da a conocer al entrevistado (ver Apéndice A), el cual es firmado por este. Del mismo modo se ha cumplido con el desarrollo del cuestionario basado en los indicadores Ethos- Perú 2021, sin influir bajo ninguna circunstancia sobre las respuestas otorgadas por los gerentes, y por último como prueba física, las fotografías tomadas al momento de la entrevista.

3.9 Resumen

La población estuvo constituida por cinco Cajas del sector micro financiero como son: (a) Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura, (b) Caja Municipal de Paita S.A, (c) Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Sullana, (d) Caja Municipal de Trujillo, y la (e) Caja Municipal Metropolitana. El tamaño total de la muestra está conformado por cinco gerentes de cada Caja, calculado mediante relaciones estadísticas que garantizan la validez de las conclusiones. Para la recolección de datos se utilizó una encuesta de 407 preguntas cerradas, debidamente relacionadas a los 40 indicadores de la herramienta Ethos – Perú 2021. La cual fue validada de forma teórica, en comparativa con las normas ISO 26000 y el SA 8000, puesto que cada una de estas normas poseen componentes con indicadores similares dentro de su estructura al instrumento de gestión Ethos Perú 2021. Las cuales han sido aplicadas por empresas de este sector.

Cada indicador estuvo asociado a un grupo de preguntas cuyas respuestas ayudaron a determinar su nivel de cumplimiento. Representado por cuatro estadios, que muestran la evolución de la empresa desde una primera a cuarta etapa. Además muestran el estado de la gestión de las Cajas municipales de ahorro y crédito de la ciudad de Piura al año 2015. Por tal motivo son denominados indicadores de profundidad.

Estos tienen por finalidad realzar aspectos comunes del fenómeno materia de estudio. También se pueden observar aspectos particulares de cada Caja, mediante los indicadores binarios, cuyas preguntas orientan al entrevistado a emitir respuestas cerradas. Ambos indicadores son cuantificables gracias a la utilización de otros indicadores denominados cuantitativos. Los resultados obtenidos de estos indicadores ayudarán a determinar el diagnóstico del estado de las Cajas que son motivos de este estudio.

Capítulo IV: Presentación y Análisis de Resultados

En el presente capítulo se explican los resultados obtenidos de la información recolectada a través de las encuestas, basadas en los 40 indicadores Ethos Perú 2021, con el fin de identificar el nivel de aplicación de estos indicadores en las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura. Además de identificar la etapa en la que se encuentran, lo cual permitirá determinar el estado de su gestión con enfoque en responsabilidad social empresarial. Los cuales fueron planteados dentro del capítulo I, como objetivos de la investigación.

4.1. Perfil de Informantes

Se analizaron las cinco Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura, según registro de la Superintendencia de Banca y Seguros, las cuales se encuentran distribuidas en agencias de diferentes distritos como Sullana, Piura, Paita (ver Tabla 2, Figura 5 y Figura 6).

Tabla 2 Perfil de Informantes

Perfil de Informantes

Nº de Empresas	Informante	Sexo	Créditos netos de provisiones y de ingresos no devengados en miles de soles 2015	Nº de empleados al 31/12/2015
Empresa 1	Gerente General	Masculino	1'895,418.92	2,621.00
Empresa 2	Gerente de Agencia	Femenino	1'861,382.36	1,938.00
Empresa 3	Gerente de Administración	Masculino	139,604.16	322.00
Empresa 4	Administrador	Femenino	396,198.92	566.00
Empresa 5	Administrador	Masculino	1'211,116.78	1,694.00

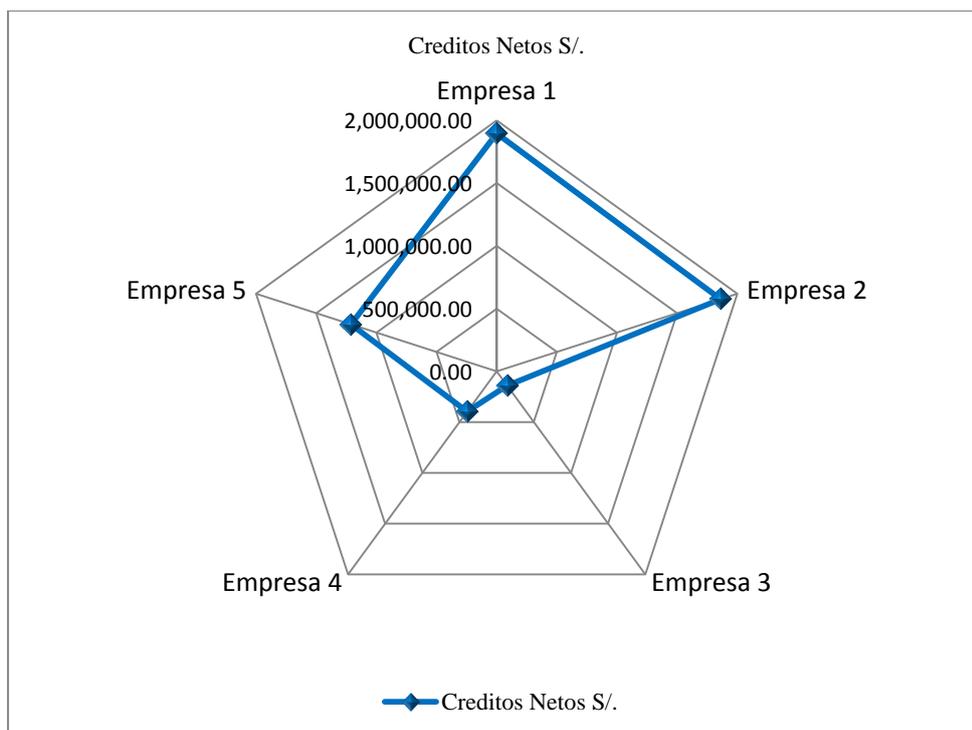


Figura 5. Créditos netos de provisiones y de ingresos no devengados en miles de soles 2015

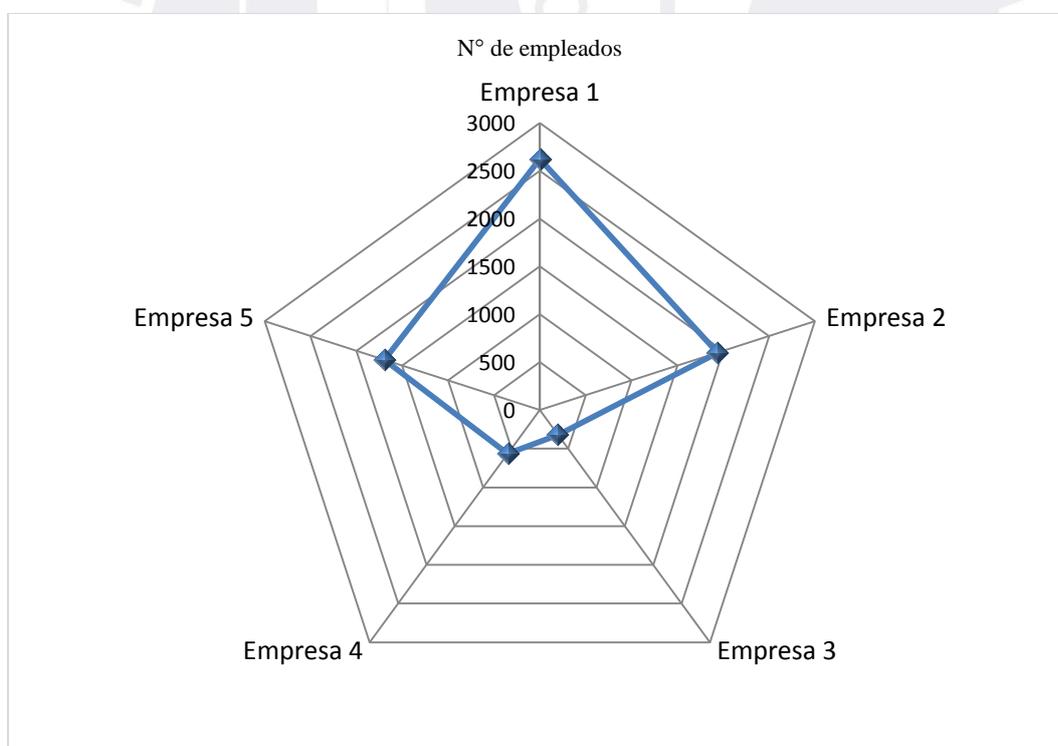


Figura 6. Número de empleados al 31 de diciembre, 2015

4.2. Presentación de Resultados

Los resultados que a continuación se muestran fueron analizados en base a los indicadores Ethos Perú 2021; los cuales permiten analizar la etapa actual de la gestión de responsabilidad social de las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura. Estos están representados por cuatro cuadros que manifiestan determinados estadios en que se encuentra una empresa. La Etapa 1, representa una etapa básica que evidencia acciones reactivas de una empresa. La Etapa 2, representa la etapa donde la empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas de RSE, mostrando cambios y avances en su gestión. La Etapa 3, es una etapa avanzada donde la empresa reconoce los beneficios de los cambios aplicados en la gestión de responsabilidad social, los cuales son considerados en los lineamientos estratégicos de una organización, La etapa 4, es la etapa proactiva, en la cual la empresa alcanzó estándares de excelencia en su gestión, involucrando a todos sus Stakeholders.

La Tabla 3 muestra que el 40% de estas empresas se encuentran en la etapa 2, las cuales poseen un documento formal, sobre los valores y principios de la organización, el cual es difundido de manera interna bajo responsabilidad del área a cargo. Además el 40% se encuentra en la etapa 4, muestra interés en su visión, con controles estrictos monitoreados por un equipo multidisciplinario. Sólo un 20% se encuentra en la etapa 3, posee un código de conducta, adaptado al contexto local. También tienen un programa de orientación y entrenamiento para los empleados de todos los niveles jerárquicos (ver Figura 7).

Tabla 3

Compromisos Éticos

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	3
Empresa 3	2
Empresa 4	4
Empresa 5	4

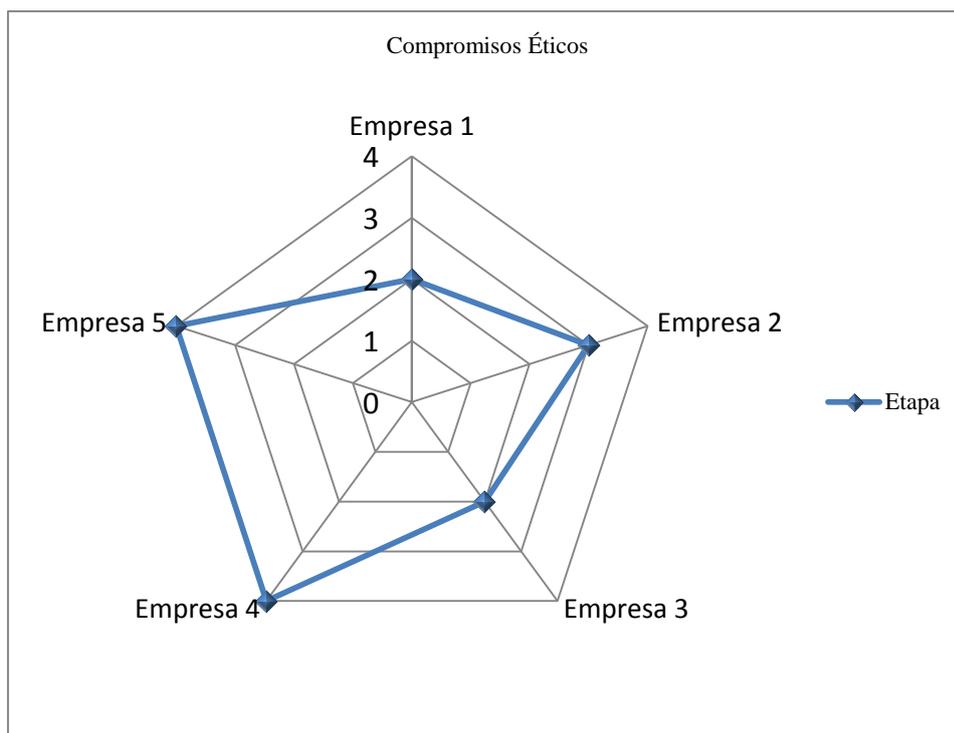


Figura 7. Etapa del indicador compromisos éticos

En la Tabla 4, se puede apreciar que el 60% de las Cajas se encuentra en la etapa 3, cuentan con procesos sistematizados para la difusión de valores centradas en el público interno, los cuales son auditados y verificados periódicamente. Un 20% en la etapa 2, solo poseen procesos sistémicos, pero no son auditados con frecuencia. También se puede verificar, que un 20% se encuentra en la 4, es decir no solo se preocupa de su cultura interna, sino de transmitirla de forma externa en todos los procesos de la cadena (ver Figura 8).

Tabla 4

Arraigo en la Cultura Organizativa

Empresa	Etapa
Empresa 1	4
Empresa 2	3
Empresa 3	2
Empresa 4	3
Empresa 5	3

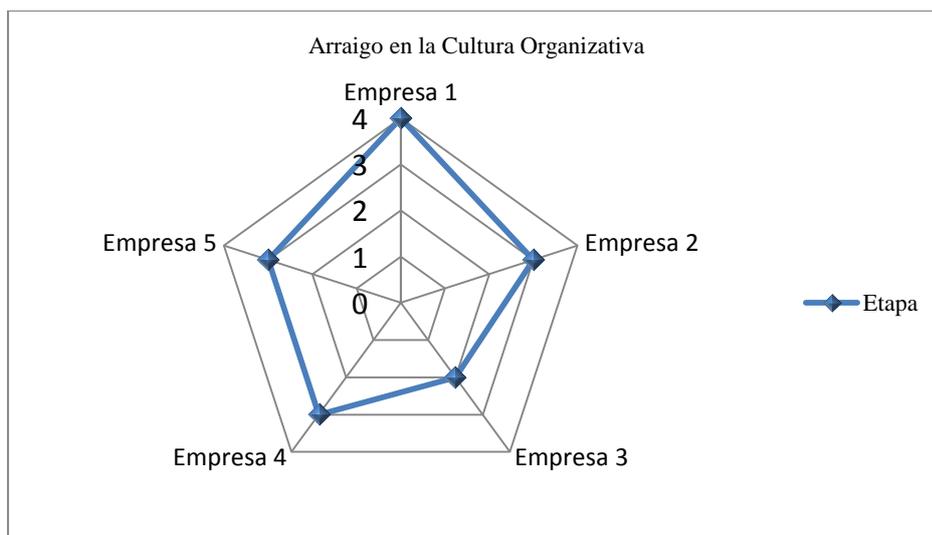


Figura 8. Etapa del indicador arraigo en la cultura organizativa.

En la Tabla 5, se puede constatar que un 20% de las cajas se encuentra en la etapa 1, además de actuar de acuerdo con la legislación vigente, posee un consejo administrativo cuyos reportes financieros son auditados por auditoría externa independiente. Un 40%, se encuentra en la etapa 2, cuenta con políticas muy bien definidas que aseguran la integridad de los estados financieros, teniendo como base la transparencia, especialmente en las prestaciones de cuentas y otras informaciones. También se puede apreciar que un 20% se encuentra en la etapa 3, posee políticas que promueven el derecho a voto y un trato justo, equitativo entre los socios. Se tiene que un 20% se encuentra en la etapa 4, además de lo expuesto, han incorporado criterios socio ambientales. Se escucha, evalúa y considera las sugerencias de los grupos de interés (ver Figura 9).

Tabla 5

Gobierno Corporativo

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	3
Empresa 3	2
Empresa 4	4
Empresa 5	2

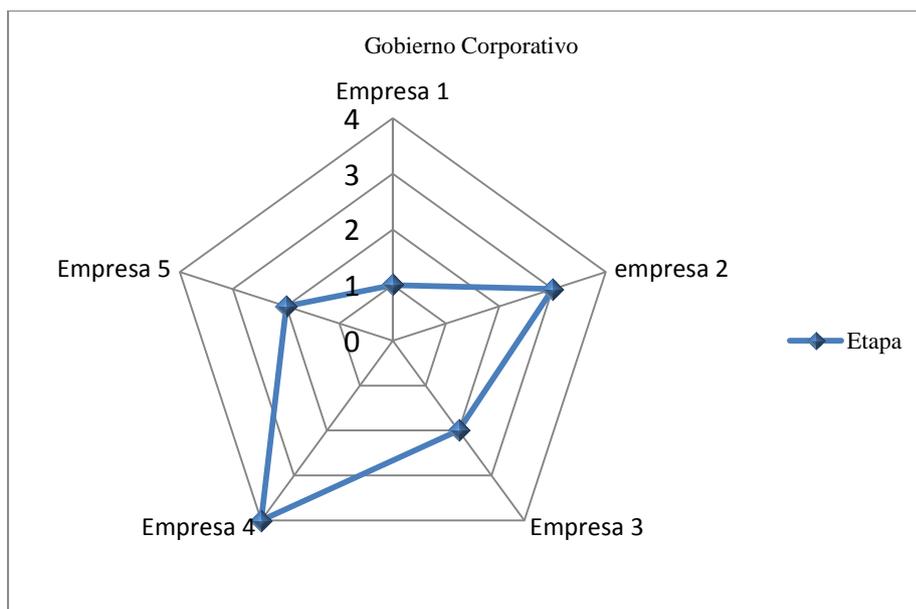


Figura 9. Etapa del indicador gobierno corporativo

En la presente Tabla 6, se puede precisar que un 20% de las cajas se encuentran en la etapa 2, cuenta con reglas explícitas y anunciadas de competencia desleal, la cual es discutida periódicamente con el público interno. Un 40% se encuentra en la etapa 3, además de ello, asume el compromiso de combatir la competencia desleal. El otro 40%, se encuentra en la etapa 4, de estas empresas ejerce su posición de liderazgo en un segmento determinado alcanzando elevados estándares de competencia, erradicando de esta forma el fraude o espionaje (ver Figura 10).

Tabla 6

Relaciones con la Competencia

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	4
Empresa 3	3
Empresa 4	4
Empresa 5	2

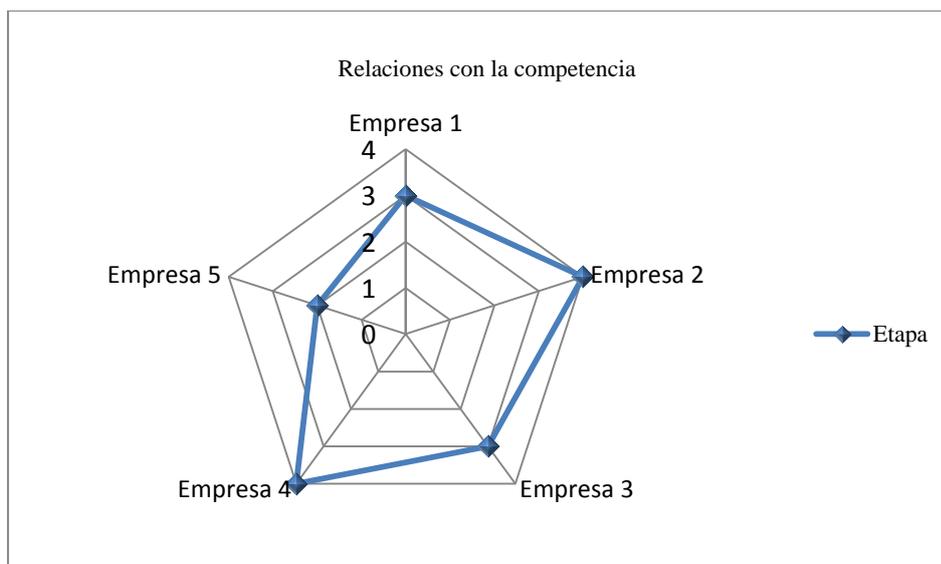


Figura 10. Etapa del indicador relaciones con la competencia.

La Tabla 7 muestra que un 20% de las cajas se encuentra en la etapa 1, es decir esta consciente de la importancia del diálogo y del compromiso de los grupos de interés para el éxito del negocio. Además de lo mencionado el 40% se encuentra de las Cajas de ahorro y crédito se encuentra en la etapa 3, se involucra con los grupos de interés, para interiorizar los impactos socioambientales negativos. Por otra parte un 40% se encuentran en la etapa 4, utiliza herramientas y políticas específicas, manteniendo el dialogo con los grupos de interés que le permite realizar reflexiones previas sobre sus actividades y procesos, lo cual minimiza los impactos socioambientales negativos que pudiera ocasionar (ver Figura 11).

