REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

"ANÁLISIS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE RSE EN EMPRESAS EXPORTADORAS DE TEXTILES Y LA EXIGENCIA DEL MISMO POR LAS EMPRESAS IMPORTADORAS, REGIÓN AREQUIPA, 2014"

Tesis presentada por los Bachilleres:
Suarez Meza, Mirella Patricia
Rubina Rubina, Ximena

Para optar por el Título Profesional de:
INGENIERO COMERCIAL EN LA ESPECIALIDAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

AREQUIPA- PERÚ
2015

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen por darnos la oportunidad de realizar juntas este trabajo y por la fortaleza brindada para enfrentar los retos que se nos presentaron en el camino durante la investigación.

A nuestros padres por su apoyo incondicional e inspiración en cada momento del proceso de elaboración del presente trabajo.

Y queremos agradecer a las personas que generosamente nos brindaron su tiempo y apoyo en la realización de esta investigación.

Mirella S. y Ximena R.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

EPÍGRAFE

Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo

Albert Einstein.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

INDICE GENERAL

DEDICATORIA..... ¡Error! Marcador no definido.
EPÍGRAFE..... ¡Error! Marcador no definido.
INDICE DE CONTENIDO..... ¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE CUADROS..... ¡Error! Marcador no definido.
INDICE DE GRÁFICOS ..... ¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE FIGURAS..... ¡Error! Marcador no definido.
GLOSARIO DE TERMINOS..... ¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN..... ¡Error! Marcador no definido.**i**
SUMMARY ..... ¡Error! Marcador no definido.**i**
INTRODUCCIÓN ..... ¡Error! Marcador no definido.**i**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SECTOR TEXTIL

1.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.1. CONCEPTO ..... **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.2. ÁMBITOS DE ACCIÓN ..... **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.3. GRUPOS DE INTERÉS ..... **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.4 DIMENSIONES ..... **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.5 NIVELES DE LA APLICACIÓN DE RSE ..... **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.5.1. Responsabilidades primarias ..... **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.5.2. Responsabilidades secundarias..... **¡Error! Marcador no definido.**1

1.1.5.3. Responsabilidades terciarias..... **¡Error! Marcador no definido.**2

1.1.6 CARACTERÍSTICAS DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.7 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MUNDO..... **¡Error! Marcador no definido.**

1.1.7.1. Caso en el mundo: Grupo Nutresa ..... **¡Error! Marcador no definido.**4

1.1.8 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL PERÚ **¡Error! Marcador no definido.**6

1.1.8.1. Caso peruano N°1: Sociedad minera Cerro Verde 18

1.1.8.2. Caso peruano n°2: Grupo Inca 19

1.1.8.3. Las Mypes y la RSE 21

1.1.8.4. Herramientas de medición de RSE 23

1.1.9 PAPEL DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN LA RSE ... **¡Error! Marcador no definido.**8

1.1.9.1. Organismos que contribuyen con la aplicación de la RSE en el Perú y el mundo..... **¡Error! Marcador no definido.**8

1.1.10 BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE EN LAS EMPRESAS..... 31

1.2. LA INDUSTRIA TEXTIL ..... **¡Error! Marcador no definido.**4

1.2.1. DESCRIPCIÓN ..... **¡Error! Marcador no definido.**4

1.2.2 CLASIFICACIÓN DE LA INDUSTRIA..... **¡Error! Marcador no definido.**4

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.2.2.1. Industria textil propiamente dicha ..... **¡Error! Marcador no definido.**4
1.2.2.2. Industria textil de confección ..... **¡Error! Marcador no definido.**5
1.2.3.CLASIFICACIÓN DE LOS TEXTILES ..... **¡Error! Marcador no definido.**5
1.2.4.INDUSTRIA TEXTIL EN EL MUNDO ..... **¡Error! Marcador no definido.**7
1.2.4.1. Producción y consumo a nivel mundial ..... **¡Error! Marcador no definido.**7
1.2.4.2. Exportaciones mundiales de textiles ..... **¡Error! Marcador no definido.**8
1.2.5 LA INDUSTRIA TEXTILERA EN EL PERÚ 40
1.2.5.1. PBI y el sector manufactura 40
1.2.5.2. PBI del país, el sector textil y confecciones 41
1.2.5.3. Exportaciones peruanas de textiles y confecciones 42
1.2.6. INDUSTRIA TÉXTIL EN AREQUIPA ..... **¡Error! Marcador no definido.**9
1.2.6.1. Número de empresas de textiles y confecciones en Arequipa **¡Error! Marcador no definido.**9
1.2.6.2. Exportaciones de textiles en Arequipa 50
1.2.6.2.1.Principales paises de destino 52
1.2.6.2.2 Principales prendas de vestir y textiles exportados 52