Tabla 7

Diálogo e Involucramiento de los Grupos de Interés (Stakeholders)

Empresa	Etapa
Empresa 1	4
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	4
Empresa 5	3

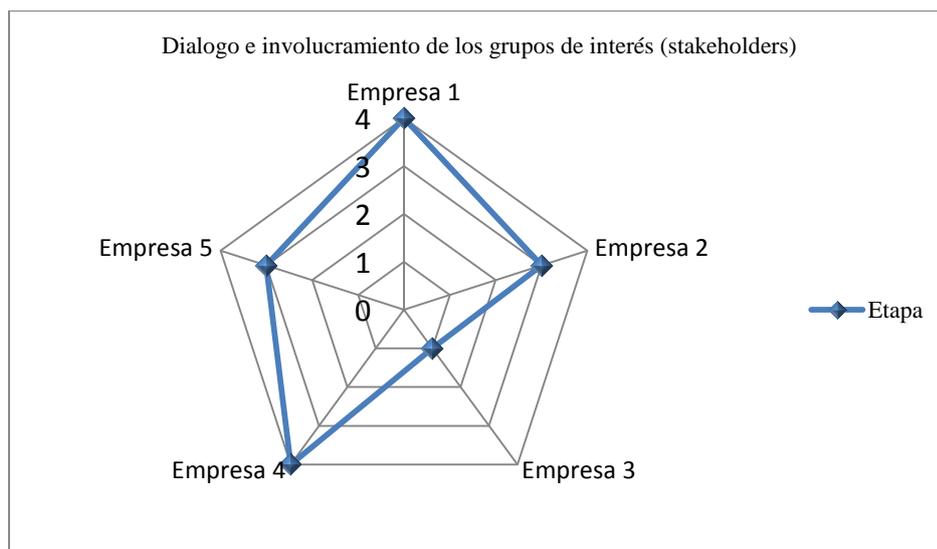


Figura 11. Etapa del indicador diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders).

En la Tabla 8 se señala que el 40% de Cajas se encuentran en la etapa 3, elaboran un reporte de sostenibilidad involucrando a los grupos de interés externos, integrando lo social, lo ambiental y lo económico de sus diversas actividades e incorpora resultados desfavorables y a su vez retos, con metas en los próximos periodos. Otro 40% se encuentran en la etapa 4, diseñan un reporte de sostenibilidad que involucra a grupos internos y presenta resultados solo favorables. Un 20% se encuentran en la etapa 2, presenta anualmente su balance social, donde describe acciones sociales y ambientales integrando aspectos solo cuantitativos (ver Figura 12).

Tabla 8

Balance Social / Reporte de Sostenibilidad

Empresa	Etapa
Empresa 1	4
Empresa 2	2
Empresa 3	3
Empresa 4	4
Empresa 5	3

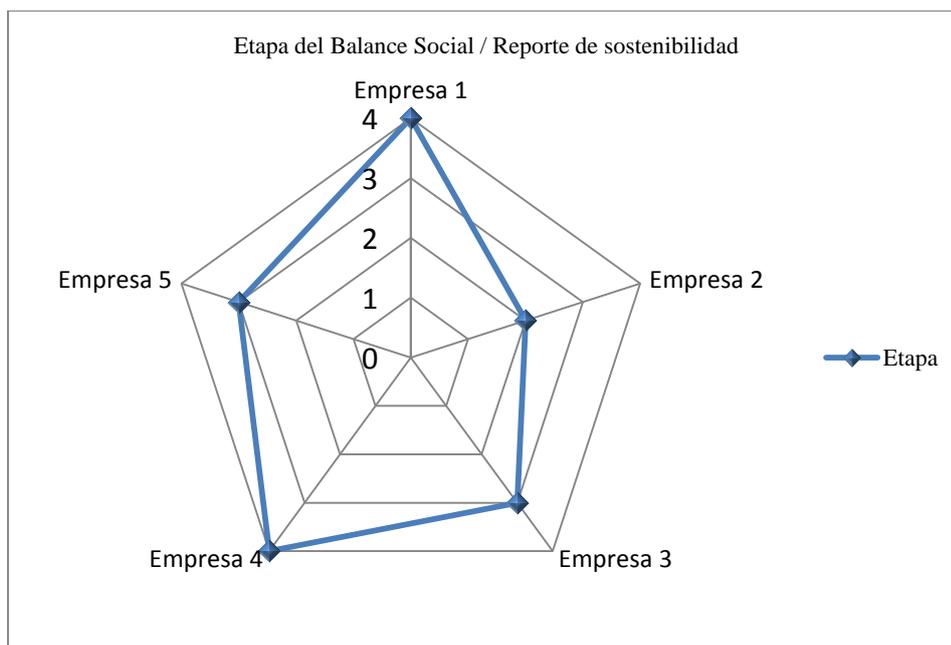


Figura 12. Etapa del indicador balance social / reporte de sostenibilidad.

La Tabla 9 indica que un 60% se ejerce en la etapa 1, no ejerce ninguna presión sobre los empleados que se encuentran dentro de los gremios sindicales o cualquier otro tipo de asociaciones. Mientras que un 40% se encuentra en la etapa 3, permite la actuación de los sindicatos dentro de los sitios de trabajo y además escucha sus sugerencias y se encuentran accesibles para negociar (ver Figura 12).

Tabla 9 *Relaciones con Sindicatos y Otras Asociaciones de Empleados*

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	1
Empresa 3	1
Empresa 4	3
Empresa 5	3

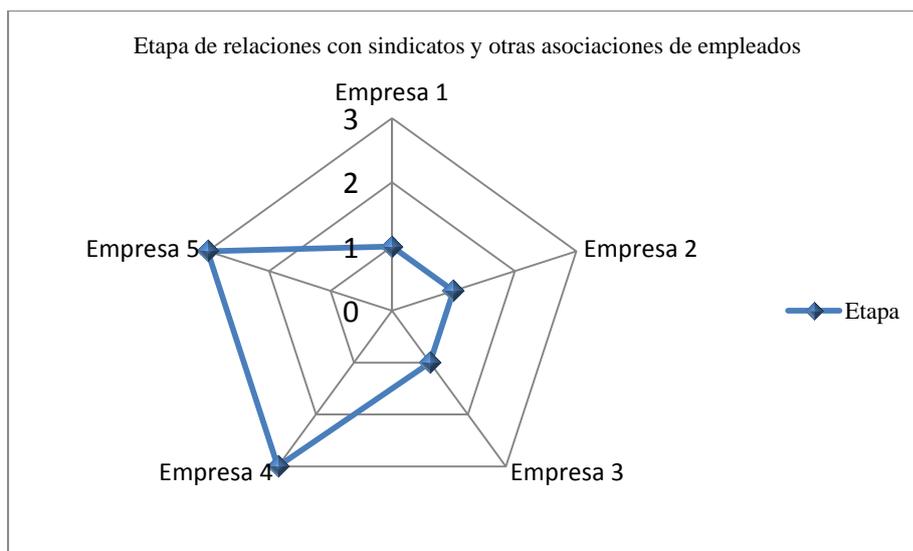


Figura 13. Etapa del indicador relaciones con sindicatos y otras asociaciones de empleados.

La presente Tabla 10 indica que el 40% de Cajas se encuentra en la etapa 1, coloca a disposición de sus empleados información sobre la empresa, como historia, política, visión, organigrama, clientes, mercados. También los capacita a través de programas de entrenamiento, seminarios y conferencias. Además de todo esto, un 60% ha estructurado un proceso de discusión y análisis económico financiera con el objetivo de prepararlos e intervenir en la toma de decisiones estratégicas, que son importantes para minimizar riesgos y obtener mejores oportunidades (ver Figura 14).

Tabla 10 *Gestión Participativa*
Gestión Participativa

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	3

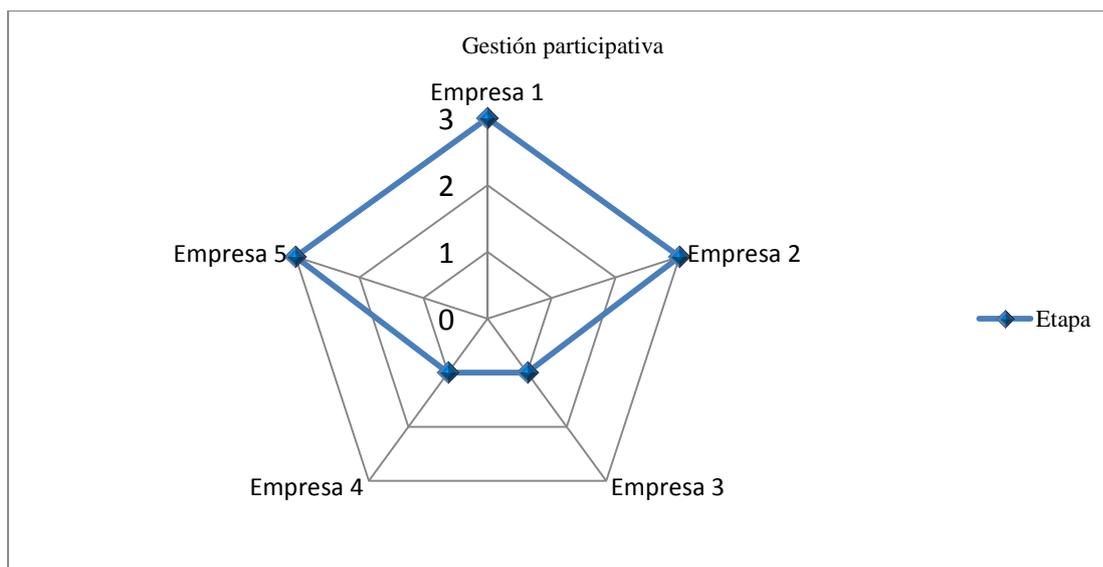


Figura 14. Etapa del indicador gestión participativa.

La presente Tabla 11 señala que un 40% se encuentra en la etapa 1, respeta las leyes que prohíben el trabajo infantil y discuten la importancia de la educación y las consecuencias de dicho trabajo. Un 20%, se encuentra en la etapa 2 además del cumplimiento de la ley, desarrollan proyectos que contribuyen al desarrollo de los hijos de los empleados. Otro 20% se encuentra en la etapa 3, además de lo anterior, elabora y apoya proyectos para niños y adolescentes de la comunidad, y el 20% restante se encuentra en la etapa 4, coordina dichos proyectos desarrollando programas en beneficio del niño y adolescente, asegurando que este tema se replique en toda su cadena (ver Figura 15).

Tabla 11

Compromiso con el Futuro de los Niños

Empresa	Etapa
Empresa 1	4
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	2

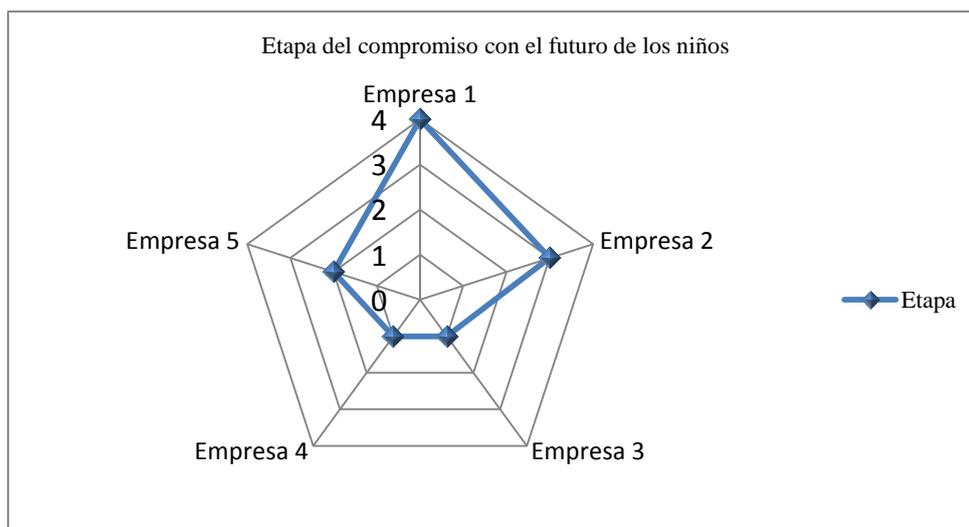


Figura 15. Etapa del indicador compromiso con el futuro de los niños.

La Tabla 12, muestra que un 80%, se encuentra en la etapa 1, de estas empresas cumple con la legislación vigente con respecto a la protección de la maternidad, lactancia y guardería, prohibiendo cualquier tipo de discriminación hacia la mujer embarazada y a empleados con hijos menores de seis años de edad en proceso de admisión. Solo un 20% se encuentra en la etapa 3, adopta políticas para facilitar la consulta prenatal y el acompañamiento de la niñez de los hijos. Considera que el éxito de estas políticas mejora la formación de la educación de los padres y por consiguiente su condición de vida. Todas estas acciones integran a los empleados con la empresa, quienes se encuentran abocados para su desarrollo personal y profesional (ver Figura 16).

Tabla 12

Compromiso con el Desarrollo Infantil

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	1

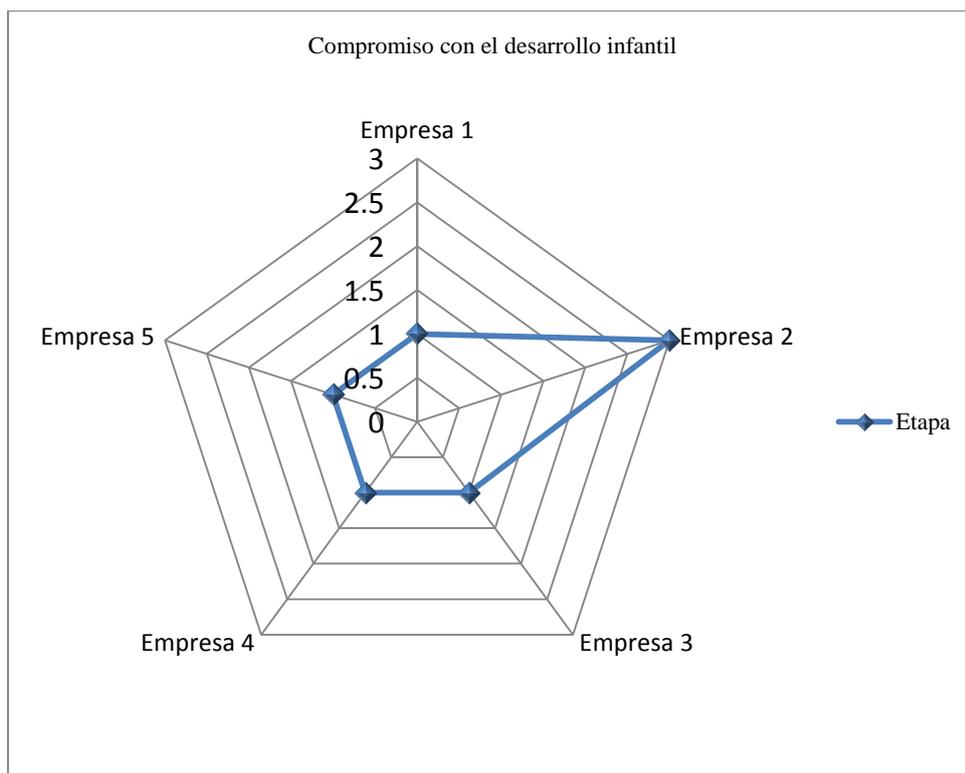


Figura 16. Etapa del indicador compromiso con el desarrollo infantil.

La Tabla 13 indica que un 80%, se encuentran en la etapa 1, sigue rigurosamente la legislación relacionada con la discriminación y se declara en contra de comportamientos del tipo discriminatorio que no promueven la igualdad de oportunidades tanto en el ambiente interno y externo. El 20% se encuentra en la etapa 3. Además de seguir las normas escritas, realiza entrenamiento específico sobre el tema, utiliza indicadores y establece estrategias de reclutamiento y promoción (ver Figura 17).

Tabla 13

Valoración de la Diversidad

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	1
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	3

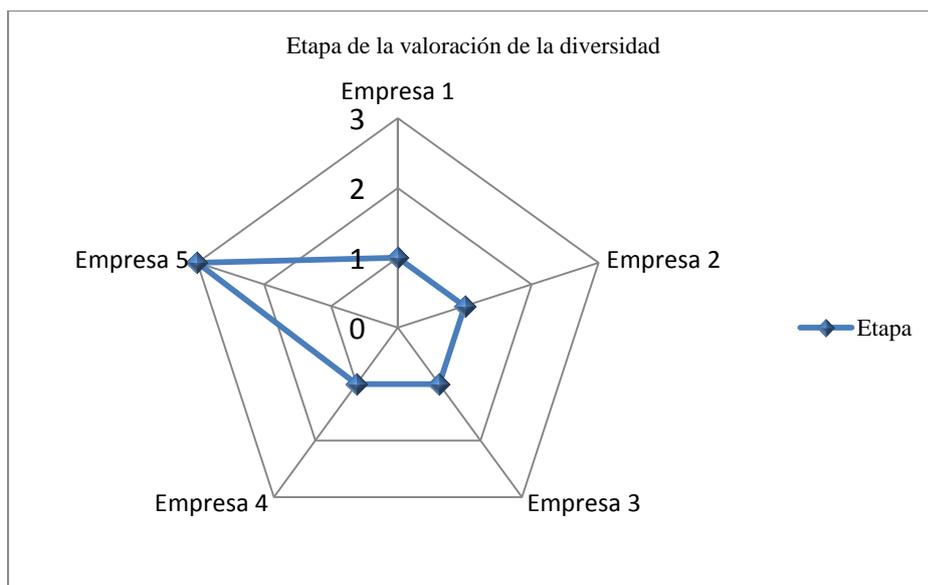


Figura 17. Etapa del indicador valoración de la diversidad

Esta Tabla 14 muestra que un 40%, se encuentra en la etapa 1, sigue en forma rigurosa la legislación vigente que prohíbe la discriminación racial o étnica y se pronuncia en contra de cualquier tipo de perjuicio con respecto a los grupos de interés. Además otro 40% de las cajas se encuentra en la etapa 3, promueve la equidad racial a través de políticas formales que prioricen la equidad en los procesos de admisión, promoción y movilidad interna. Sólo un 20%, se encuentra en la etapa 4, además de lo expuesto, estimula la promoción de la desigualdad racial en toda la cadena productiva e invierte en programas de la comunidad (ver Figura 18).

Tabla 14

Compromiso con la No Discriminación y Promoción de la Equidad Racial

Empresa	Etapa
Empresa 1	4
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	3

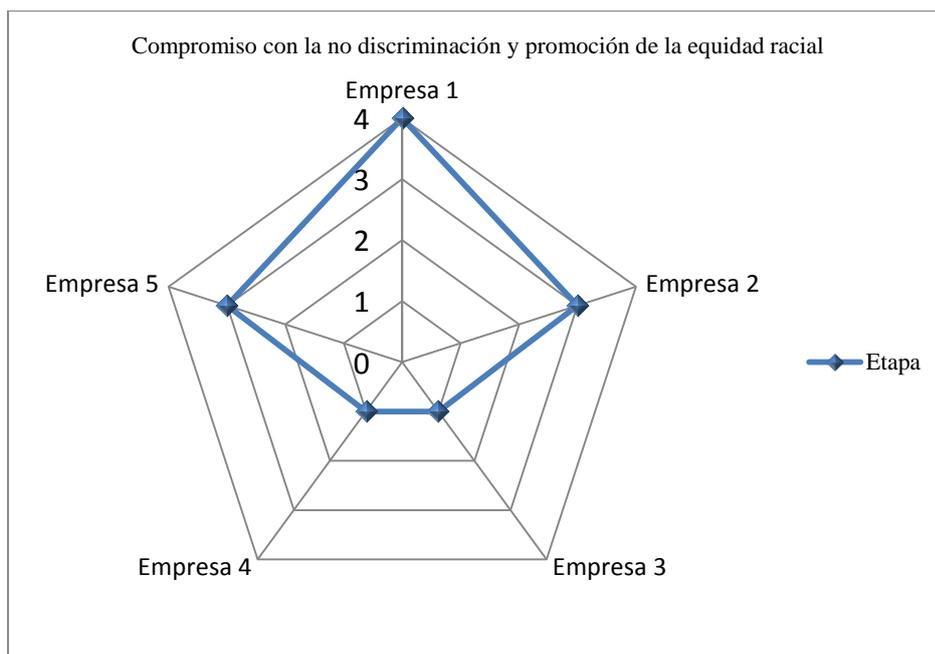


Figura 18. Etapa del indicador compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial.

La Tabla 15 muestra que un 60% de Cajas se encuentra en la etapa 3, asume el compromiso de forma pública de promover la equidad de género, adoptando medidas y políticas que garanticen la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres con respecto a la carrera y crecimiento dentro de la empresa. Un 40% restante en la etapa 1, se limita solo a seguir rigurosamente la constitución del país que prohíbe la discriminación laboral y está en contra de cualquier perjuicio que involucre a todos los grupos de interés (ver Figura 19).

Tabla 15

Compromiso con la Promoción de la Equidad de Género

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	3

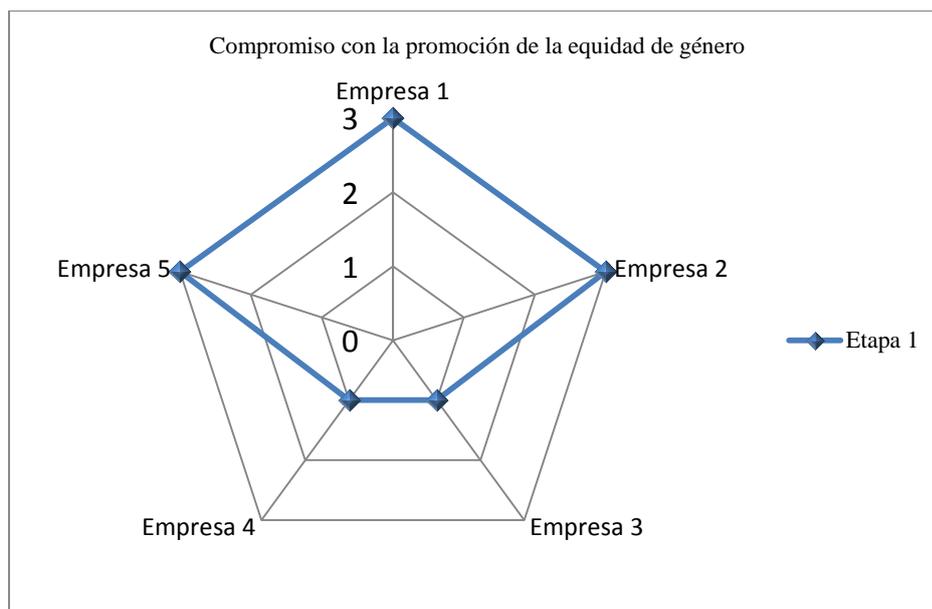


Figura 19. Etapa del indicador compromiso con la promoción de la equidad de género

La Tabla 16 indica que un 40% de las cajas se encuentra en la etapa 1, mantiene relaciones contractuales dentro de los parámetros legales. El 40% siguiente en la etapa 3, además de encontrarse dentro los parámetros y monitorear el cumplimiento de la legislación, negocia con sus proveedores para proporcionar a sus empleados salarios compatibles con el promedio del mercado. Un 20% en la etapa 4, no adopta solo las medidas anteriores, sino que también ofrece al trabajador tercerizado condiciones de salud, seguridad y acceso a prestaciones básicas iguales a las de un empleado regular (ver Figura 20).

Tabla 16

Relaciones con Trabajadores Tercerizados

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	4
Empresa 5	3

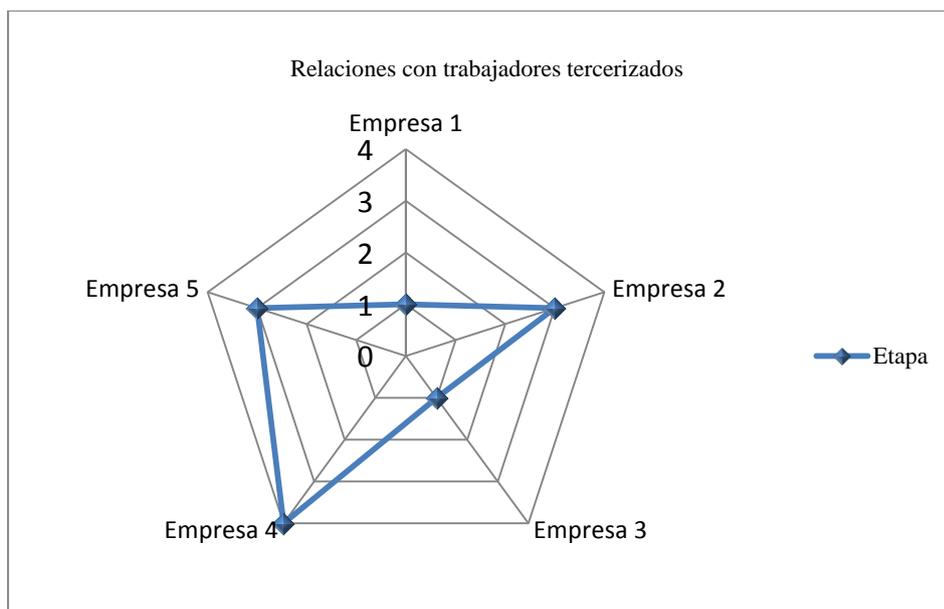


Figura 20. Etapa del indicador relaciones con trabajadores tercerizados

La Tabla 17 señala que un 40% de estas empresas se encuentra en la etapa 2, toma a los empleados como un recurso, los estimula mediante la remuneración y la inversión de su desarrollo profesional, tomando en cuenta sus habilidades para su desempeño. Otro 40%, se encuentra en la etapa 3, valora sus competencias potenciales, evaluando su capacidad de crecimiento futura, así como el desarrollo de nuevas habilidades. El 20% se encuentra en la etapa 1, respeta y se concentra en superar los niveles salariales firmados por los sindicatos o impuestos por el gobierno (ver Figura 21).

Tabla 17

Política de Remuneración, Prestaciones y Carrera

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	2
Empresa 5	2

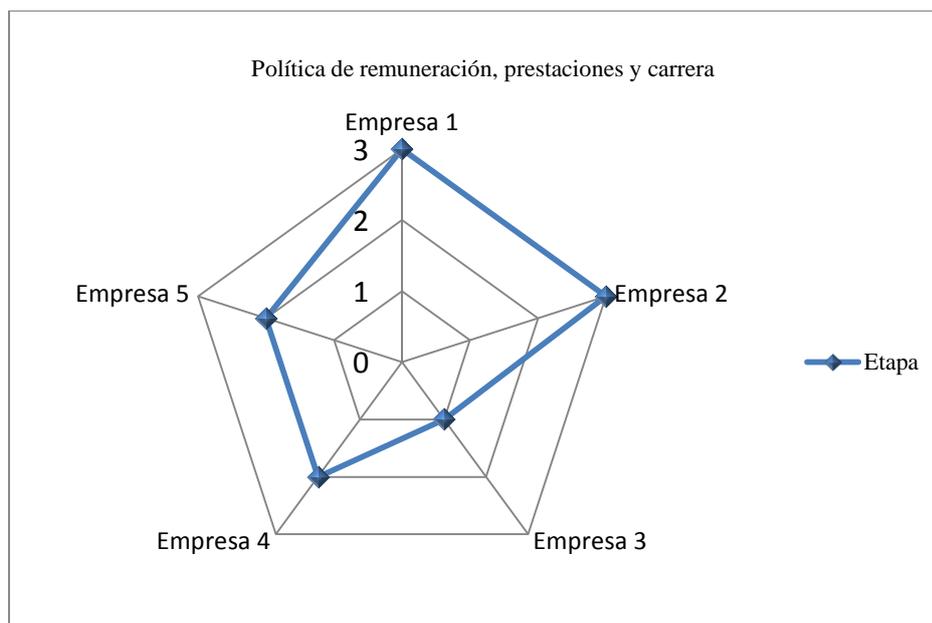


Figura 21. Etapa del indicador política de remuneración, prestaciones y carrera.

La Tabla 18 muestra que un 80% de las Cajas se encuentra en la etapa 1, cumple con las obligaciones legales y tiene dentro de sus planes y metas alcanzar elevados estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo, dentro de su sector. El 20% restante se encuentra en la etapa 2, además de lo señalado, monitorea dichos planes y metas con la finalidad de superarlos (ver Figura 22).

Tabla 18 *Cuidados de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo*

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	2
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	1

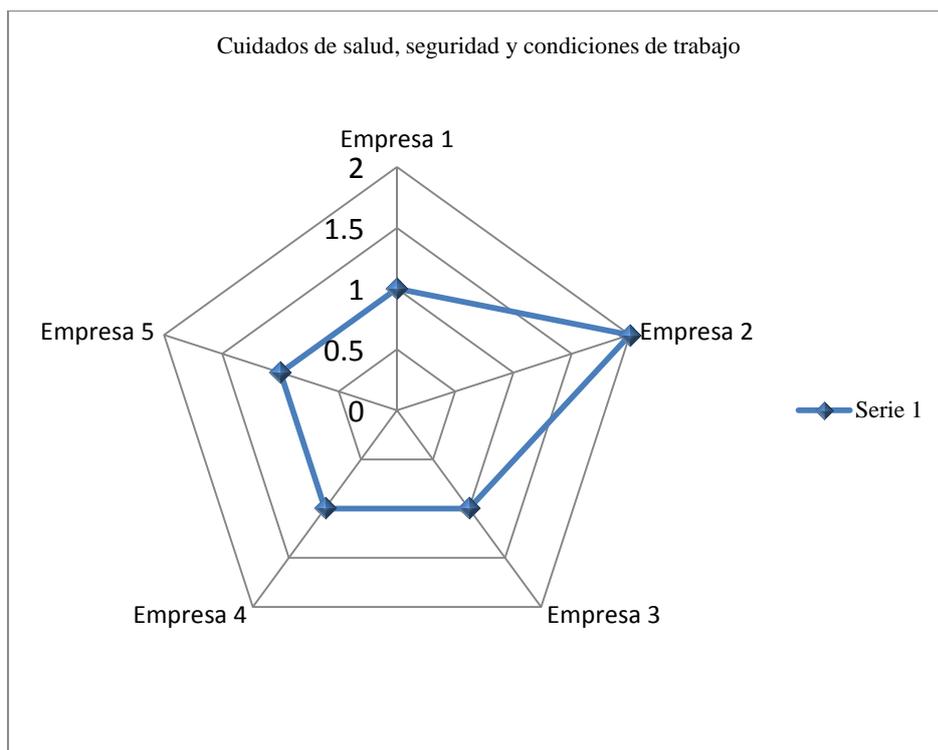


Figura 22. Etapa del indicador cuidado de salud, seguridad y condiciones de trabajo

La Tabla 19 indica que un 60% del total de Cajas se encuentra en la etapa 2, promueve y mantiene actividades sistemáticas de desarrollo y capacitación para el perfeccionamiento continuo de su personal a cargo. Un 40% se encuentra en la etapa 3, además de lo señalado, ofrece incentivos para la adquisición de conocimientos como becas de estudio, el cual tiene un impacto positivo para el empleador (ver Figura 23).

Tabla 19

Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	2
Empresa 4	2
Empresa 5	2

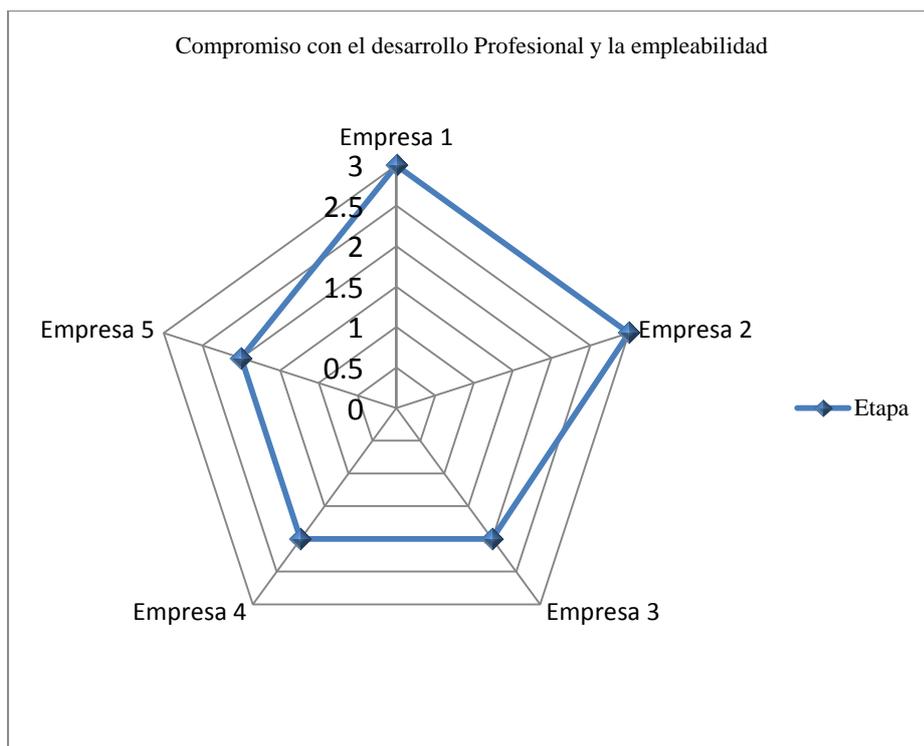


Figura 23. Etapa del indicador compromiso con el desarrollo Profesional y la empleabilidad

La Tabla 20 muestra que un 60%, se encuentra en la etapa 1; es decir dentro de la legislación, otorga al empleado despedido la orientación necesaria sobre los procedimientos a seguir, procura analizar alternativas de retención, busca otras posibilidades ante despidos por excedente de personal. El otro 40% se encuentra en la etapa 2, toma en cuenta estas acciones y adopta políticas basadas en evaluaciones por competencias. Además analiza indicadores socioeconómicos para orientar prioridades (ver Figura 24).

Tabla 20

Conducta Frente a Despidos

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	2
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	2

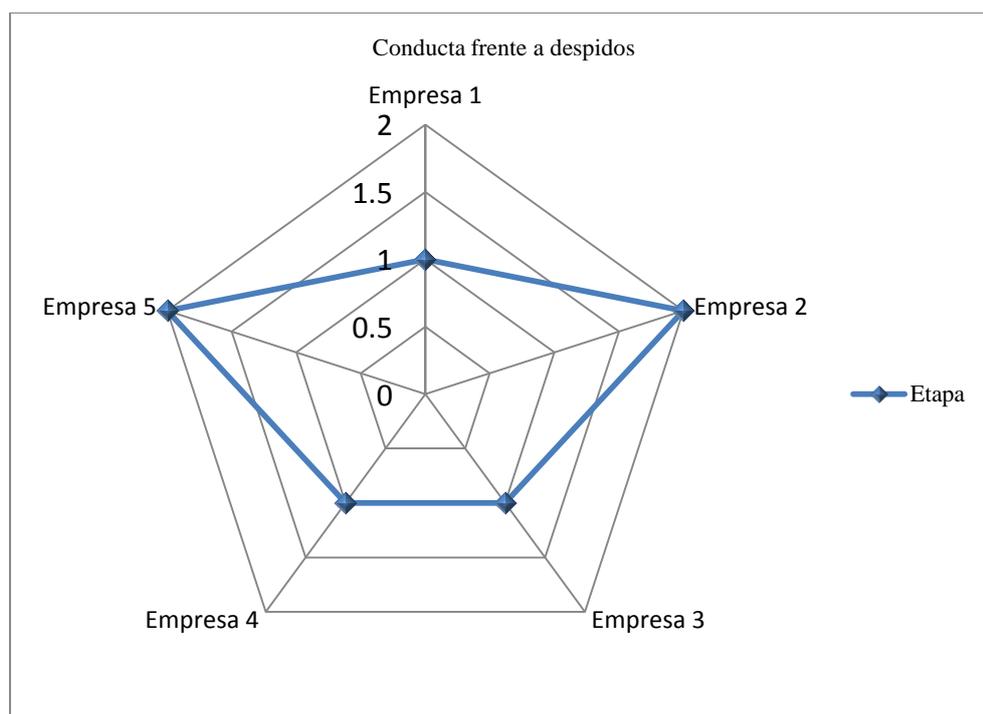


Figura 24. Etapa del indicador Conducta frente a despidos

La presente Tabla 21 muestra resultados variados, un 40% de las cajas se encuentra en la etapa 1, indica que ofrece información mínima acerca de la obtención de la jubilación. Otro 40% se encuentra en la etapa 3, precisa que desarrolla actividades sistemáticas de orientación, consejería y preparación para la jubilación. El 20% restante en la etapa 2, orienta y ofrece asesoramiento sobre las modificaciones de la legislación e indica procedimientos administrativos a seguir (ver Figura 25).

Tabla 21

Preparación para Jubilación

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	2
Empresa 5	3

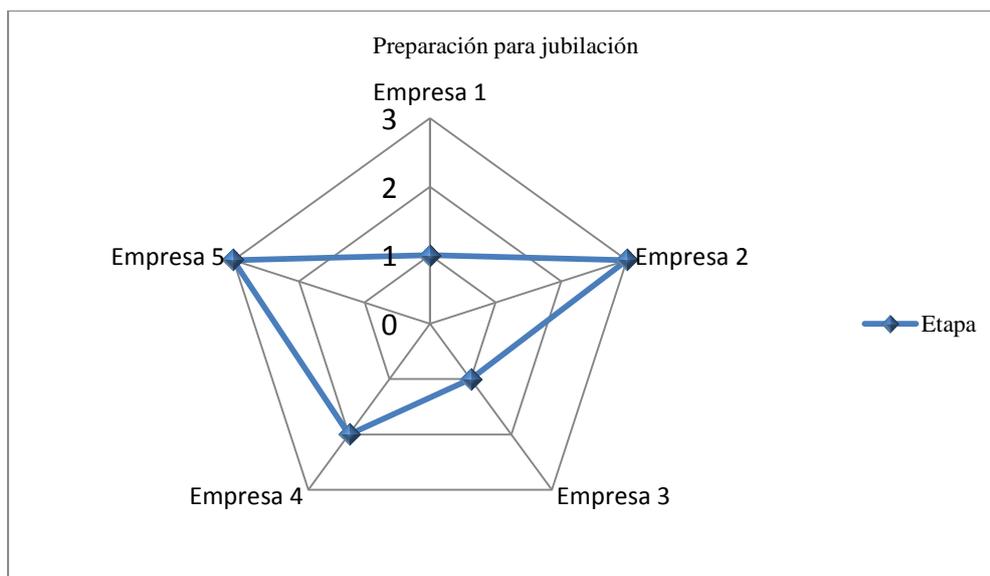


Figura 25. Etapa del indicador preparación para jubilación.

La Tabla 22 señala que un 60% del total de Cajas se encuentra en la etapa 1, cumple de forma rigurosa con los parámetros y requisitos que exige la legislación nacional, desarrollando programas internos de mejoramiento ambiental. Un 20%, se encuentra en la etapa 2, otorga un tratamiento del tipo transversal dentro de su estructura y la incluye en la planificación estratégica. El otro 20% se encuentra en la etapa 4, además de lo expuesto, desarrolla nuevos modelos de negocio, tomando en cuenta la concepción, principios y oportunidades relacionados con la sustentabilidad ambiental (ver Figura 26).