CAPITULO II

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

2.1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO ..... **¡Error! Marcador no definido.**5
2.1.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS ..... **¡Error! Marcador no definido.**5
2.1.1.1 Técnica ..... **¡Error! Marcador no definido.**5
2.1.1.2. Instrumento. ..... **¡Error! Marcador no definido.**5
2.2. APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA ..... **¡Error! Marcador no definido.**5
2.2.1 OBJETIVOS DE LA ENTREVISTA ..... **¡Error! Marcador no definido.**5
2.2.2. ESTRUCTURA DE LA ENTREVISTA ..... **¡Error! Marcador no definido.**6
2.2.3. APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA ..... **¡Error! Marcador no definido.**6
2.3. PRESENTACION DE RESULTADOS ..... **¡Error! Marcador no definido.**7
2.3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS . **¡Error! Marcador no definido.**7
2.4. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS ..... **¡Error! Marcador no definido.**4
CONCLUSIONES 78
RECOMENDACIONES 79
BIBLIOGRAFÍA ..... **¡Error! Marcador no definido.**1

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

ANEXOS .....**¡Error! Marcador no definido.**4

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°1: Prácticas de RSE, en base a las dimensiones y ámbitos de RSE.....9
CUADRO N°2: Responsabilidades secundarias.....11
CUADRO N°3: Clasificación de las Fibras.....36
CUADRO N°4: Flujo de la cadena productiva del sector textil.....36
CUADRO N°5: Producto bruto interno por sectores productivos.....41
CUADRO N°6: Exportaciones de las prendas de vestir.....45
CUADRO N°7: Principales empresas exportadoras de confecciones.....46
CUADRO N°8: Principales empresas exportadoras de textiles.....48
CUADRO N°9: Arequipa: empresas manufactureras según tamaño.....49
CUADRO N°10: Arequipa: número de empresas textiles por tamaño.....50
CUADRO N°11: Principales empresas Arequipeñas exportadoras de textiles.....51
CUADRO N°12: Estructura de exportaciones por principales países de destino.....52
CUADRO N°13: Arequipa: Estructura de exportaciones por principales productos.....54
CUADRO N°14: Descripcion de las exigencias.....64
CUADRO N°15: Aplicación y exigencia en la práctica de la RSE.....75
CUADRO N°16: Exigencias y seguimiento de sus actividades Socialmente Resp…….....76
CUADRO N°17: Motivo por el que aplica RSE.....76
CUADRO N°18: Descripción de las exigencias.....77

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1: Herramientas de RSE más usadas por el empresario peruano 2014.....24
GRÁFICO N°2: Perú, PBI según actividad económica.....42
GRÁFICO N°3: Exportaciones peruanas de textiles…….....43
GRÁFICO N°4: Principales países de destino de las Exportaciones de Prendas de Vestir (2014).....47
GRÁFICO N°5: Principales países de destino de Textiles (2014).....49

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

GRÁFICO N°6: Exportaciones Totales de Arequipa (2004-2014)……. 51
GRÁFICO N°7: Clasificación de la muestra por tamaño 57
GRÁFICO N°8: Principales países donde exporta 58
GRÁFICO N°9: Acuerdo con los clientes 58
GRÁFICO N°10: Requerimientos y exigencias de los clientes 59
GRÁFICO N°11: Definición de Responsabilidad Social Empresarial 60
GRÁFICO N°12: Aplicación de RSE 61
GRÁFICO N°13: Razones porque no se aplica RSE 62
GRÁFICO N°14: Aspectos en que es Socialmente Responsable 63
GRÁFICO N°15: Exigencias en la práctica de la RSE 64
GRÁFICO N°16: Descripción de las exigencias 65
GRÁFICO N°17: Seguimiento de los clientes en las actividades de la empresa 66
GRÁFICO N°18: Motivo por el que aplica RSE 67
GRÁFICO N°19: Plan anual de RSE 68
GRÁFICO N°20: Recursos utilizados para aplicar el Plan de RSE 69
GRÁFICO N°21: Certificación 70
GRÁFICO N°22: La RSE y el efecto en los costos de la empresa 71
GRÁFICO N°23: Valor de los productos afectados por la RSE 72
GRÁFICO N°24: Certificación de los proveedores 73
GRÁFICO N°25: Calificación como empresa Socialmente Responsable 74

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N°1: Grupos de Interés de la Responsabilidad Social Empresarial 6
FIGURA N°2: Dimensión Interna y externa de la RSE 8
FIGURA N°3: Niveles de evaluación de aplicación de la RSE 10
FIGURA N°4: Organizaciones que reconocen la práctica de RSE 23
FIGURA N°5: Reconocimiento ESR 25
FIGURA N°6: Global Reporting Initiative 26
FIGURA N°7: The Global Compact 27
FIGURA N°8: Consumo y producción de textiles a nivel mundial , 2012 38
FIGURA N°9: Principales exportadores de textiles y vestido, 2013 39