Tabla 22

Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	4

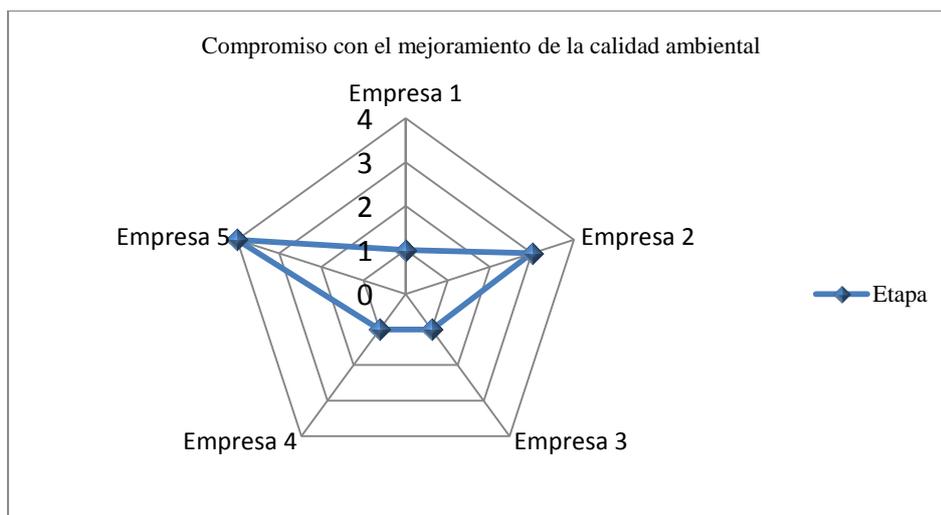


Figura 26. Etapa del indicador compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental

La Tabla 23 muestra que el 40% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura se encuentran en la etapa 1, en esta etapa desarrolla acciones de educación ambiental y entrenamiento de empleados sobre esa temática, puntualmente o como resultado de presión externa. El 20% de las Cajas ubicadas en Piura desarrolla sistemáticamente actividades de educación de educación ambiental con el foco centrado en el público interno, colocando a su disposición informaciones y promoviendo discusiones. El 40% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura se encuentran en la etapa 3, en esta etapa Además de campañas internas, desarrolla campañas de concientización y educación ambiental dirigida a familiares de empleados, proveedores, consumidores y clientes y a la comunidad del entorno inmediato de la empresa (ver Figura 27).

Tabla 23

Educación y Concientización Ambiental

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	2
Empresa 3	1
Empresa 4	1
Empresa 5	3

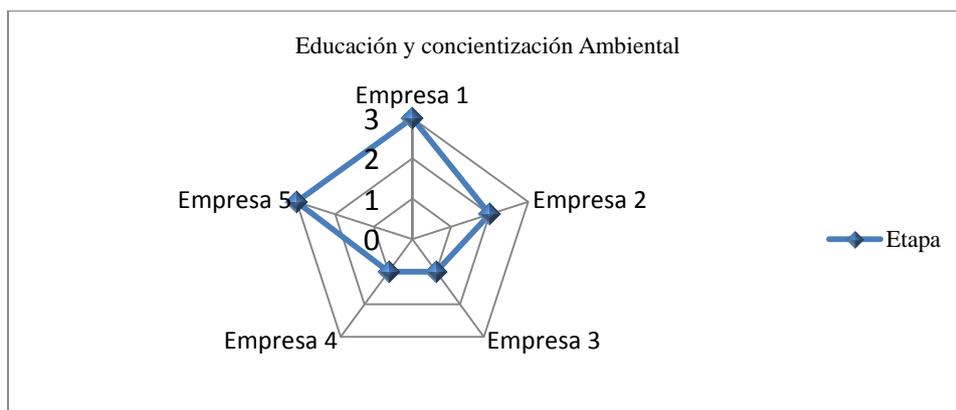


Figura 27. Etapa del indicador educación y concientización Ambiental.

La Tabla 24 señala que el 40% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura se encuentran en la etapa 1, producen estudios de impacto ambiental según las exigencias de la legislación y centra el foco de su acción preventiva en los procesos que ofrecen daño potencial a la salud y riesgo a la seguridad de sus empleados. El 40% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura se encuentran en la etapa 2, Además de cumplir con la obligación legal, conoce y desarrolla acciones para prevenir los principales impactos ambientales causados por sus procesos y productos o servicios, y realiza regularmente actividades de control y monitoreo. El 20% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura se encuentra en la etapa 3, adopta sistemas de gestión ambiental estandarizados y formalizados, incluyendo amplia identificación de riesgos, plan de acción, destinación de recursos, entrenamiento de empleados y auditoría (ver Figura 28).

Tabla 24

Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	2
Empresa 5	2

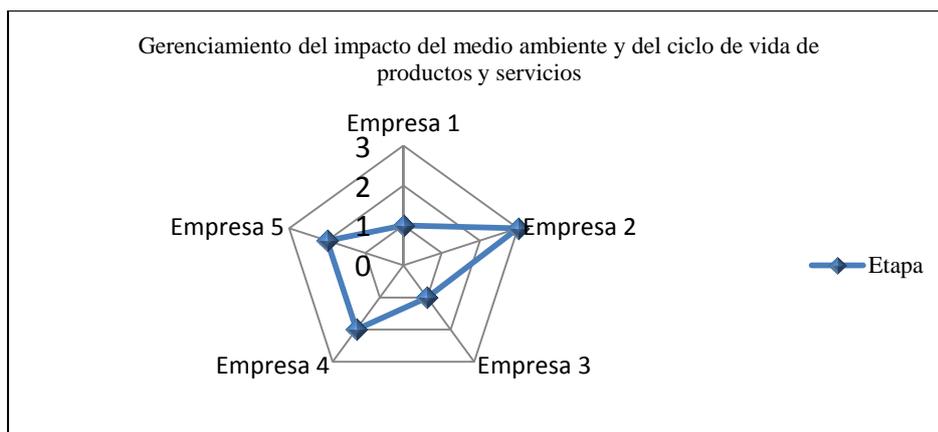


Figura 28. Etapa del indicador gerenciamiento del impacto del medio ambiente y del ciclo de vida de productos y servicios

La Tabla 25 muestra que el 20% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura, se encuentra en la etapa 1, reconoce la importancia de verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. No adopta política interna o programa específico. El 40% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura, se encuentra en la etapa 2, mantiene política o programa específico para verificación del origen y de la cadena de producción de los insumos madereros y forestales utilizados en su operación diaria y/o proceso productivo. El 40% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura, se encuentra en la etapa 3, los insumos madereros y forestales utilizados en la operación diaria y/o proceso productivo tienen certificación de origen y de la cadena de custodia (ver Figura 29).

Tabla 25

Sustentabilidad de la Economía Forestal

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	2
Empresa 5	2

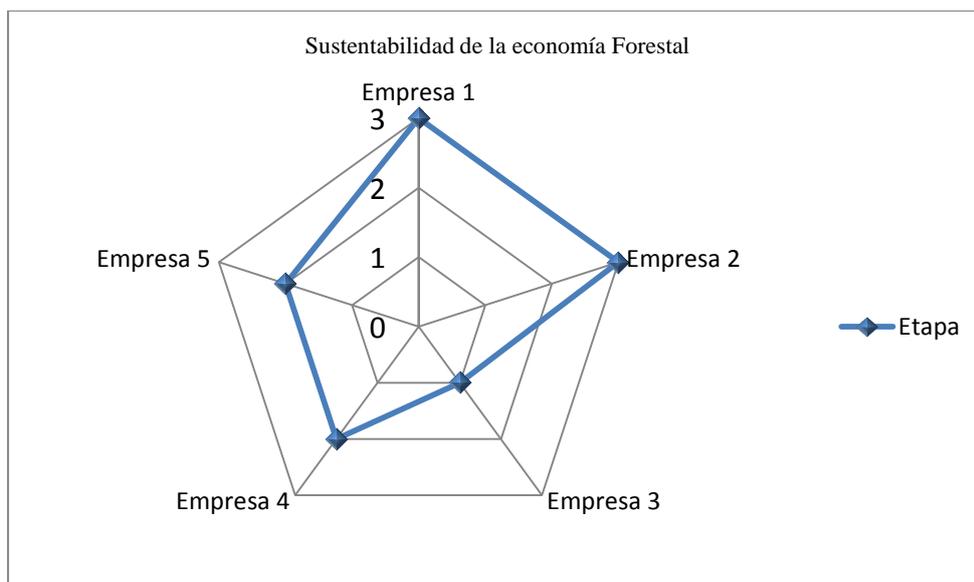


Figura 29. Etapa del indicador sustentabilidad de la economía forestal.

La Tabla 26 señala que el 60% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura, se encuentra en la etapa 1, busca reducir el consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas e implantar procesos de destinación adecuada de residuos, sin alterar su estándar tecnológico actual. El 40% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura, se encuentra en la etapa 2, invierte en la actualización de su estándar tecnológico, con vistas a reducir y/o sustituir recursos de entrada y la reutilización de residuos (por la misma empresa o terceros) (ver Figura 30).

Tabla 26

Minimización de Entradas y Salidas de Insumos

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	2
Empresa 3	1
Empresa 4	2
Empresa 5	1

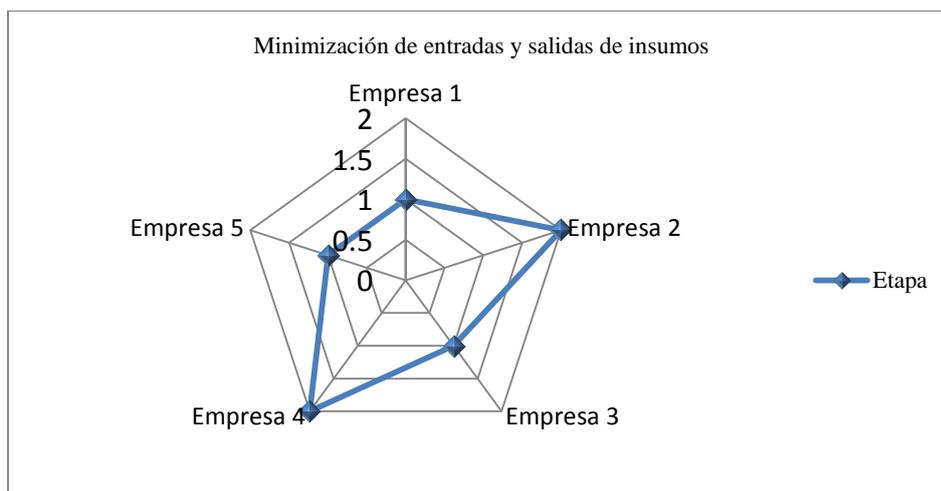


Figura 30. Etapa del indicador minimización de entradas y salidas de insumos

La Tabla 27 muestra que el 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, adopta políticas de selección y evaluación de proveedores y aliados conocidas por los grupos de interés y basadas sólo en factores como calidad, precio y plazo. El 40% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 2, tiene normas conocidas de selección y evaluación de proveedores que contemplan criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, de la seguridad social y fiscal. El otro 40%, se encuentra en la etapa 3, además de criterios básicos de respeto a la legislación, sus normas de selección y evaluación de proveedores incluyen criterios específicos de responsabilidad social, como prohibición del trabajo infantil, relaciones de trabajo adecuadas y adopción de estándares ambientales (ver Figura 31).

Tabla 27

Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	2
Empresa 3	1
Empresa 4	3
Empresa 5	3

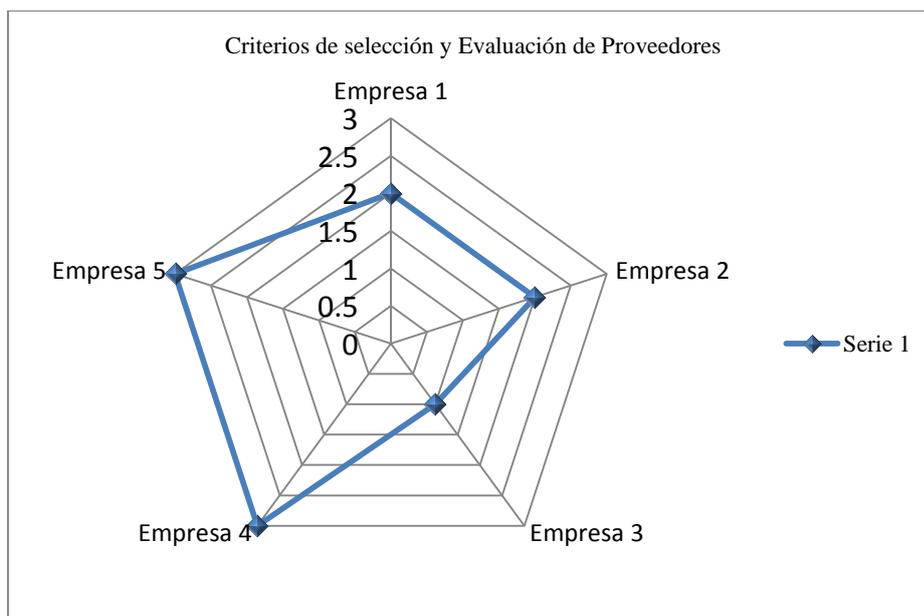


Figura 31. Etapa del indicador Criterios de selección y Evaluación de Proveedores.

La Tabla 28 muestra que un 20% de estas empresas nunca han tratado acerca de este tema. El 60% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura se encuentra en la etapa 1, posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil, discute este tema con los proveedores y los estimula a cumplir la legislación. El 20% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura se encuentran en la etapa 2, además de lo mencionado, posee cláusula específica relativa a la prohibición del trabajo infantil en sus contratos con los proveedores (ver Figura 32).

Tabla 28

Trabajo Infantil en la Cadena Productiva

Empresa	Etapas
Empresa 1	1
Empresa 2	2
Empresa 3	0
Empresa 4	1
Empresa 5	1

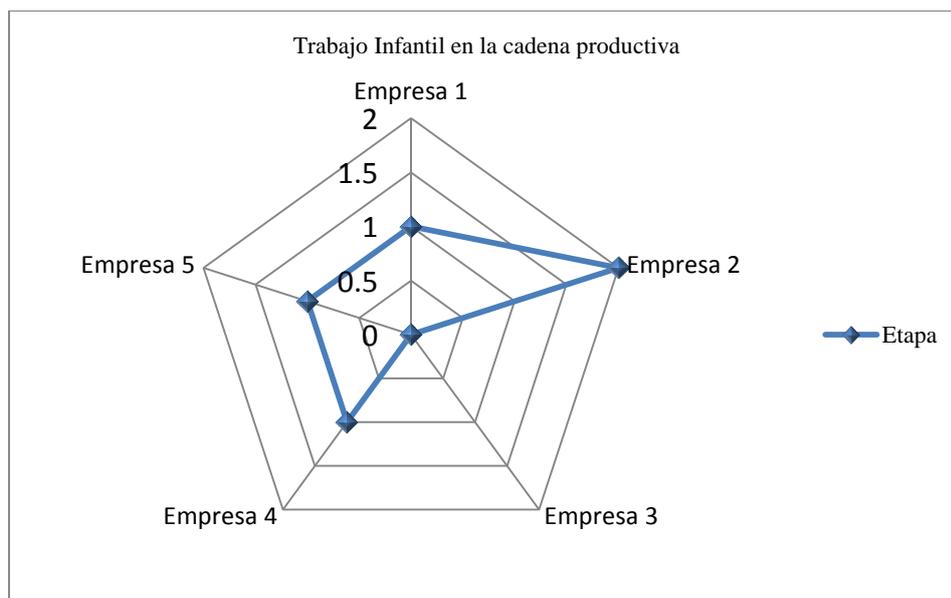


Figura 32. Etapa del indicador trabajo Infantil en la cadena productiva

La Tabla 29 muestra que el 60% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, cumple rigurosamente la legislación y posee políticas formales con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo forzado, y exige de los proveedores el cumplimiento de la legislación. El 20% de estas Cajas, se encuentra en la etapa 2. Además verifica periódicamente el cumplimiento de la ley e incluye la prohibición del trabajo forzado como cláusula específica en sus contratos con proveedores. Otro 20% de las Cajas, se encuentra en la etapa 3. Es decir, además de poseer en sus contratos esa cláusula, verifica su cumplimiento periódicamente y realiza campañas de concientización para todos los proveedores, asume públicamente la postura de rechazo al trabajo forzado (Figura 33).

Tabla 29

Trabajo Forzado en la Cadena Productiva

Empresa	Etapa
Caja Piura	1
Caja Sullana	3
Caja Paíta	1
Caja Metropolitana	2
Caja de Trujillo	1

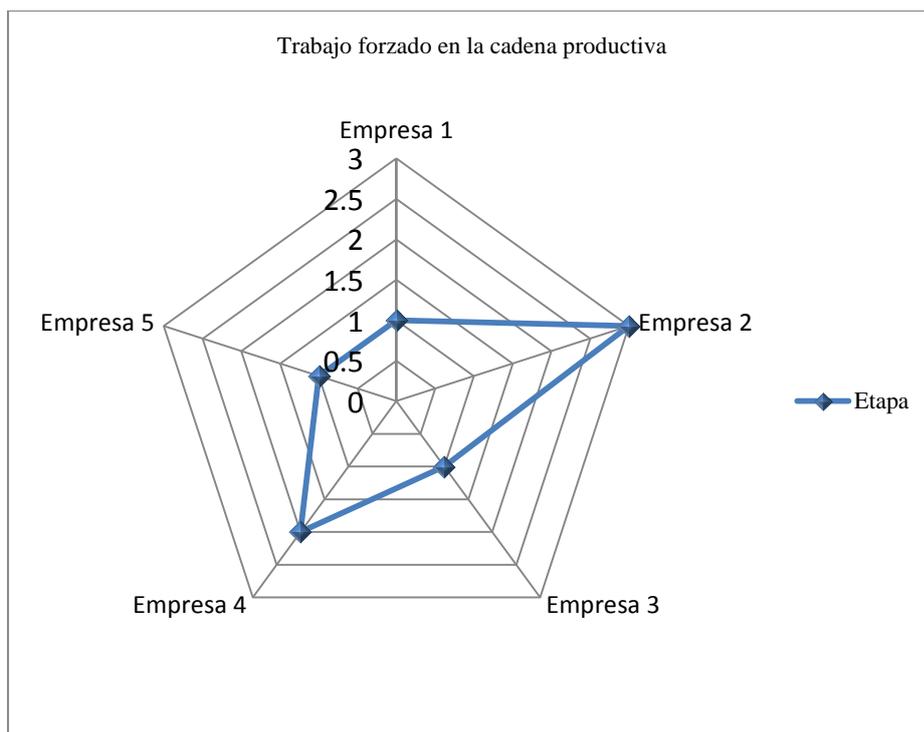


Figura 33. Etapa del indicador trabajo forzado en la cadena productiva

La Tabla 30 muestra que el 40% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1 en la cual negocia con transparencia y establece relaciones contractuales con base tan sólo en criterios comerciales. Un 60% de estas Cajas, se encuentra en la etapa 3, además de contribuir a la mejora gerencial de los proveedores, mantiene con ellos relaciones comerciales duraderas y utiliza criterios de negociación que contemplan su crecimiento futuro (ver Figura 34).

Tabla 30

Apoyo al Desarrollo de Proveedores

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	3
Empresa 5	1

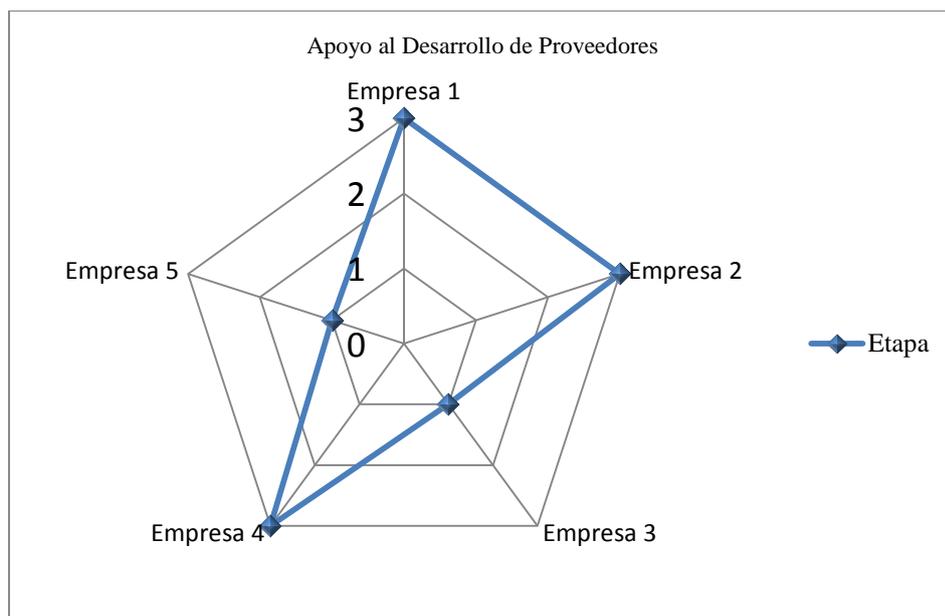


Figura 34. Etapa del indicador apoyo al desarrollo de proveedores.

La Tabla 31 señala que el 60% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, actúa rigurosamente de acuerdo a la legislación de defensa del consumidor. Focaliza sus estrategias de comunicación en los objetivos relacionados a volumen de ventas y resultados financieros. El 40% se encuentra en la etapa 3, tiene conciencia de su papel en la formación de valores y estándares de consumo y comportamiento de la sociedad y actúa en forma tal, que su comunicación posibilita la creación de valores positivos en el entorno, para contribuir al desarrollo sostenible (ver Figura 35).

Tabla 31

Política de Comunicación Comercial

Empresa	Etapa
Empresa 1	1
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	3
Empresa 5	1

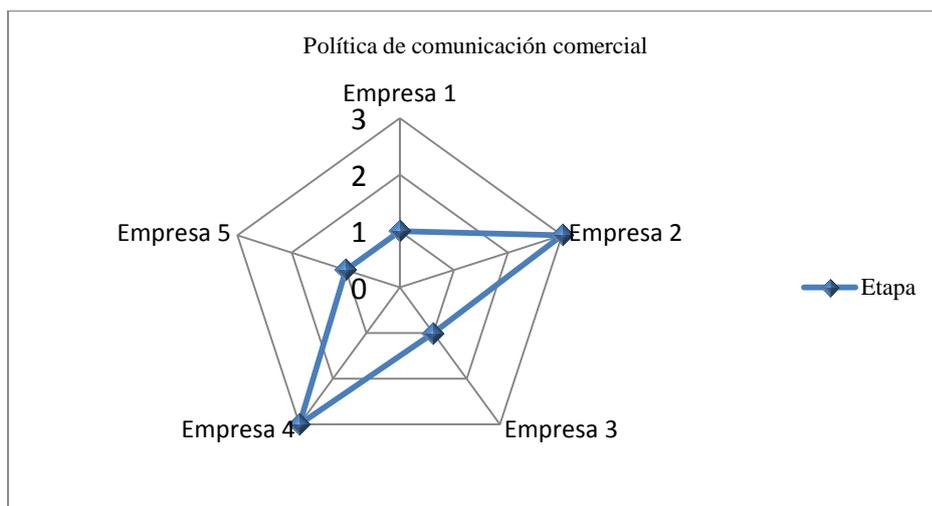


Figura 35. Etapa del indicador política de comunicación comercial.

La Tabla 32 muestra que el 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, posee un servicio de atención básica receptivo, ampliamente divulgado, enfocado en la información demandas individuales. Un 40% de estas se encuentra en la etapa 2, proporciona al consumidor/cliente, fácil acceso al servicio de su interés, registra y comunica internamente sus requerimientos, resolviendo rápida e individualmente las demandas y lo orienta sobre los procedimientos adoptados. El otro 40% se encuentra en la etapa 3, además de registrar los requerimientos y resolver rápidamente las demandas, posee procesos que incluyen la búsqueda de las causas a los problemas y la utilización de esas informaciones para perfeccionar la calidad de los productos y servicios (ver Figura 36).

Tabla 32

Excelencia de la Atención

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	3
Empresa 5	2

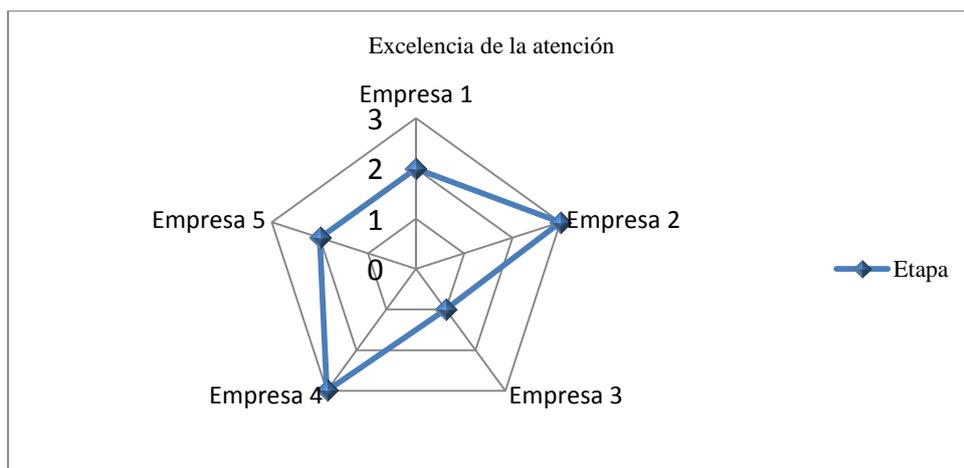


Figura 36. Etapa del indicador excelencia de la atención.

La Tabla 33 señala que un 40% de estas empresas nunca han tratado el tema antes. Otro 40% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura se encuentra en la etapa 2, realizan regularmente estudios e investigaciones técnicas sobre riesgos potenciales y divulga tales informaciones para aliados comerciales, adoptando medidas preventivas o correctivas cuando se detectan riesgos de fallas. Provee informaciones detalladas sobre sus productos y servicios a sus consumidores y clientes. El 20% de estas Cajas, se encuentra en la etapa 3, además de esto, obtienen por medio del diálogo constante el compromiso activo de su público interno, proveedores, distribuidores, consumidores y clientes para perfeccionar, en forma continua, sus productos y servicios, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar riesgos a la salud y a la seguridad del consumidor o cliente (ver Figura 37).

Tabla 33

Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	3
Empresa 3	0
Empresa 4	2
Empresa 5	0

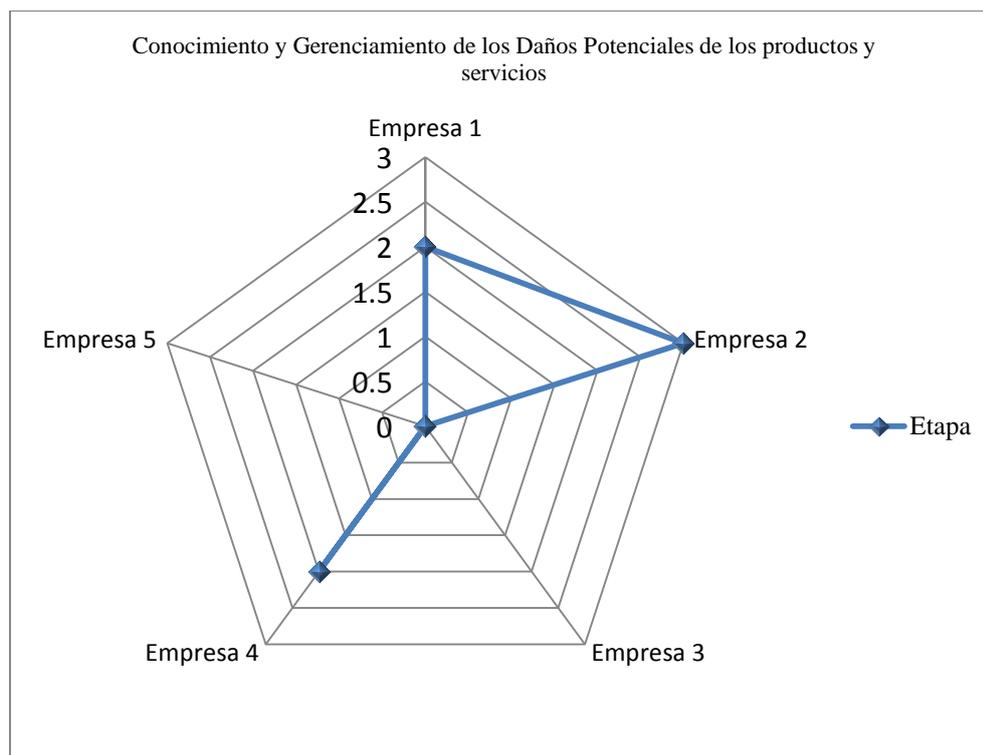


Figura 37. Etapa del indicador conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.

La Tabla 34 señala que un 40% no han tratado el tema. El 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a pedidos eventuales de apoyo. El 40%. De estas Cajas, se encuentra en la etapa 2, apoyan a varias entidades con donaciones, financiamiento e implementación de proyectos, divulgando experiencias exitosas (Figura 38).

Tabla 34

Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	2
Empresa 3	1
Empresa 4	0
Empresa 5	0

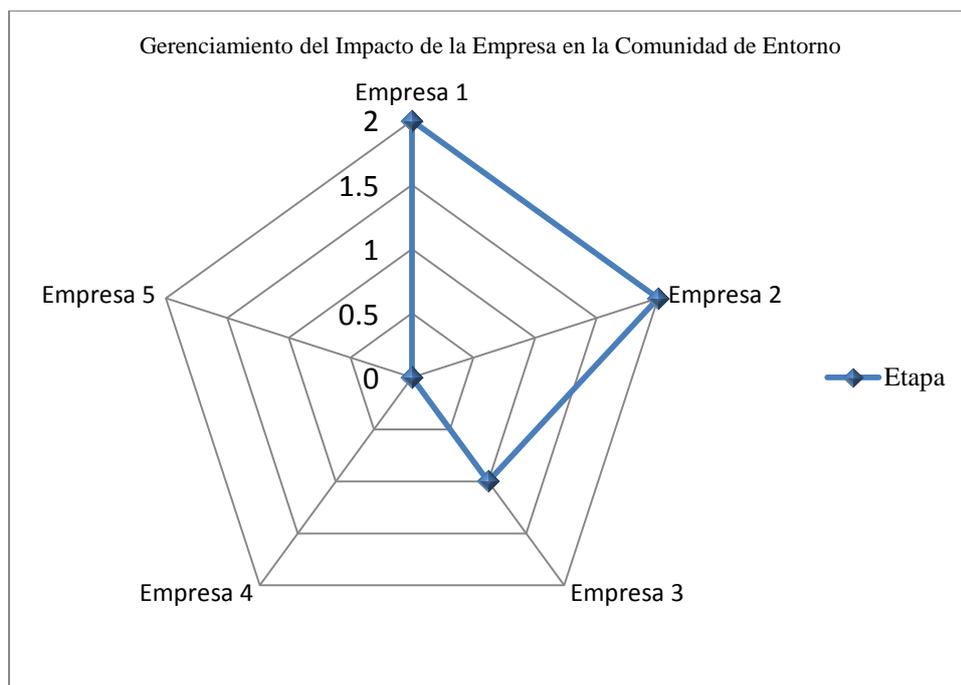


Figura 38. Etapa del indicador gerenciamiento del impacto de la empresa en la comunidad de entorno.

La Tabla 35 muestra que un 40% desconoce acerca de este tema. El 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, conoce superficialmente sus actividades y responde puntualmente a pedidos eventuales de apoyo. Un 20% se encuentra en la etapa 3, participa en la elaboración e implantación de proyectos conjuntos con entidades locales, manteniendo asociaciones de largo plazo y capacitando liderazgos involucrados. El otro 20% actúan en asociaciones con entidades locales, buscando influenciar políticas públicas con el establecimiento de alianzas (Figura 39).

Tabla 35

Relaciones con Organizaciones Locales

Empresa	Etapa
Empresa 1	4
Empresa 2	3
Empresa 3	0
Empresa 4	1
Empresa 5	0

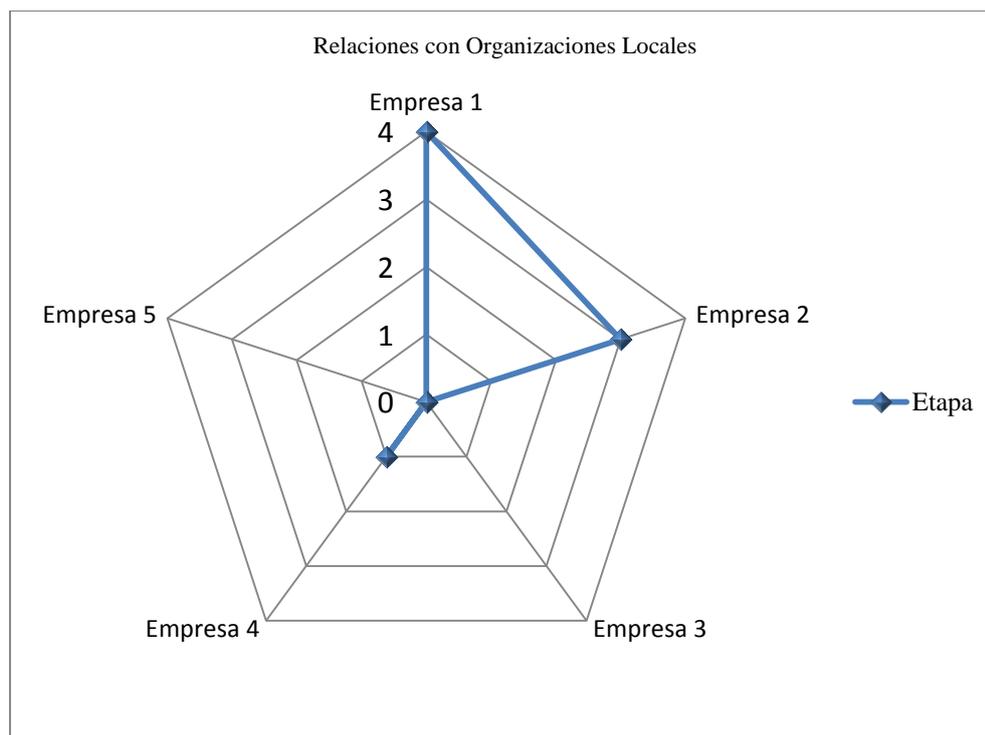


Figura 39. Etapa del indicador relaciones con organizaciones locales

La Tabla 36 señala que un 20% de estas empresas no han tratado el tema antes. El 60% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura se encuentra en la etapa 3, lo cual indica que cuentan con un programa social estructurado, administrada por un equipo especializado. Un 20% se encuentra en la etapa 1, en la cual cuentan con un fondo variable administrado arbitrariamente por el gerente o director (Figura 40).

Tabla 36

Financiamiento de la Acción Social

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	1
Empresa 4	3
Empresa 5	0

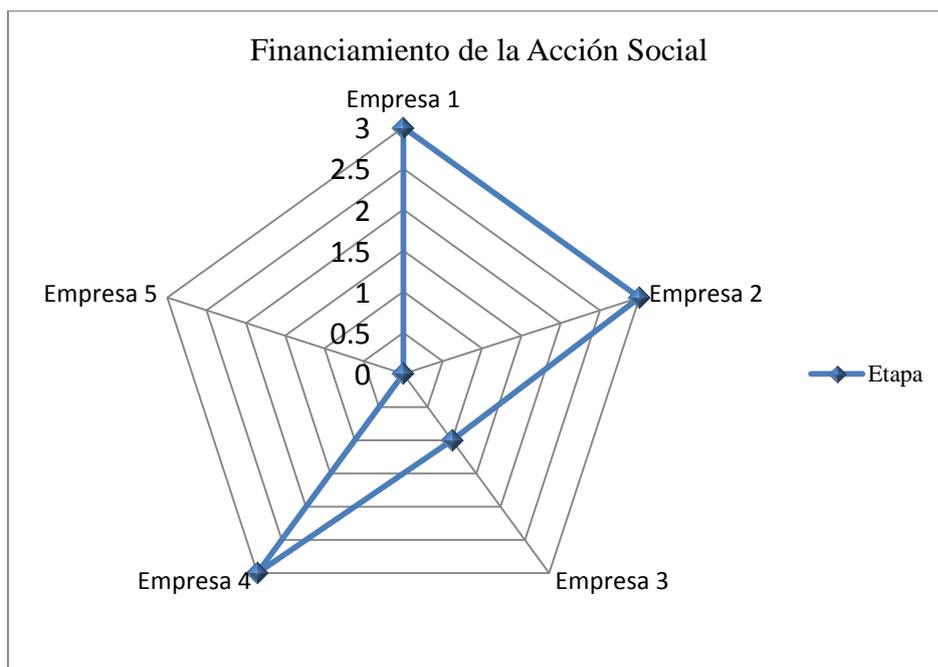


Figura 40. Etapa del indicador financiamiento de la Acción Social.

La Tabla 37 muestra que el 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 3. esto significa que además del apoyo material, posee una política en la cual cede sus competencias técnicas, tecnológicas y gerenciales con el fin de fortalecer los proyectos sociales. El 40% de estas Cajas se encuentra en la etapa 2, es decir que realiza donaciones y a su vez cede horas a sus empleados para realizar actividades ligadas a proyectos. El otro 40% nunca ha tratado este asunto antes (ver Figura 41).

Tabla 37

Involucramiento con la Acción Social

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	3
Empresa 3	0
Empresa 4	2
Empresa 5	0

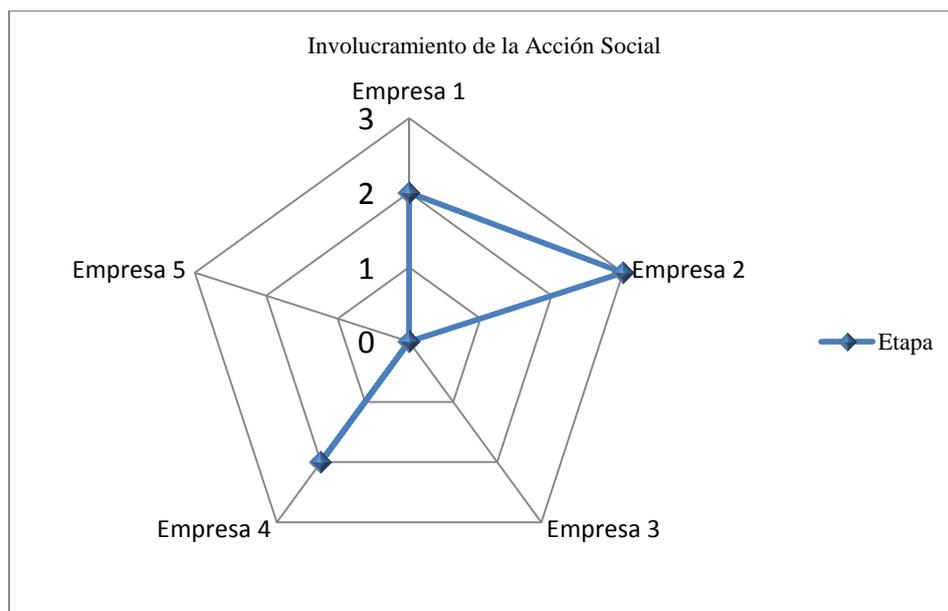


Figura 41. Etapa del indicador involucramiento de la acción social.

La Tabla 38 señala que un 20% de estas empresas se encuentra en la etapa 1, realizan financiamientos limitando las decisiones de los miembros de la alta dirección según los parámetros legales establecidos. Un 40% se encuentran en la etapa 2, realiza financiamiento fundamentado en reglas y criterios definidos internamente, permitiendo al público interno el acceso a la información. El otro 40% se encuentra en la etapa 3, toma decisiones de financiamiento en forma transparente, permitiendo el acceso de los grupos de interés a la información y registros de donaciones (ver Figura 42).

Tabla 38

Contribuciones para Campañas Políticas

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	2
Empresa 3	1
Empresa 4	3
Empresa 5	3

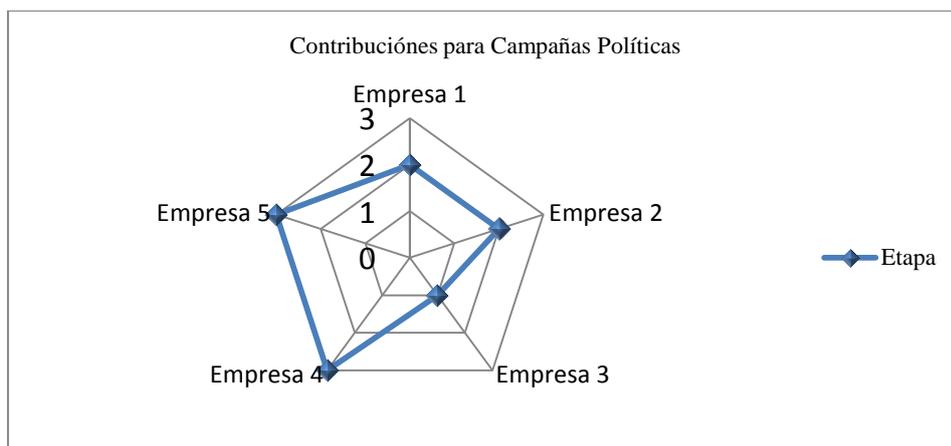


Figura 42. Etapa del indicador contribuciones para campañas políticas.