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Filantropía:** Tendencia a procurar el bien de las personas de manera desinteresada, incluso a costa del interés propio. (Real Academia Española)

- **Global Reporting Initiative (GRI):** Estándar internacional de reporte para el uso voluntario por parte de organizaciones con el fin de reportar sobre las dimensiones económicas, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios. (Global Reporting Initiative, 2011)

- **Grupos de Interés (Stakeholders)**: Trabajadores, accionistas, proveedores, población, entre otros que se ven afectados por las acciones o decisiones de la empresa. (IESE, 2009)

- **Global Organic Textile Standard (GOTS):** Principal norma en el procesamiento de textiles hechos con fibra orgánica. Contiene requisitos claros para el cuidado del medio ambiente a lo largo de la cadena de provisión de textiles orgánicos a la vez que sostiene el cumplimiento de criterios sociales. (Global Organic Textils Estándar, 2012)

- **Responsabilidad Social:** Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible. (ISO 26000)

- **Desarrollo Sostenible:** Desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Comisión Mundial del Medio Ambiente, 1987)

- **Ventaja Competitiva:** Cualquier característica de la empresa que la diferencia de otras colocándola en una posición relativa superior para competir y además, estas características le permiten obtener un rendimiento superior a la otras empresas en su actuación competitiva. (Guerras y Navas, 2007)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso que toman las empresas con el objetivo de mejorar el bienestar de la comunidad mediante nuevas prácticas empresariales, no solo haciendo partícipes a sus trabajadores, sino a todos los agentes con los que se relaciona para conjuntamente trabajar y lograr ser actores políticos del proceso de transformación de la sociedad.

Cada vez más, los mercados y la sociedad exigen que las empresas no solo obtengan beneficios económicos, sino que contribuyan a la solución de problemas sociales. Tradicionalmente eran los gobiernos quienes se encargaban de la comunidad, sus necesidades y el ambiente, sin embargo, el papel de las empresas ha cambiado, por lo que se enfocan también en dichos aspectos.

Sin embargo, esta preocupación por la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial ha sido impulsada principalmente gracias a las empresas transnacionales, quienes fomentan el desarrollo de sus actividades y las de sus proveedores que vayan de la mano con el concepto de RSE.

El sector textil en Arequipa, es uno los principales sectores productivos y uno de los que mayores negociaciones tiene con sus clientes en el extranjero. A pesar de la fuerte competencia que tiene, especialmente con los países asiáticos, los empresarios exportadores de textiles de la Región se dedican a cumplir con las exigencias no solo técnicas del producto, sino cumplir y aplicar la RSE con sus stakeholders para así atraer a más clientes mediante sus buenas prácticas.

De esta manera, el objetivo principal de este trabajo de investigación es analizar de qué forma se implementa la RSE en las empresas exportadoras del sector textil de la región Arequipa, para tener un panorama mucho más claro de cómo se desarrolla el esperado equilibrio entre los ámbitos de acción tanto económicos, ambientales y sociales de dicho sector; además de como este puede generar beneficios tanto en aspectos internos como en sus relaciones internacionales y refuerzo de la competitividad ante un entorno global que presenta cambios acelerados.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

SUMMARY

Corporate Social Responsibility (CSR) is the commitment made by companies with the aim of improving the welfare of the community through new business practices, not only by involving workers, but all agents with which relates to jointly work and attain political actors of the transformation of society.
Increasingly, markets and society require companies to not only economic gain but rather contribute to solving social problems. Traditionally governments who were responsible for the community, its needs and the environment, however, the role of business has changed, so also focus on these aspects.

However, this concern for the implementation of Corporate Social Responsibility has been mainly driven by transnational corporations who promote the development of their activities and those of its suppliers that go hand in hand with the concept of CSR.

The textile sector in Arequipa, is one the main productive sectors and one that has further negotiations with customers abroad. Despite the strong competition that has especially Asian countries , exporters of textile entrepreneurs in the region are engaged not only meet the technical requirements of the product, but to fulfill and implement CSR with all stakeholders and attract more customers through their good practices.

Thus, the main objective of this research is to analyze how CSR is implemented in exporting textile companies in the Arequipa region, to have a much clearer picture of how the expected equilibrium develops between the fields action on the economic, environmental and social aspects of this sector; well like this it can generate benefits both internal aspects as in their international relations and strengthening competitiveness in a global environment that has accelerated change.

INTRODUCCIÓN

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Por más de diez años, la ciudad de Arequipa se ha consolidado como una de las ciudades más importantes en cuanto a la confección y exportación de las mejores y más solicitadas prendas de vestir y confecciones de lana y de algodón. Debido a la mayor competencia entre los diferentes países, los proveedores deben cumplir fielmente con las exigencias de sus clientes para no perder negociaciones ni contactos.

Debido a esta gran demanda internacional y la alta competencia, las unidades productoras son más grandes, requieren más trabajadores preparados, mayores y mejores recursos de calidad, proveedores y colaboradores comprometidos que trabajan para lograr el beneficio común de la empresa, no solo cumpliendo las exigencias de los clientes, sino que preservando el medio ambiente y teniendo en cuenta las necesidades del entorno que rodea a la empresa.

De esta manera, la presente investigación tiene como objetivo principal determinar los efectos que tiene la implementación de la RSE en las empresas exportadoras y en su entorno al ser una exigencia de las empresas importadoras de textiles y como estas exigencias pueden afectar a la propia empresa, sus proveedores y la comunidad.

La investigación está dividida en dos capítulos, en el primero de ellos; es el **Marco Teórico** donde se desarrollan los principales ámbitos de actuación de la Responsabilidad Social Empresarial, el concepto, los stakeholders, el análisis de la industria textil y como se viene desarrollando el modelo en el mundo, en el Perú y en la Región Arequipa. En el segundo capítulo, se desarrolla la **Presentación de los Resultados de la Investigación**, donde se describe la información con la que se ha trabajado y el análisis y la descripción de la RSE en las empresas exportadoras de textiles en Arequipa y las funciones de los agentes gubernamentales y otros organismos que desempeñan esfuerzos para que más empresas de diferentes sectores se beneficien con la RSE proponiendo diferentes modelos. Finalmente, el estudio culmina con la **Comprobación de la Hipótesis**, las conclusiones finales y recomendaciones.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EL SECTOR TEXTIL

Con la finalidad de lograr un mejor entendimiento de la investigación y los conceptos involucrados en la misma, se desarrolló las principales definiciones y características de la Responsabilidad Social Empresarial, para poder vincularla posteriormente con en el escenario del sector textil.

1.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1.1 CONCEPTO

La Responsabilidad Social Empresarial es uno de los 4 tipos de Responsabilidad Social[1] que existe, cada uno de ellos tiene como base el compromiso con el entorno donde se desenvuelven y la capacidad de respuesta a los efectos e implicaciones de las acciones de la organización o individuo.

Teniendo como base la preocupación general de la Responsabilidad Social podemos entender cómo Responsabilidad Social Empresarial, (RSE) al compromiso de las empresas con el entorno social y ambiental donde se desarrolla; pero debido a la globalización, al alto comercio, al desarrollo de la sociedad y el mundo de los negocios, este concepto puede ser aún más complejo. Según el Libro Verde (2001) la RSE es "*la integración voluntaria, por parte de las empresas…*'' esto quiere decir que la decisión de una empresa para ser Socialmente Responsable parte únicamente de ella misma, sin ser un acto obligatorio que este impuesto por algún órgano superior a ella.

Hoy en día el mundo empresarial está afrontando cambios en base a la orientación de sus negocios y la notable necesidad de las empresas por figurar y tener características que las diferencien de las demás en un ambiente tan competitivo y globalizado.

> La responsabilidad social empresarial es el fruto de la globalización: un proceso de creciente interdependencia, producto del avance tecnológico, que orilla a los distintos países del mundo, así

[1] Las 4 Clases de Responsabilidad Social son: Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad Social Gubernamental, Responsabilidad Social Ambiental y Responsabilidad Social Personal o Individual.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

> como a sus organizaciones y ciudadanos, a establecer como base de viabilidad y conveniencia una serie de valores compartidos en los planos económico, político, social y cultural. (González, 2008)

Es por esto que debido al desarrollo inminente de nuestra sociedad y a las nuevas necesidades que surgen tanto en las empresas como en los consumidores, la RSE es hoy una obligación moral que surge de la conciencia de la empresas por el impacto que sus operaciones comerciales causan en su entorno ya sea interno o externo.

Sin embargo, ser una Empresa Socialmente Responsable va más allá de atender y anticiparse a las necesidades del entorno donde se desarrolla la empresa, también incluye generar un compromiso de todos los órganos que laboran en la misma, desde la alta dirección hasta el cuerpo de trabajadores para lograr un desarrollo sostenible a largo plazo de las actividades de RSE enfocadas a todos sus grupos de interés y que vayan de la mano con una correcta práctica de la ética, es decir lograr un desarrollo sin perjudicar a personas o instituciones durante la consecución de sus objetivos.

El Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial (2007)[2] establece que:

> La responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria por parte de la empresa, en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y de los impactos que se derivan de sus acciones.