La Tabla 39 señala que un 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 2. Desarrollando periódicamente actividades de educación para la ciudadanía y permitiendo la libre discusión de intercambio de informaciones sobre temas políticos. El 40% de estas Cajas se encuentra en la etapa 3, además de lo mencionado anteriormente, promueve o apoya por medio de alianzas, las organizaciones de debates, foros de discusión con candidatos a puestos públicos, con el objetivo de asegurar el voto consciente. El otro 20% de estas se encuentra en la etapa 1, donde asumen su papel para formar ciudadanos y desarrollan programas de educación para la ciudadanía, no sólo internamente y en su cadena de producción, sino también en la comunidad de entorno, ejerciendo liderazgo en la discusión de temas como participación popular y combate a la corrupción en su municipio. Un 20% nunca ha tratado el tema (ver Figura 43).

Tabla 39

Construcción de la Ciudadanía por las Empresas

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	0
Empresa 4	2
Empresa 5	4

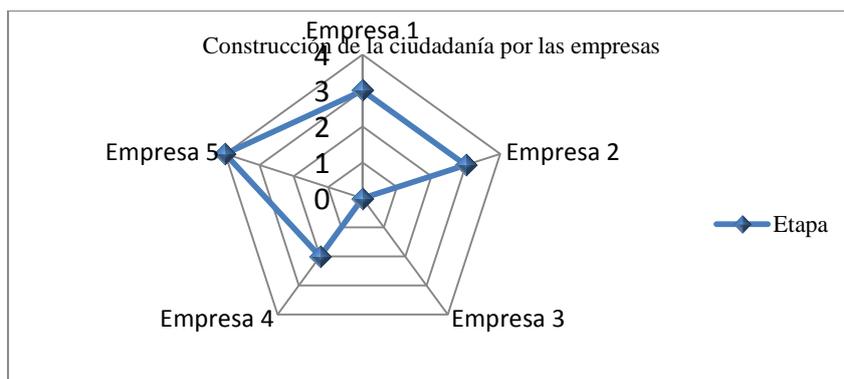


Figura 43. Etapa del indicador construcción de la ciudadanía por las empresas.

La Tabla 40 señala que un 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 2, las cuales mantienen una postura reconocida por el público interno sobre la prohibición de favorecimiento directo o indirecto de agentes del poder público. Un 40% de las Cajas ubicadas en la ciudad de Piura se encuentra en la etapa 3, asumiendo un compromiso público de combate a la corrupción y a la coima, adopta normas escritas (documento específico, código de ética, etc.), y las divulga ampliamente al público interno y externo (proveedores, consumidores, representantes del poder público, con quienes se relaciona), y mantiene procedimientos formales de control, castigo y auditoría, en caso de ocurrirlos. El 20% de estas Cajas, se encuentra en la etapa 4, seguros de que la erradicación de las prácticas ilegales, inmorales y antiéticas también dependen de divulgación, facilitación o educación, la empresa busca involucrar a un número cada vez mayor de grupos de interés como proveedores, clientes, entidades aliadas, etc., en iniciativas de combate a la corrupción y coima, para diseminar el tema, y enseñar la utilización de herramientas relacionadas. Un 20% nunca ha tratado este tema (ver Figura 44).

Tabla 40

Prácticas Anticorrupción y Anticoima

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	3
Empresa 3	0
Empresa 4	3
Empresa 5	4

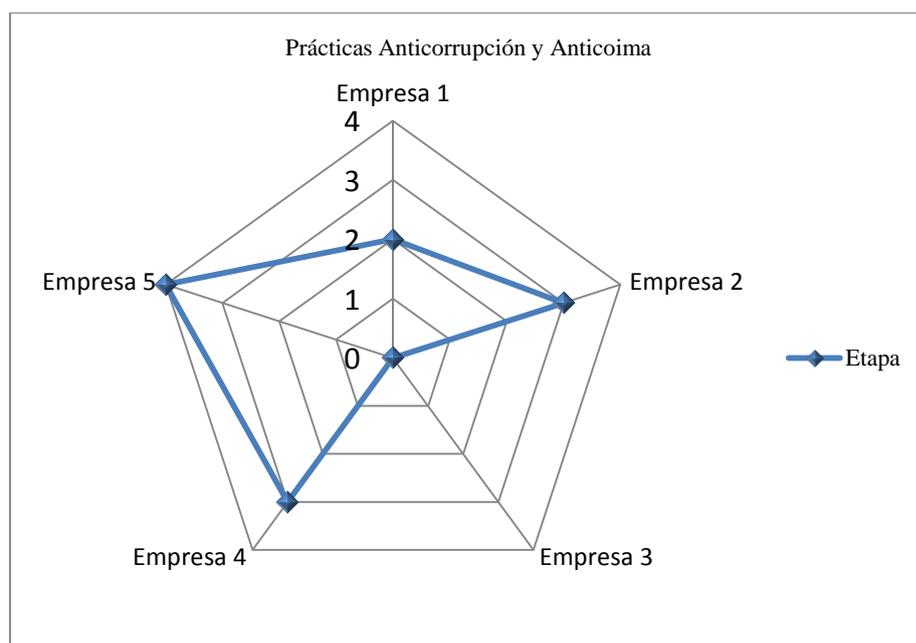


Figura 44. Etapa del indicador prácticas anticorrupción y anticoima.

La Tabla 41 muestra que el 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, participan en comisiones y grupos de trabajo relacionados a la defensa y promoción de los intereses específicos de su ramo o sector de negocio. El 60% de estas Cajas se encuentra en la etapa 3, porque participan activamente contribuyendo con recursos humanos o financieros, en procesos de elaboración de propuestas de interés público y de carácter socioambiental. Un 20% no ha tratado el tema (ver Figura 45).

Tabla 41

Liderazgo e Influencia Social

Empresa	Etapa
Empresa 1	3
Empresa 2	3
Empresa 3	0
Empresa 4	1
Empresa 5	3

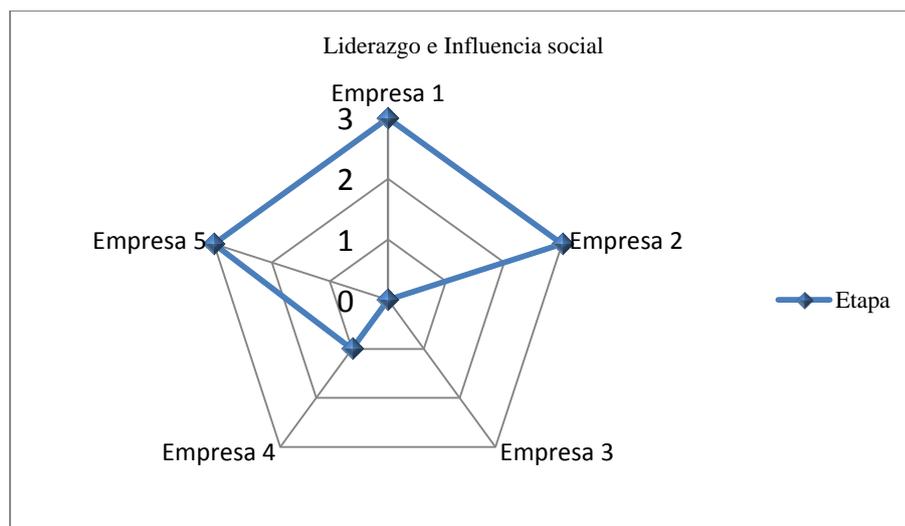


Figura 45 Etapa del indicador liderazgo e influencia social.

La Tabla 42 muestra que el 20% de las Cajas ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, contribuyen tan sólo con el pago de impuestos, mientras que un 20% se encuentra en la etapa 2, contribuyendo ocasionalmente con el poder público en la realización de eventos y actividades y apoyando financieramente a programas y proyectos del sector público, en respuesta a solicitudes de las autoridades. El otro 40% de estas Cajas se encuentra en la etapa 3, brindando apoyo en forma regular con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y localizados, ejecutados por entidades gubernamentales. Un 20% de estas empresas nunca ha tratado antes este tema (Figura 46).

Tabla 42

Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales

Empresa	Etapa
Empresa 1	2
Empresa 2	3
Empresa 3	0
Empresa 4	3
Empresa 5	1

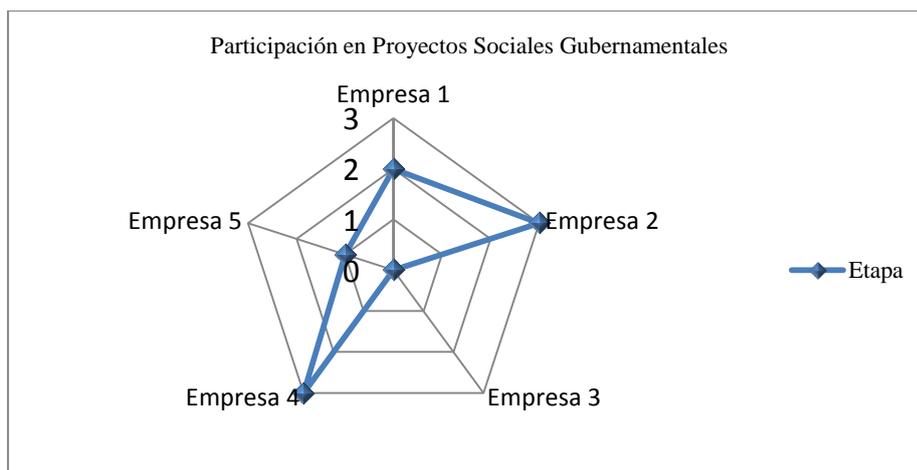


Figura 46. Etapa del indicador participación en proyectos sociales gubernamentales

La Tabla 43 se muestra que en los Indicadores que analizan el Estado de la Gestión de RSE representado en los Valores, Transparencia y Gobierno, el 6.67% de las Cajas Municipales de Ahorro y crédito ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, que el 23.33% se encuentra en la etapa 2, el 36.67% se encuentra en una etapa 3 y el 33.33% de las Cajas está en una etapa 4 proactiva.

La Tabla 43 se muestra que en los Indicadores que analizan el Estado de la Gestión de RSE representado por el Público Interno, el 47.69 % de las Cajas Municipales de Ahorro y crédito ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, que el 15.38 % se encuentra en la etapa 2, el 32.31% se encuentra en una etapa 3 y el 4.62 % de las Cajas está en una etapa 4 proactiva.

La Tabla 43 se muestra que en los Indicadores que analizan el Estado de la Gestión de RSE representado por el Medio Ambiente, el 48 % de las Cajas Municipales de Ahorro y crédito ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 1, que el 28 % se encuentra en la etapa 2, el 24% se encuentra en una etapa 3.

La Tabla 43 se muestra que en los Indicadores que analizan el Estado de la Gestión de RSE representado por los Proveedores, el 5 % de las Cajas Municipales de Ahorro y crédito

ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 0, que el 45 % se encuentra en la etapa 1, el 20% se encuentra en una etapa 2 y 30% en una etapa 3.

La Tabla 43 se muestra que en los Indicadores que analizan el Estado de la Gestión de RSE representado por Consumidores y clientes, el 13.33 % de las Cajas Municipales de Ahorro y crédito ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 0, que el 26.67 % se encuentra en la etapa 1, el 26.67% se encuentra en una etapa 2 y el 33.3 % de las Cajas está en una etapa 3.

La Tabla 43 se muestra que en los Indicadores que analizan el Estado de la Gestión de RSE representado por Comunidad, el 35 % de las Cajas Municipales de Ahorro y crédito ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 0, que el 15 % se encuentra en la etapa 1, el 20% se encuentra en una etapa 2, el 25% se encuentra en una etapa 3 y el 5% de las Cajas está en una etapa 4.

La Tabla 43 se muestra que en los Indicadores que analizan el Estado de la Gestión de RSE representado por el Gobierno y sociedad, el 16 % de las Cajas Municipales de Ahorro y crédito ubicadas en el departamento de Piura, se encuentra en la etapa 0, que el 12 % se encuentra en la etapa 1, el 20% se encuentra en una etapa 2, el 44% se encuentra en una etapa 3 y el 8% de las Cajas está en una etapa 4 (ver Figura 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53 y 54)

Tabla 43

Análisis del Estado de la Gestión de RSE en las Cajas de Ahorro y Crédito.

Tema	Etapa 0 (%)	Etapa 1 (%)	Etapa 2 (%)	Etapa 3 (%)	Etapa 4 (%)
Valores, Transparencia y Gobierno		6.67	23.33	36.67	33.33
Publico Interno		47.69	15.38	32.31	4.62
Medio Ambiente		48.00	28.00	24.00	0.00
Proveedores	5.00	45.00	20.00	30.00	
Consumidores y clientes	13.33	26.67	26.67	33.33	
Comunidad	35.00	15.00	20.00	25.00	5.00
Gobierno y sociedad	16.00	12.00	20.00	44.00	8.00
Porcentaje General	7.0	32.0	20.5	32.5	8.0

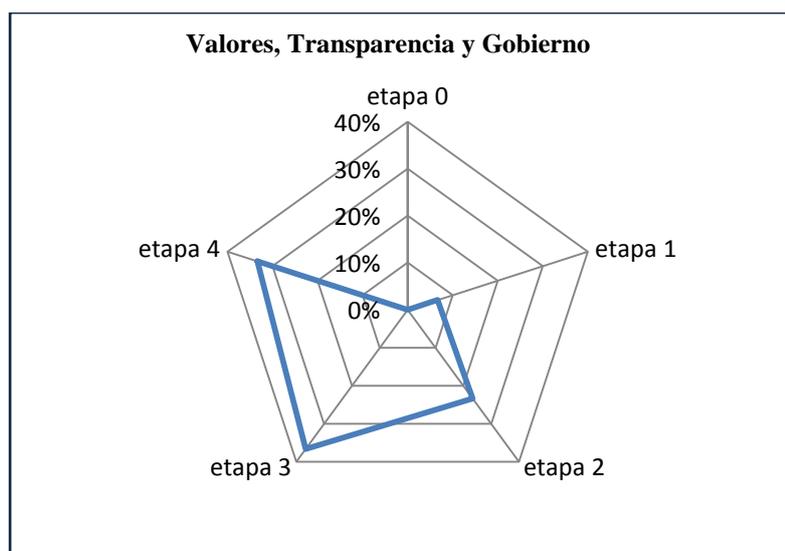


Figura 47. Análisis de la Gestión con respecto a Valores, Transparencia y Gobierno.

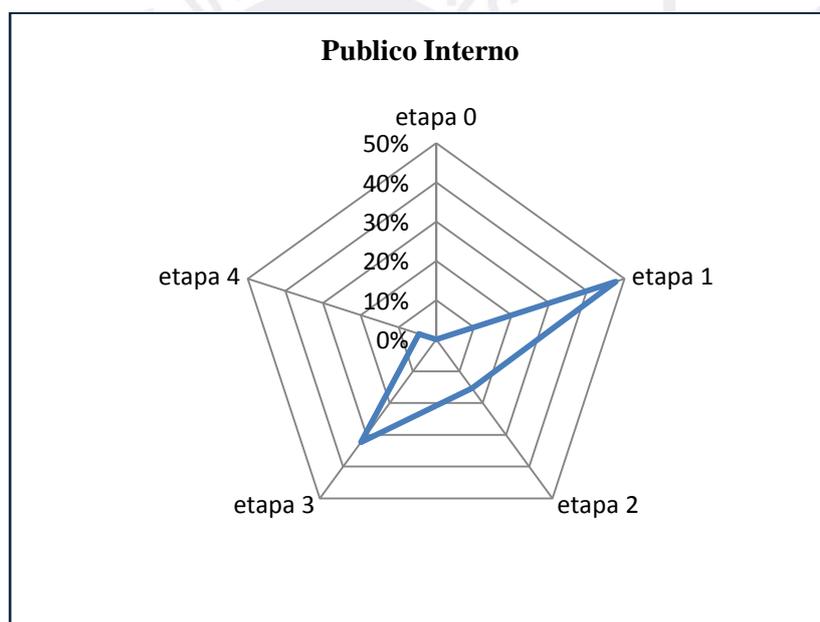


Figura 48. Análisis de la Gestión con respecto a Publico Interno.

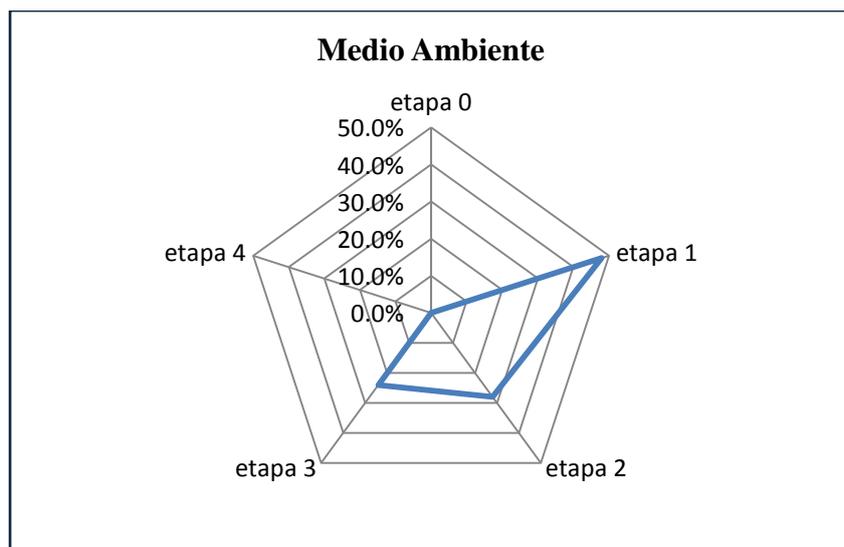


Figura 49. Análisis de la Gestión con respecto a Medio Ambiente.

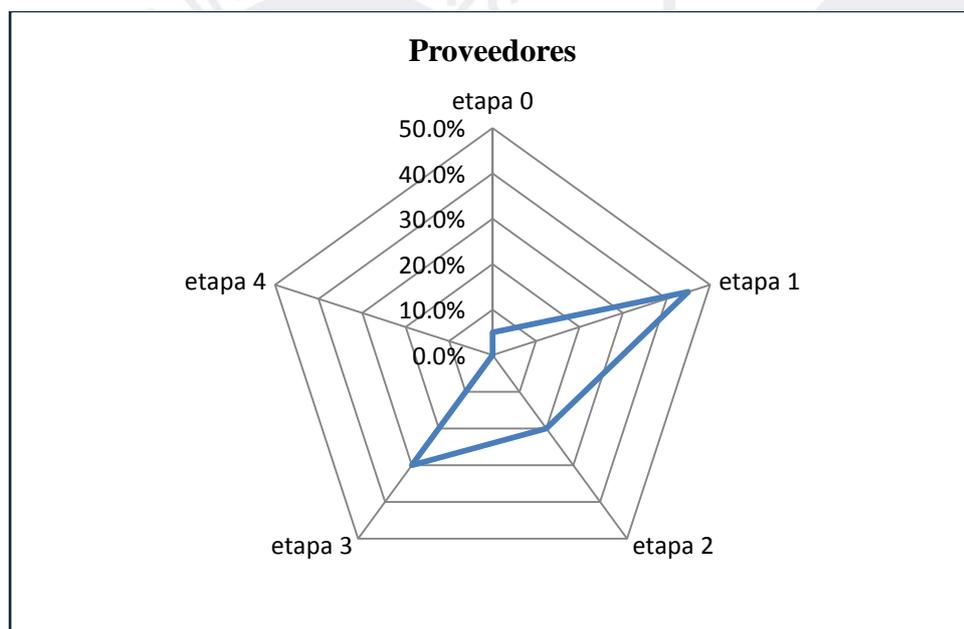


Figura 50. Análisis de la Gestión con respecto a Proveedores.