RSE comienza con el cumplimiento de las leyes y normas relacionadas con el rubro de la empresa, pero este tipo de actividades son solo el comienzo, debido a que la RSE trata de exceder el marco legal. Como por ejemplo, no solo velar por cumplir con las obligaciones, seguridad y beneficios relacionados a los trabajadores sino también la toma de acciones proactivas relacionadas con las necesidades, desarrollo personal, desarrollo de la salud, etc.

Dicho esto, la RSE hace referencia al compromiso voluntario de las entidades relacionado con la conciencia de los efectos que sus operaciones comerciales causan en su entorno y stakeholders involucrados, teniendo la naturaleza transversal de la RSE, la práctica de este e involucra a todos las áreas, departamentos y actividades de la organización. Es importante lograr un compromiso en base a valores, comportamiento y actuaciones relacionados para que sea realmente efectivo y conduzcan a la sostenibilidad entrelazada del entorno de la empresa.

[2] Foro organizado por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social de España, el cual congregó a 40 representantes de todos los sectores sociales ONG, Universidades, Empresas y Administraciones Públicas, con la finalidad de facilitar, a través de sus conclusiones, la labor del Gobierno a la hora de elaborar una ley sobre Responsabilidad Social Corporativa.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

No se debe olvidar que la RSE está fuertemente ligada a la sostenibilidad y a la consideración, interiorización y gestión de los impactos económicos, de esta forma la RSE en una empresa debe estar comprometida con la generación de valor para todos los grupos implicados en base a sus ámbitos de acción.

1.1.2 ÁMBITOS DE ACCIÓN

Es importante tener en cuenta que los ámbitos de acción son un marco general en donde la empresa puede ubicar sus actividades a grandes rasgos para maximizando su valor y posteriormente plantear una primera idea equilibrio que luego se trabaje más a detalle en términos internos, externos y relacionados con sus respectivos grupos de interés. Los tres ámbitos de acción son:

a. Ámbito Social

Se refiere a el impacto que causan las actividades de la empresa en las personas, en este grupo se incluye a los trabajadores y el entorno social donde las empresa desarrolla sus operaciones.

Se consideran 3 áreas a trabajar dentro del ámbito social:

- Relaciones Laborales; muy aparte del cumplimiento de las obligaciones fundamentales respecto a los trabajadores, es importante considerar diferentes aspectos que permitan mejorar el entorno de trabajo como: Seguridad y salud, Formación, Diversidad e igualdad, Libertad sindical y negociación colectiva, Erradicación del trabajo infantil, accesibilidad.

- Relaciones con la sociedad; independientemente del tamaño de la empresa estas generan una contribución a las comunidades donde están ubicadas o con las que trabajan; para poder lograr un impacto positivo esta debe desarrollar diálogos, abiertos y honestos con sus grupos de interés relacionados e identificar los temas que importantes para ambos y en los que la empresa puede tener acciones.

- Acción Social; la empresa debe enfocarse en invertir sus esfuerzos en aquellas actividades, y proyectos sociales que mayor beneficio le otorgue tanto a la sociedad como a la empresa.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

El enfoque de la RSE en base al ámbito social puede considerar estos beneficios:

- Atracción y mejor retención de talento; mientras más talento sea capaz de capar y retener una empresa esta será más competitiva con las posibilidades de tener una mayor capacidad de innovación.
- Incremento de la calidad y Productividad; mejorar el clima organizacional influye en la motivación, compromiso de los colaboradores para con la empresa mejorando así la productividad y calidad del trabajo.
- Mejora de la imagen de la empresa reduciendo los riesgos de mala reputación.

b. Ámbito Medioambiental

Engloba todos los aspectos relacionados con los impactos medioambientales que genera la empresa con sus actividades desde los consumos energéticos, y utilización de recursos, hasta el diseño de productos y servicios y la presentación o producción de los mismos, tanto internos como los externos derivados de los productos o servicios prestados.

Cuando una empresa trabaja de manera eficiente el ámbito ambiental mejorará su competitividad, potenciando sus impactos ambientales positivos y reduciendo o eliminando los negativos .Los temas a considerar son:

- Eficiencia en el consumo de recursos.
- Cambio climático y emisiones de efecto invernadero.
- Generación y gestión de residuos.
- Biodiversidad y espacios naturales.
- Eco-diseños y análisis de ciclo de vida.
- Sensibilización y educación ambiental.

c. Ámbito Económico

Abordan los aspectos relacionados con la ética y el buen gobierno, la eficiencia operacional, la capacidad de innovar, la evaluación de cadena de suministros. (Estudio de la RSE, 2010)

La gestión responsable y adecuada de la cadena de suministros, a largo plazo, refleja beneficios económicos que pueden considerarse muy importantes para la empresa como por ejemplo:

- Reducción de riesgos por mala reputación y costos relacionados.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Cadena de suministro calificada y eficiente
- Confianza, fidelidad y relaciones duraderas entre los involucrados, para un entorno de cooperación.