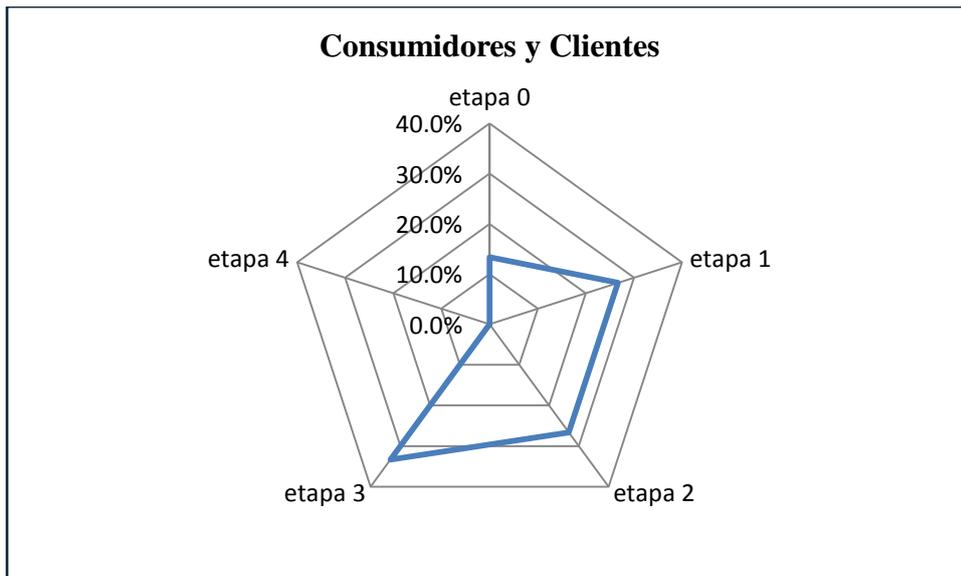


Figura 51. Análisis de la Gestión con respecto a Consumidores y Clientes.

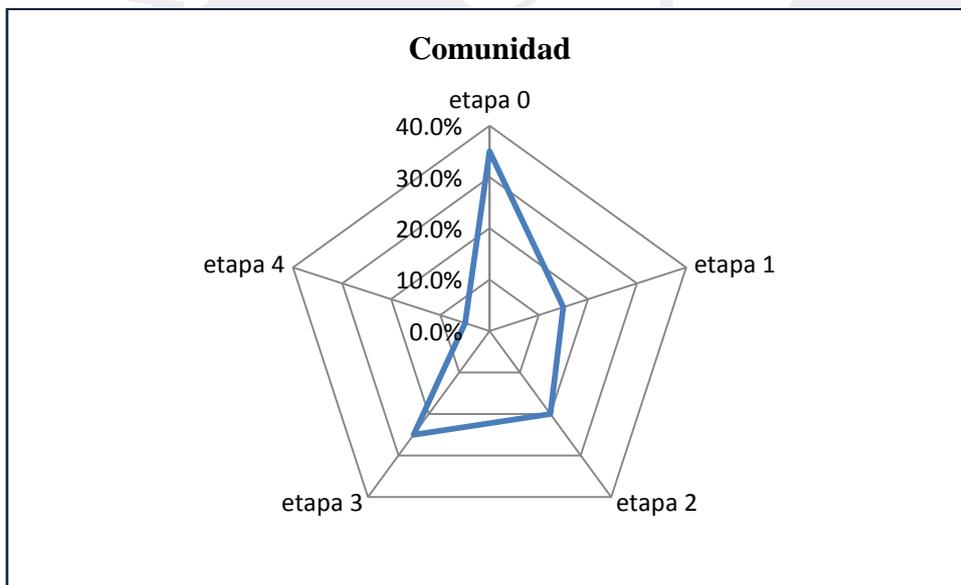


Figura 52. Análisis de la Gestión con respecto a Comunidad.

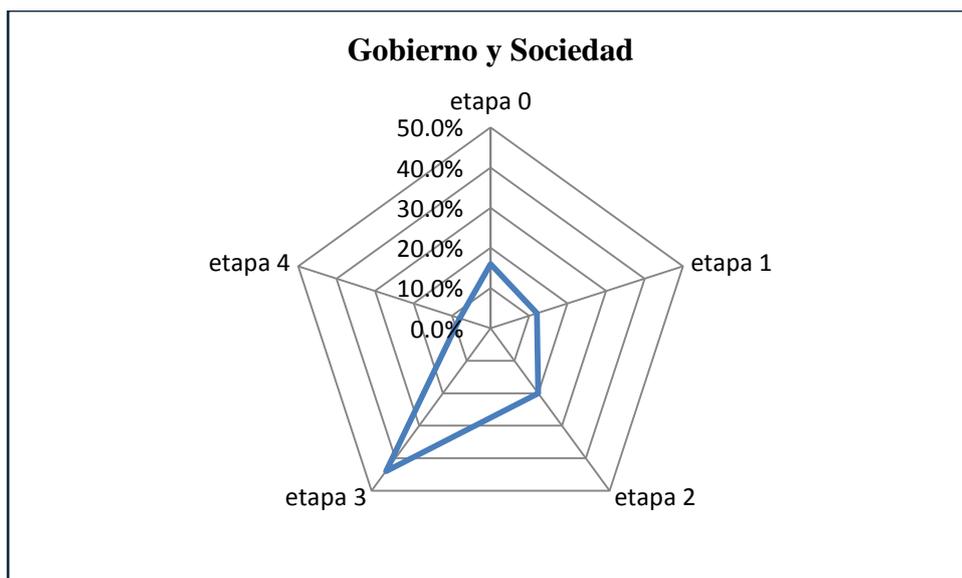


Figura 53. Análisis de la Gestión con respecto a Gobierno y Sociedad.

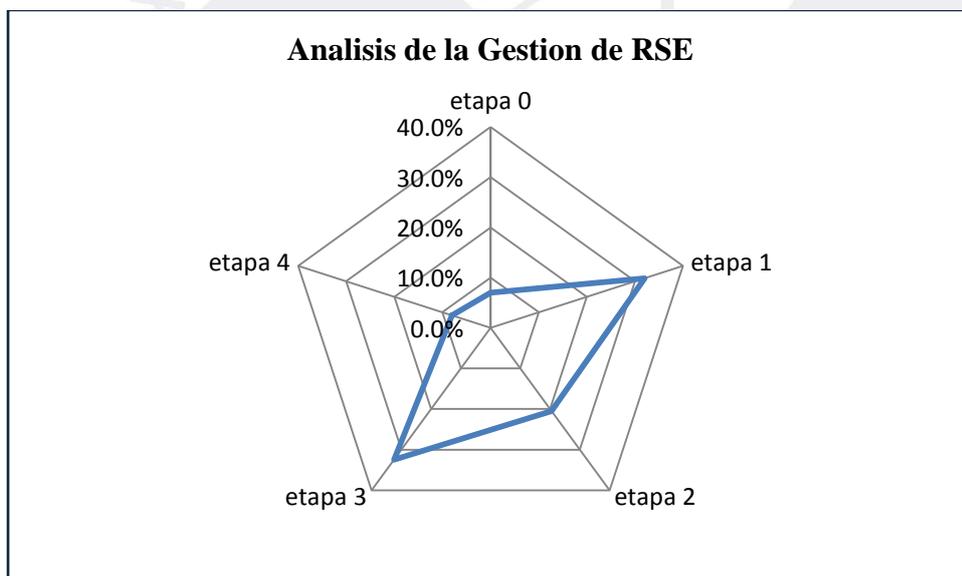


Figura 54. Análisis de la Gestión de RSE en las cajas de Ahorro y Crédito.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

Después de haber aplicado la metodología sugerida y al haber realizado el respectivo análisis de resultados producto de la investigación, se detalla las conclusiones y recomendaciones del estado de la gestión con enfoque en RSE de las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura al 2015.

5.1. Conclusiones

Las empresas en el Perú en los últimos años le han dado la importancia debida a temas concernientes a la responsabilidad social, dado el impacto que producen la toma de decisiones dentro del entorno donde desarrollan sus operaciones. Estas decisiones involucran a todos los grupos de interés e interactúan con la cadena de valor de toda la compañía, lo que se conoce como valor compartido. El cual busca la competitividad de la empresa manteniendo una política comprometida social y ambientalmente, la cual genere vínculos de fidelidad que le permitirán ser sostenibles en el tiempo.

Según los resultados de la presente investigación, de acuerdo al objetivo principal y los siete objetivos específicos planteados, se logró conocer el cumplimiento de los indicadores de responsabilidad social empresarial Ethos- Perú 2021, aplicadas a las empresas del sector de las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura al 2015, los cuales pasamos a detallar a continuación:

Estado de la gestión en relación a valores, transparencia y gobierno. Este bloque contiene seis indicadores los cuales muestran que las cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura se encuentran en una etapa tres o avanzada. Cuyo porcentaje obtenido fue del 36.7, lo cual indica que comienza a identificar los beneficios que generan los cambios referentes a RSE y los utiliza como estrategias.

Estado de la gestión en relación a público interno. El cual consta de 13 indicadores que muestran las políticas referidas a las relaciones entre el público interno de una

organización; donde se observa que se encuentra en la etapa uno o básica, con un porcentaje del 47.7% lo cual muestra que se encuentra en un nivel reactivo a las exigencias legales con respecto al individuo y al trabajo decente.

Estado de la gestión en relación al medio ambiente. Contiene cinco indicadores, los cuales se evidenció que un 48% se encuentra en la etapa uno o básica, la cual señala que se mantienen en una posición reactiva frente a las exigencias legales y aún no han tomado conciencia de la importancia de la RSE para generaciones futuras y la gestión del impacto ambiental.

Estado de la gestión en relación a proveedores. El análisis de este bloque de cuatro indicadores, muestran que el 45% de las empresas del sector de las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura se encuentran en una etapa uno o básica, con niveles reactivos que sostienen las políticas referidas a su cadena de valor productiva de entradas.

Estado de la gestión en relación a Consumidores y clientes. El análisis de este bloque con sus 3 indicadores que representan la cadena productiva comercial de salida en las operaciones de una organización, muestra que un 33.3% de las cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura, se encuentran en una etapa tres o avanzada en la cual comienza a identificar los beneficios de realizar cambios en temas relacionados a RSE.

Estado de la gestión en relación a la Comunidad. Se evidenció que un 35% de las empresas analizadas del sector de las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura, con respecto a los cuatro indicadores que sostienen las políticas referidas a comunidad, se encuentran en una posición que indica nunca haber tratado este tema antes.

Estado de la gestión en relación a Gobierno y Sociedad. Se evidenció que un 44% de las empresas analizadas del sector de las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura, con respecto a los cinco indicadores que sostienen las políticas referidas a contribución con campañas políticas, construcción de la ciudadanía, prácticas

anticorrupción, liderazgo social y participación en proyectos sociales; se encuentran en una etapa tres o avanzada, en la cual ya se conocen los beneficios que generan las prácticas de RSE.

Finalmente se concluye, que en el presente análisis materia de la investigación sobre el estado de la gestión de RSE en las Cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura al 2015, con respecto a los siete temas que representan los objetivos específicos de este diagnóstico, tomando como referencia los 40 indicadores Ethos-Perú 2021, muestra que un 7% de estas organizaciones se encuentran en una posición que indican nunca haber tratado este tema antes, un 32% en una etapa básica con una posición reactiva a las normas legales con respecto a temas de RSE, un 20.5% en una posición defensiva, 32.5% se encuentra en una etapa avanzada de acciones donde la gestión de RSE es considerada dentro de los lineamientos estratégicos de las organizaciones y solo un 8% se encuentra en una posición proactiva con estándares de excelencia en sus prácticas involucrando a todos los stakeholders de la cadena de valor de este sector.

El Análisis de la Gestión de Responsabilidad Social Empresarial, muestra que las Cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura se encuentran en un proceso de cambio en sus lineamientos generales tomando conciencia de la importancia de la responsabilidad social y el impacto de sus decisiones dentro de la sociedad donde desarrolla sus operaciones, este proceso indica que las empresas del sector se encuentran entre una etapa reactiva o básica respecto a su gestión con su público interno, medio ambiente, proveedores y comunidad. Mientras que en lo que respecta a su gestión en Valores, Transparencia y Gobierno Corporativo, consumidores y clientes, gobierno y sociedad el sector está en una etapa avanzada. Es decir 4 objetivos se encuentran en una etapa 1 y 3 objetivos en una etapa 3, debido a que independientemente cada uno de ellos analiza aspectos distintos dentro de la gestión de RSE de estas organizaciones.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda una mayor participación y compromiso de las autoridades que lideran el gobierno peruano, en su Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial; en promover la implementación de políticas de gestión de responsabilidad social en las empresas del sector financiero de este país, estableciendo beneficios tributarios, financiamientos para proyectos de inversión y reconocimiento público para las empresas que contribuyen con el fortalecimiento de la responsabilidad social en este país. La Cámara de Comercio, como institución generadora del desarrollo económico de un país, las universidades públicas y privadas como entidades formadoras de líderes profesionales competentes; deben de contribuir activamente en promover la gestión de responsabilidad social en el país.
- Se recomienda consolidar la cultura de responsabilidad empresarial en las organizaciones del sector financiero, para lo cual es necesario que los accionistas y los líderes de la alta dirección gerencial de una compañía se comprometan al constituir como política de gestión general dentro de sus lineamientos, implementando un área específica dentro la organización que plantee estrategias que conduzcan a las cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de piura hacia un rumbo social y ambientalmente responsable consigo misma y con todos los grupos que se relacionan en su entorno, de manera rentable y sostenible.
- Se recomienda que los medios de comunicación deben difundir sobre las entidades financieras que han establecido en su organización la cultura de la responsabilidad social y la hacen sostenible; brindándoles reconocimiento y promoviéndolas dentro de la comunidad como empresas ideales, ejemplos a seguir que practican un modelo de gestión exitoso, rentable y sostenible social y ambientalmente responsables.

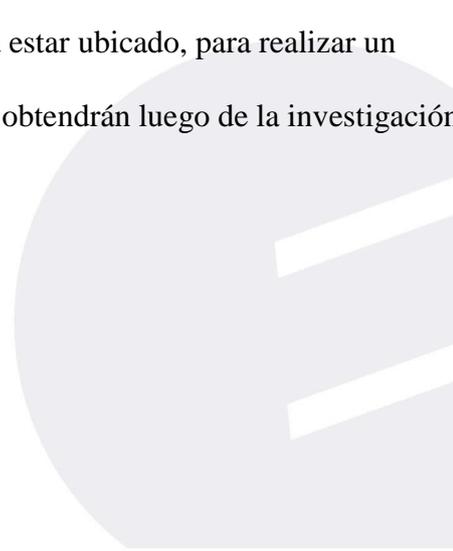
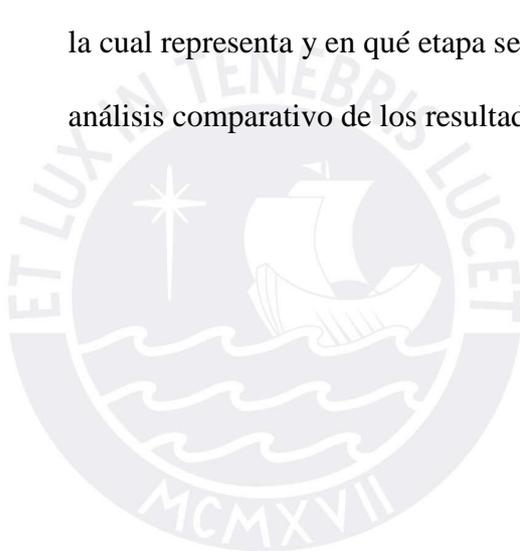
- Se recomienda incentivar dentro de las cajas municipales de ahorro y crédito la gestión de responsabilidad social establecida en políticas y procedimientos internos; con reconocimientos y premiaciones a sus colaboradores por su desempeño e iniciativa con ideas y proyectos viables en temas relacionados a la responsabilidad social.
- Se recomienda seguir como ejemplo las acciones y buenas prácticas que están tomando como iniciativa voluntaria algunas de estas cajas, contribuyendo en mejorar la calidad de vida e impulsando el desarrollo de los habitantes de la comunidad donde desarrollan sus operaciones, específicamente apoyando a la educación de los niños, construyendo locales adecuados habilitados con todo lo necesario donde los alumnos puedan estudiar tranquilamente. Brindar capacitaciones y asesorías en temas financieros a grupos de emprendedores que se asocian para desarrollar una actividad productiva común que permitirá el crecimiento de la económica de una localidad, emprendedores textiles, de calzado, de pesca y comerciantes en general de productos de consumo masivo. Apoyar a la cultura de una comunidad contribuyendo activa y económicamente con las manifestaciones de arte como son la música, el canto y el teatro, actividades que promueven la creatividad, el talento y el desarrollo de los habitantes de una sociedad.

5.3. Contribuciones

La presente investigación contribuye con la sociedad en dar a conocer el estado de la gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial en las cajas municipales de ahorro y crédito del departamento de Piura en el año 2015, los cuales son aspectos importantes y en la etapa en la cual se encuentra este sector, con el propósito de concientizar a los líderes que dirigen estas compañías en implementar las prácticas que rigen la RSE.

5.4. Limitaciones y Sugerencias para Futuras Investigaciones

- Se recomienda para futuras investigaciones analizar la evolución del estado de gestión con enfoque de responsabilidad social en los últimos años en las empresas del sector financiero del departamento de Piura.
- Se recomienda incluir en la investigaciones a un mayor número de encuestados dentro de los representantes de las cajas de ahorro y crédito del departamento de Piura, que integren y formen parte de diferentes áreas dentro de las mismas organizaciones.
- Se recomienda preguntar a los entrevistados, luego de haber realizado el cuestionario, cuál es su percepción general de la gestión en RSE en la compañía a la cual representa y en qué etapa se considera estar ubicado, para realizar un análisis comparativo de los resultados que se obtendrán luego de la investigación.



Referencias

- Abreu, J., & Badii, M. (2008). Análisis del concepto de responsabilidad social Empresarial. *En: Daena: International Journal of Good Conscience*, 2(1), 54-70.
- AECA (2003). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: AECA. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1048383>
- Alvarado, H., A., & Schlesinger, D. (2008). *Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll*. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59. Recuperado de <http://search.proquest.com/openview/83ccc6da34a6fb0431e835e90dabb779/1?pq-origsite=gscholar>
- Bell, D. (1965). *The Corporation and Society in the 1970s*. Recuperado de <http://comunicacionestrategicaenorg.blogspot.pe/2008/05/responsabilidad-social-en-las.html>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=ALIPAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Social+Responsibilities+of+the+Businessman.+&ots=d95bQcnnmqm&sig=OQuS7XLQfVYK6EDFDHDnr7b9KJw#v=onepage&q=Social%20Responsibilities%20of%20the%20Businessman.&f=false>
- Canessa, G., & García, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y el Mundo*. Lima, Perú: Siklos.
- Carroll, A. (1979). *A three-dimensional conceptual model of corporate performance*. *En: Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Comisión de las Comunidades Europeas [CCE]. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.

- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *En: Academy of Management Journal*, 16(2), 312-322. Recuperado de <http://amj.aom.org/content/16/2/312.short>
- Díaz, D., Filomeno, M., & Rizo-Patrón, C. (2007). *Relación y compromiso con los grupos de interés*. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/304293447/stakeholderengagementguapretica-1301677261351-phpapp02>
- Drucker, P. (1984). *The new meaning of corporate social responsibility*. En: California Management Review, 26(2), 53-63.
- Duque, Y., Martínez, D., & Botón, S. (2012). Una revisión a la investigación en responsabilidad social corporativa en el sector bancario. *Equidad & Desarrollo*, (18), 121-150. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ed/article/view/1793>
- Elbing, A. O. (1970). La cuestión de valor de negocio: La responsabilidad del empresario, *Academy of Management journal*, 13(1), 79 -89.
- Franco, P. (2006). Manual de diagnóstico. Indicadores CGS de responsabilidad social empresarial. *Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico*, (Documento de Trabajo 76). Recuperado de <http://190.216.182.148/bitstream/handle/11354/452/DT76.pdf?sequence=4>
- Franco, P. (2007). Diagnóstico de la Responsabilidad Social en el Perú. *Centros de Investigación de la Universidad del Pacífico*, (pp. 4-7). Recuperado de <http://190.216.182.148/handle/11354/323?show=full>
- Freeman, E., & Reed, D. (1983). *Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance*. En: California Management Review, 25, 88-106.
- Freeman (1984). *Strategic management a stakeholder approach business and public policy series pitman in business and public policy*. Universidad de Indiana ISBN 0273019139.

Recuperado de

https://books.google.com.pe/books?id=4PUJAQAAMAAJ&q=freeman+1984&dq=freeman+1984&hl=es&sa=X&redir_esc=y

Friedman, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase its Profits*. En: The New York Times Magazine, (pp.1-6).