"Una falsa creencia sobre la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial es que cuesta dinero. Es cierto que, para conseguir algunos de los beneficios, se requiere hacer cambios y para ello hace falta un esfuerzo añadido, a veces inversiones adicionales también, pero a la larga, todos reportan un retorno positivo para la empresa"(John Scade, s.f., p.31) en su libro Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial.[3]

A partir de estos campos de acción se puede analizar la clasificación e identificación de grupos de interés y las acciones a tomar según las dimensiones de la RSE.

Según el estudio de Responsabilidad Social Empresaria en Málaga (2010), la RSE persigue la sostenibilidad de la empresa mediante el equilibrio entre los ámbitos de acción antes mencionados, lo cual puede resumirse en tres aspectos:

- Ser una empresa económicamente eficiente.
- Ser socialmente responsable.
- Ser medioambientalmente respetuosa.

1.1.3 GRUPOS DE INTERÉS

Tambien conocidos como StakeHolders, Freeman (1984) define como grupo de interés a "Aquellas personas, grupos u organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa y que, por lo tanto, pueden verse afectados por las decisiones y acciones de la organización, y que recíprocamente pueden influir o ejercer poder en ella" (p.3). Existen muchas definiciones sobre el término de StakeHolders, pero todas señalan que son un grupo de personas y/o entidades que se ven afectados ya sea de manera positiva o negativa por las operaciones de una empresa en un ámbito externo o interno.

Las empresas que tienen como objetivo ser sostenibles por ello, necesitan tener una actitud proactiva frente a sus stakeholders de manera que puedan anticiparse a las necesidades de los mismos, identificando, comprendiendo y respondiendo a los temas y preocupaciones que cada uno posee, según el nivel de relación que tenga cada grupo de interés con la empresa. Es importante tener en cuenta que en la actualidad los StakeHolders condiciona la sostenibilidad y

[3] El libro de Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial, forma parte de la colección de wikilibros, un proyecto de EOI, la escuela de organización industrial, patrocinado por la Unión Europea.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

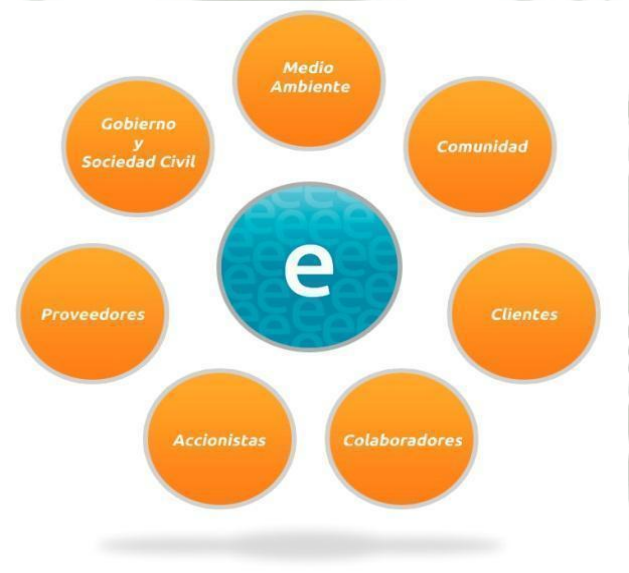
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

los resultados de la organización, dependiendo del impacto directo o indirecto que estos ocasionen en ella.

Estos grupos de interés son por los cuales la RSE responde y desarrolla sus actividades, ya que la verdadera consolidación de RSE es sinónimo de planificación estratégica del negocio en base a sus grupos de interés y la gestión adecuada de ambos, la cual pueda dar como resultado oportunidades de crecimiento para ambos.

FIGURA N° 1
GRUPOS DE INTERÉS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



Fuente y elaboración: Perú 2021

Los Stakeholders pueden dividirse en Primarios y Secundarios teniendo en cuenta el nivel de participación que tiene dentro y fuera de la empresa:

a. Primarios

Grupo de personas u organizaciones que son fundamentales para el funcionamiento y desarrollo de operaciones de la empresa; clientes, proveedores, colaboradores y accionistas.

b. Secundarios

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Grupo de personas u organizaciones que no participan de forma directa en las operaciones de una empresa, pero sus acciones si pueden afectar de alguna forma al desarrollo de operaciones de la empresa; Comunidad, medio Ambiente, gobierno y sociedad civil

Las empresas que desean ser socialmente responsables deben trabajar en la correcta identificación de sus grupos de interés ya que no todos estos mantienen el mismo nivel de relación con la organización, ni requieren la misma atención ni información, por lo cual, la empresa debe encontrar un equilibrio para poder lograr un desarrollo sostenible a largo corto y mediano plazo.

Tener claros los Stakeholders de la empresa, la participación y relación que tienen estos con la organización ayuda a la integración de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y respeto de los derechos humanos que surgen del diálogo transparente entre las empresas y grupos de interés.

Una parte importante de la gestión de grupos interés es la comunicación, la cual contribuye a las bases del desarrollo de RSE. Cuanto mejor sea la calidad del diálogo entre empresa y StakeHolders mejor serán los resultados obtenidos por la organización.

1.1.4 DIMENSIONES

Las Dimensiones de la RSE hacen referencia a los ambientes en los cuales se pueden poner en desarrollo las acciones y decisiones tomadas a raíz de la correcta identificación de los grupos de interés y sus respectivas necesidades.

Luego de tener una lista de acciones en base a estrategias obtenidas por el desarrollo del plan de RSE es necesario tener todos los factores internos y externos y donde ubicar las acciones que se plantean. El libro verde de la RSE (2001) establece en términos más profundos las dimensiones que este involucra y se desarrollan a continuación:

a. Dimensiones Internas:

Hace referencia a las acciones y prácticas que cada empresa debe completar en su gestión interna, en aspectos relacionados con la gestión de recursos humanos, gestión de ética y de buen gobierno, la calidad de los productos y servicios, los sistemas de gestión implantados, y también los aspectos medioambientales vinculados con la producción y/o presentación de servicios o productos,(la selección, formación o promoción de las personas, prevención de la salud, seguridad en el trabajo, innovación, gestión de los aspectos medioambientales consumo de recursos, etc.)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Esta dimensión brinda la posibilidad de administrar el cambio y armonizar el desarrollo social e incrementar la competitividad. Por lo general aquí están ubicados grupos de interés relacionados con los sindicatos, el personal directivo, accionistas y colaboradores en general.

b. Dimensiones Externas:

Se refiere a cómo la empresa actúa y se integra con su entorno, los aspectos medioambientales generados por sus servicios, productos u operaciones, su impacto en el cambio climático, la relación con los financiadores, competencia o cadena de suministro y su capacidad de crear empleo y distribuir riquezas.

Por lo general aquí se ubican grupos de interés relacionados con la ciudadanía, Medios de comunicación, Organizaciones empresariales, inversores, organizaciones reguladoras, etc.

FIGURA N° 2
DIMENSIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA RSE

Fuente: Libro Verde de la RSE (2005)
Elaboración: Social21

Es normal que para las empresas en general sea mucho más sencilla la gestión de la dimensión interna, esto se debe a que estas actividades involucran muchos procesos normales y naturales de la empresa o exigencias de la ley, lo que por lo general compromete la productividad de la organización.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Las Dimensiones, también pueden ayudar a la empresa a tener una visión clara para decidir en qué ámbito de la RSE enfocarse, mediante la exposición de aspectos tanto en el ámbito interno como externo, como se muestra en el Cuadro N°1; para luego desglosarse en futuras acciones o estrategias conforme los stakeholders identificados.

CUADRO N° 1
PRÁCTICAS DE RSE EN BASE A LAS DIMENSIONES Y ÁMBITOS DE RSE

	Social	Económico	Medio Ambiente
Interna	Beneficios Sociales Conciliación Gestión de la Diversidad Igualdad de Género Formación y desarrollo Discapacidad Accesibilidad	Transparencia y comunicación Sistemas de Gestión de la Calidad Eficiencia operacional Modelos de excelencia Gestión de la Innovación Medición	Ecoeficiencia Reducción de emiciones CO^2 Reciclaje Reducción de consumo energéticos Reducción consumo de recursos
Externa	Voluntariado Creación de empleo Inplicacion en la comunidad Integración de colectivos desfavorecidos	Evaluación de cadena de proveed. Capacidad de acceder a nuevos mcdos. Inversion socialmente responsable Donaciones y patrocinios.	Conservación del entorno Reforestación Compensación de emisiones de CO^2 Formación ambiental a clientes

Fuente: Roadmap Excelencia y Responsabilidad, SL.
Elaboración: Propia

1.1.5 NIVELES DE LA APLICACIÓN DE RSE

Los Niveles en los cuales se puede evaluar la aplicación de RSE, están basados en los stakeholders donde se encuentran los trabajadores y la comunidad a la que afectan o están relacionadas las actividades de la empresa.

Cada nivel analizan las responsabilidades que la empresa debe enfrentar por cada etapa de la aplicación de RSE desde el interior de la empresa. Con esto se busca que la empresa tenga como prioridad todos los aspectos que están involucrados en sus operaciones internas para después preocuparse por los aspectos externos.