García, R. F. (2013). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Editorial Club

Universitario. Recuperado de

https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=tzzNBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=+pymes+para+un+gobierno+corporativo+garcia+2013&ots=VCM4Bw6LEI&sig=9d_TKuaAUsVhRhunqyas_3GVFk8#v=onepage&q&f=false

Global Reporting Initiative [GRI]. (2008). *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Servicios Financieros (FSSS)*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-FSSS-Reporting->

Harrison, J. S. & Freeman R. E. (1999). Las Partes Interesadas, la responsabilidad social y el rendimiento: la evidencia empírica y perspectivas teóricas. *Emy demia of management journal*, 42(5), 479-485.

Heras, A., & Casado, E. (2005). Proceso de elaboración de la Guía ISO

Internacional de Responsabilidad Social. In *IX Congreso de Ingeniería de Organización: Gijón*, 8-9, (p. 184). Recuperado de

<http://www.adingor.es/Documentacion/CIO/cio2005/items/ponencias/184.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Lima,

Perú (4th ed.). McGraw-Hill Interamericana editores, S.A. de C.V., México, D. F.

Indicadores Ethos Perú 2021 (2010). *Responsabilidad Social Empresarial*. Biblioteca

Nacional del Perú N0. 2010-06636.

- Izquierdo, R. J. S., & Grañana, I. V. (2007). La responsabilidad social en el cooperativismo de crédito: El fondo de educación y promoción como indicador para su evaluación. *Interciencia: Revista de ciencia y tecnología de América*, 32(6), 377-385. Recuperado de https://scholar.google.com.pe/scholar?q=estudios+realizados+de+gestion+con+enfoue+en+responsabilidad+social+de+las+Cajas+de+ahorro+y+credito&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5
- Jeffery, N. (Julio 2009). *¿Cómo hacer Responsabilidad Corporativa? Participación de los interesados: Una hoja de ruta para una participación significativa*. Series 2, Doughty Centre, Cranfield School of Management.
- Jones, T. (1980). *Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined*. En: California Management Review, 22(3), (pp.59-67).
- Martínez, V. J., & Silva, M. D. (2010). *Percepciones del concepto de la responsabilidad social corporativa: un estudio exploratorio*. En: Hologramática, facultad de Ciencias Sociales (UNLZ), 3(13), 3-34.
- McWilliams, A., Siegel, D., & Wright, D. (2005). *Corporate Social Responsibility: Strategic Implications*. En: *Journal of Business Strategies Rensselaer Working Papers in Economics*, N° 0506, 1-31.
- Minaverri, C.M., & Gally, T. (2013). Recuperado de <Http://arsboni.ubo.cl/index.ph./arsbonietaequi/artide/view/54>.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. (2da ed.), (pp.59-60). España: Esic. Recuperado de https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Responsabilidad+social+corporativa%3A+teor%3%ADa+y+practica&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5.
- Pedersen, E. R. (2006). Empresas y Sociedad de viajeros. *Revista business and society review* 111(2), 137-163. Editorial Blackwell publishing inc.

- Porter, M., & Kramer, M. (2006). *Estrategia y sociedad*. En: Harvard Business Review, 84(12), 42-56. Contabilidad y Administración de Empresas.
- Rahman, S. (2011). Evaluación de Definiciones: diez dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa. *Examen mundial de Business Research*, (1), 166-176.
- Raufflet, E. (2010). *Responsabilidad de las empresas y desarrollo sostenible*. En: Cuadernos de Administración, Universidad del Valle, (43), 23-32.
- Romero, J. (2013). Evaluación del capital intangible: caso de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tumán, Lambayeque, Perú. *Revista Ciencia y Tecnología*, 9(3), (pp.75-94).
- Sabogal, J., (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto de responsabilidad social empresarial. En: Investigación y Reflexión, Universidad Militar Nueva Granada, XVI (1): 179-195.
- Salas, C., (2002). *Sistema de Gestión Medioambiental: Costa Rica*: Recuperado de <http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=XL2012001427>
- Snider, J., Hill, R., & Martin. (2003). La responsabilidad Social corporativa en el siglo 21: Una visión desde firmas más exitosas del mundo. *Journal of business ethics* 48(2), 175
- Sotelo, V., & Francke, P. (2011). *¿Es económicamente viable una economía post extractivista en el Perú?* Transiciones. Post extractivismo y alternativas al extractivismo en el Perú. Lima: Cepes, (pp. 115-142).
- Schwalb M., García E. (2004). *Buenas prácticas peruanas de responsabilidad social Empresarial*. Colección 2004, Lima ISBN 9972-57-068-1 centro de investigación de la Universidad del Pacífico.
- Schvarstein, L. (2003). *La inteligencia social de las organizaciones*. Argentina: Paidós.

Yepes, G., Peña, W., & Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial, Fundamentos y Aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá D.C., Universidad Externado de Colombia.

Zenisek, T. (1979). *Corporate social responsibility: A conceptualization based on organizational literature*. En: *Academy of Management Review*, 4(3), 359-368.



Apéndice A: Consentimiento Informado

Me comprometo a participar en el estudio titulado Diagnóstico del Estado de la Gestión con Enfoque de RSE en las Cajas de Ahorro y Crédito en la Ciudad de Piura del Sector Microfinanzas. Entendiendo que esta participación es enteramente voluntaria, puedo retirar mi consentimiento en cualquier momento, sin ningún perjuicio y los resultados de dicha participación, que puedan ser identificados como míos, serán devueltos y eliminados de los archivos de la investigación o destruidos.

Me ha sido explicado lo siguiente:

El motivo de la investigación es identificar los niveles de cumplimiento de los indicadores Ethos-Perú 2021 a cubrir.

Estoy de acuerdo en los siguientes procedimientos:

Tener entrevistas, con una duración de aproximadamente dos horas cada una, en las cuales el investigador me formulará preguntas relativas a mis expectativas y obstáculos para lograrlos. Yo entiendo que me puedo negar a contestar dichas preguntas y puedo descontinuar mi participación en cualquier momento.

La información que yo provea se mantendrá confidencial y no será publicada en ninguna forma que sea personalmente identificable sin mi previo consentimiento. Se apoyará dicha información con toma de fotografías durante la entrevista y las respuestas serán transcritas con un código con el fin de proteger mi identidad.

El investigador responderá a cualquier pregunta adicional, en este momento o durante el transcurso del proyecto.

.....

Nombre :

DNI :

Cargo :

Entidad :

Linda Diana Becerra Rojas- DNI 40908628

José Albero García Peña – DNI 02843466

Henry Herman Massé Miguel- DNI 41760173

Estudiantes del programa MBAG Internacional Piura XIV

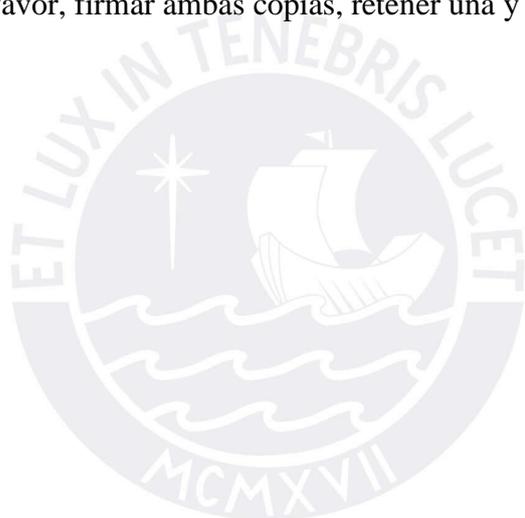
CENTRUM Católica

Jr. Daniel Alomía Robles 125

Urbanización Los Álamos de Monterrico – Surco

Lima- Perú

Por favor, firmar ambas copias, retener una y devolver la otra al investigador.



Apéndice B: Encuesta

Apéndice A : Experimento de Elección			Etapa	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	P.13	P.14	P.15	P.16	P.17	P.18	P.19	P.20	P.21	P.22	P.23	P.24	P.25	P.26	P.27	P.28	P.29	P.30	P.31	P.32	P.33	P.34	P.35	P.36	P.37	P.38	P.39	P.40				
1	Compromisos éticos	Caja Piura	2	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI				
2	Arraigo en la cultura organizativa	Caja Piura	4	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI																																			
3	Gobierno corporativo	Caja Piura	1	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
4	Relaciones con la competencia	Caja Piura	3	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI																																	
5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)	Caja Piura	4	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO																																			
6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	Caja Piura	4	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI																																		
7	Informaciones adicionales	Caja Piura	no sabe	SI	SI	SI																																									
8	Gestión participativa	Caja Piura	3	SI	SI	SI	SI																																								
9	Informaciones adicionales	Caja Piura	4	NO	SI	SI	SI	60	18	22	0																																				
10	Compromiso con el desarrollo infantil	Caja Piura	1	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO																													
11	Valoración de la diversidad	Caja Piura	1		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	NO	9		9	4.5	13	4																	
12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	Caja Piura	4	SI	SI	SI	SI																																								
13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	Caja Piura	3	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	50	6	28	6000	800	800	800																							
14	Relaciones con trabajadores tercerizados	Caja Piura	1																																												
15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	Caja Piura	3	NO	SI	NO	N/A	SI	SI	SI	NO	N/A	SI	SI	NO	2500		100	100	0																											
16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	Caja Piura	1	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI		NO	SI	15	0	15		0	0																							
17	Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	Caja Piura	1	NO	NO	NO	NO	SI	2	2MIO	0	0	0	0	100	0	0	0	100																												
18	Conducta Frente a Despidos	Caja Piura	1				SI	2500	15	110	250																																				
19	Preparación para jubilación	Caja Piura	1	SI	NO	NO	SI	SI	NO	220	130																																				
20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	Caja Piura	1	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI																																					
21	Educación y Concientización Ambiental.	Caja Piura	3	SI	SI	SI																																									
22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente	Caja Piura	1	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO																																					

	y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.																		
23	Sustentabilidad de la Economía Forestal	Caja Piura	3	SI	SI	SI	SI	SI	SI										
24	Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	Caja Piura	1	SI	SI	SI	SI	SI	SI	500	5								
25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	Caja Piura	2	SI	SI	SI	SI	SI	SI										
26	Trabajo Infantil en la Cadena Productiva	Caja Piura	1																
27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	Caja Piura	1	SI	SI	NO	0												
28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	Caja Piura	3	SI															
29	Política de Comunicación Comercial	Caja Piura	1	SI	SI	SI	SI												
30	Excelencia de la atención	Caja Piura	2	SI	SI	SI		SI	SI	300	40	4	30"						
31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	Caja Piura	2	SI	SI														
32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	Caja Piura	2	SI			SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI						
33	Relaciones con Organizaciones Locales	Caja Piura	4	SI	SI	SI	SI												
34	Financiamiento de la Acción Social	Caja Piura	3		SI														
35	Involucramiento con la Acción Social	Caja Piura	2	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI						
36	Contribución para Campañas Políticas	Caja Piura	2	SI	SI	SI	SI												
37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas Prácticas	Caja Piura	3																
38	Anticorrupción y Anticoima	Caja Piura	2	SI	SI	SI													
39	Liderazgo e Influencia Social	Caja Piura	3	SI	SI	SI													
40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	Caja Piura	2	SI	SI	SI													

1	Compromisos éticos	Caja Sullana	3	SI																						
2	Arraigo en la cultura organizativa	Caja Sullana	3	SI																						
3	Gobierno corporativo	Caja Sullana	3	SI																						
4	Relaciones con la competencia	Caja Sullana	4	SI																						
5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)	Caja Sullana	3	SI																						
6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	Caja Sullana	2	SI																						
7	Informaciones adicionales	Caja Sullana	1	SI																						
8	Gestión participativa	Caja Sullana	3	SI																						
9	Informaciones adicionales	Caja Sullana	3	SI																						
10	Compromiso con el desarrollo infantil	Caja Sullana	3	N/A	N/A	N/A	SI	N/A	N/A	NO	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO									
11	Valoración de la diversidad	Caja Sullana	1	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	N/A	N/A	SI	N/A	N/A	N/A	N/A	SI	N/A	SI
12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	Caja Sullana	3	N/A	N/A	SI	N/A	SI	N/A	SI	N/A	SI	SI	SI	N/A	N/A	SI	N/A	N/A	SI	N/A	N/A	SI	N/A	SI	N/A
13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	Caja Sullana	3	SI	N/A	NO	N/A	SI	N/A	SI	N/A	SI	SI	SI	N/A	N/A	SI	N/A	N/A	SI	N/A	N/A	SI	N/A	SI	N/A
14	Relaciones con trabajadores tercerizados	Caja Sullana	3	SI	SI	SI	SI	SI	SI	N/A	N/A	N/A	SI													
15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	Caja Sullana	3	N/A	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	N/A	SI														
16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	Caja Sullana	2	N/A	SI	N/A	N/A	N/A	N/A	NO	SI	N/A	NO													
17	Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	Caja Sullana	3	SI	N/A																					
18	Conducta Frente a Despidos	Caja Sullana	2	NO	SI																					
19	Preparación para jubilación	Caja Sullana	3	NO	SI																					
20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	Caja Sullana	3	SI																						
21	Educación y Concientización Ambiental.	Caja Sullana	2	SI																						
22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	Caja Sullana	3	SI	SI	SI	SI	SI	NO																	
23	Sustentabilidad de la Economía Forestal	Caja Sullana	3	SI	SI	N/A	N/A	N/A	N/A	SI																
24	Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	Caja Sullana	2	SI	SI	SI	N/A	N/A	N/A	SI																
25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	Caja Sullana	2	SI	SI	SI	SI	N/A	SI																	
26	Trabajo Infantil en la Cadena Productiva	Caja Sullana	2	N/A	N/A	N/A	SI																			
27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	Caja Sullana	3	SI																						
28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	Caja Sullana	3	NO	NO	SI	SI	N/A	SI																	
29	Política de Comunicación Comercial	Caja Sullana	3	SI	SI	SI	N/A	N/A	SI	SI	SI	SI	N/A	N/A	SI											
30	Excelencia de la atención	Caja Sullana	3	SI	N/A	N/A	SI																			
31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los	Caja Sullana	3	SI	SI	NO	N/A	N/A	NO	N/A	SI															

Productos y Servicios

32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	Caja Sullana	2	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
33	Relaciones con Organizaciones Locales	Caja Sullana	3	SI	SI	N/A	SI							
34	Financiamiento de la Acción Social	Caja Sullana	3	SI	SI	SI	SI	N/A	SI					
35	Involucramiento con la Acción Social	Caja Sullana	3	N/A	SI	SI	N/A	SI	SI	SI	SI			
36	Contribución para Campañas Políticas	Caja Sullana	2	N/A	N/A	N/A	N/A							
37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	Caja Sullana	3	N/A										
38	Prácticas Anticorrupción y Anticoima	Caja Sullana	3	NO	N/A	N/A								
39	Liderazgo e Influencia Social	Caja Sullana	3	N/A	NO	SI								
40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	Caja Sullana	3	SI	N/A	N/A								



30	Excelencia de la atención	Caja Paita	1	NO	SI	NO									
31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	Caja Paita		NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO				
32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	Caja Paita		SI	SI	SI	SI	NO							
33	Relaciones con Organizaciones Locales	Caja Paita		NO	NO	NO	NO								
34	Financiamiento de la Acción Social	Caja Paita		SI	NO	NO	NO	NO	NO						
35	Involucramiento con la Acción Social	Caja Paita		NO											
36	Contribución para Campañas Políticas	Caja Paita	1	NO	SI	SI	SI								
37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	Caja Paita		NO											
38	Prácticas Anticorrupción y Anticoima	Caja Paita		NO	NO	NO									
39	Liderazgo e Influencia Social	Caja Paita		NO	NO										
40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	Caja Paita		NO	NO	NO									



Comercial																					
30	Excelencia de la atención	Caja Metropolitana	3	N/A																	
31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	Caja Metropolitana		N/A	N/A																
32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en la Comunidad de Entorno	Caja Metropolitana																			
33	Relaciones con Organizaciones Locales	Caja Metropolitana	1		N/A	N/A	N/A														
34	Financiamiento de la Acción Social	Caja Metropolitana	3	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A												
35	Involucramiento con la Acción Social	Caja Metropolitana	2	N/A																	
36	Contribución para Campañas Políticas	Caja Metropolitana	3	N/A	N/A	N/A	N/A														
37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	Caja Metropolitana	2																		
38	Prácticas Anticorrupción y Anticoima	Caja Metropolitana	3	NO	NO	NO															
39	Liderazgo e Influencia Social	Caja Metropolitana	1	NO	NO																
40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	Caja Metropolitana	3	NO	NO	NO															



1	Compromisos éticos	Caja de Trujillo	4	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
2	Arraigo en la cultura organizativa	Caja de Trujillo	3	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI															
3	Gobierno corporativo	Caja de Trujillo	2	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	N/A	N/A	NO	NO	SI	SI	SI	SI	
4	Relaciones con la competencia	Caja de Trujillo	2	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI													
5	Diálogo e involucramiento de los grupos de interés (stakeholders)	Caja de Trujillo	3	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI															
6	Balance Social / Reporte de Sostenibilidad	Caja de Trujillo	3	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO														
7	Informaciones adicionales	Caja de Trujillo	3	SI	SI	NO																					
8	Gestión participativa	Caja de Trujillo	3	SI	SI																						
9	Informaciones adicionales	Caja de Trujillo	2	NO	SI	SI	NO																				
10	Compromiso con el desarrollo infantil	Caja de Trujillo	1	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	SI	SI								
11	Valoración de la diversidad	Caja de Trujillo	3	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI	NO			
12	Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial	Caja de Trujillo	3	SI	SI	NO	NO																				
13	Compromiso con la promoción de la equidad de género	Caja de Trujillo	3	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO										
14	Relaciones con trabajadores tercerizados	Caja de Trujillo	3	NO	SI	N/A		NO	NO	NO	NO	NO															
15	Política de remuneración, prestaciones y carrera	Caja de Trujillo	2		SI	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI												
16	Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo	Caja de Trujillo	1	SI	SI	NO	NO	SI	N/A	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO								
17	Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad	Caja de Trujillo	2	NO	NO	NO	NO																				
18	Conducta Frente a Despidos	Caja de Trujillo	2	NO	NO	NO	NO	NO																			
19	Preparación para jubilación	Caja de Trujillo	3	NO	NO	NO	NO	N/A	NO																		
20	Compromiso con el Mejoramiento de la Calidad Ambiental	Caja de Trujillo	4	SI	NO	NO	NO	NO	NO																		
21	Educación y Concientización Ambiental.	Caja de Trujillo	3	SI	NO	NO																					
22	Gerenciamiento del Impacto en el Medio Ambiente y del Ciclo de Vida de Productos y Servicios.	Caja de Trujillo	2	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO																	
23	Sustentabilidad de la Economía Forestal	Caja de Trujillo	2	NO	NO	NO	NO	NO	NO																		
24	Minimización de Entradas y Salidas de Insumos	Caja de Trujillo	1	NO	SI	NO	SI	SI	NO																		
25	Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores	Caja de Trujillo	3	SI	SI	SI	SI	N/A	N/A	NO	N/A	SI	SI	SI	N/A												
26	Trabajo Infantil en la Cadena Productiva	Caja de Trujillo	1	N/A	NO																						
27	Trabajo Forzado en la Cadena Productiva	Caja de Trujillo	1	NO	NO	NO																					
28	Apoyo al Desarrollo de Proveedores	Caja de Trujillo	1	NO	SI	NO	NO	N/A	N/A	N/A	SI																
29	Política de Comunicación Comercial	Caja de Trujillo		SI																							
30	Excelencia de la atención	Caja de Trujillo		SI	SI	SI	SI	SI	N/A	N/A	SI	SI	N/A	N/A	N/A												
31	Conocimiento y Gerenciamiento de los Daños Potenciales de los Productos y Servicios	Caja de Trujillo																									
32	Gerenciamiento del Impacto de la Empresa en	Caja de Trujillo																									

la Comunidad de Entorno

33	Relaciones con Organizaciones Locales	Caja de Trujillo					
34	Financiamiento de la Acción Social	Caja de Trujillo					
35	Involucramiento con la Acción Social	Caja de Trujillo					
36	Contribución para Campañas Políticas	Caja de Trujillo	3	NO	NO	NO	NO
37	Construcción de la Ciudadanía por las Empresas	Caja de Trujillo	4	NO			
38	Prácticas Anticorrupción y Anticoíma	Caja de Trujillo	4	NO	NO	NO	
39	Liderazgo e Influencia Social	Caja de Trujillo	3	NO	NO	NO	
40	Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales	Caja de Trujillo	1	NO	NO	NO	