Bestratén y Pujol (2005) plantean tres niveles que ayudan a entender y evaluar mejor las prácticas de RSE. Es necesario señalar que el flujo indicado para el cumplimiento de estas actividades es de adentro hacia afuera como se muestra en la Figura N °3.

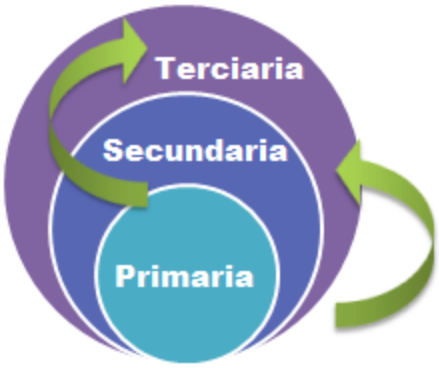
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Pero la mayoría de las empresas hoy en día enfocan sus prácticas sociales en el nivel más externo, es decir la terciaria ya que compromete aspectos externos y más visibles ante la sociedad y su entorno.

FIGURA N° 3
NIVELES DE EVALUACIÓN DE APLICACIÓN DE LA RSE



Elaboración: Propia
Fuente: Bestraten y Pujol

Por cada nivel de aplicación de RSE se incluyen responsabilidades que la empresa debe asumir, las cuales están relacionadas sus actividades de las empresas y los respectivos stakeholders por etapa.

1.1.5.1 Responsabilidades primarias

Son las responsabilidades que están ligadas fuertemente a las actividades mismas de la empresa como las corporativas, las vinculadas con los empleados y medio ambiente.

Las principales responsabilidades que pueden considerarse son:

- Respetar los derechos de los trabajadores y darles condiciones de trabajo dignas, que favorezcan su desarrollo personal y profesional.
- Promover una empresa sostenible y en crecimiento.
- Identificar y mitigar o evitar los impactos negativos sobre el ambiente.
- Cumplir las leyes y reglamentos que le sean aplicables.
- Distribuir equitativamente la riqueza generada.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.1.5.2 Responsabilidades secundarias

Estas responsabilidades son aún más complejas debido a que la empresa debe esforzarse más en unificar dos factores importantes: los trabajadores y la comunidad.

David Solano (2005) muestra una tabla donde clasifica las principales actividades según trabajadores y comunidad.

CUADRO N° 2
RESPONSABILIDADES SECUNDARIAS

Con los trabajadores	Con la comunidad
- Ofrecer calidad de trabajo en equilibrio con la vida extra laboral. - Favorecer la iniciativa, la autonomía y la creatividad en el trabajo. - Proporcionar empleos estables, en lo posible. - Favorecer el crecimiento intelectual y profesional de los trabajadores. - Facilitar asistencia para la salud, más allá de lo exigible. - Aportar información sobre la empresa en todos los aspectos, en lo posible. - Reconocer el esfuerzo y los logros alcanzados.	- Dar empleo a la comunidad local. - Mejorar el ambiente más allá de sus propias operaciones. - Publicitar con sus productos valores para un entorno social más humano. - Facilitar la integración de personas con habilidades especiales. - Ayudar a los proveedores a mejorar sus servicios. - Asesorar a la comunidad en materias en las cuales la empresa tenga conocimientos especializados. - Colaborar con la formación de jóvenes profesionales.

Fuente: Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse (2005)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.1.5.3 Responsabilidades terciarias

Las Responsabilidades terciarias son las menos vinculadas con actividades obligatorias. Además estas actividades deben ser consideradas después de tener un sólido cumplimiento con las actividades relacionadas con las responsabilidades previas.

Como se mencionó previamente estas actividad suelen ser practicadas con mayor facilidad por las empresas debido a que se aprecian como acciones ‘’benéficas’’ de la mismas hacia la comunidad y logran captar la atención de terceros, siendo aparentemente más “vistosas y relevantes”.

Entre ellas podemos mencionar:

- Apoyo a las comunidades vulnerables mediante donaciones.
- Contribución a la educación en todos sus niveles.
- Preocupación por la salud y bienestar de la comunidad.
- Creación de programas de ayuda para poblaciones o comunidades vulnerables.
- Otras.

1.1.6 CARACTERÍSTICAS DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

La RSE brinda variedades de conceptos e ideas a través del tiempo que varían según la coyuntura de un País, pero todos proponen características que una empresa debe poseer como base:

- Alto compromiso e interés voluntario en base a un comportamiento ético.
- Implementación de un modelo de gestión que tome en cuenta las expectativas de los grupos de interés o stakeholders de la empresa.
- Triple línea de acción: Económica, Social y Medioambiental.
- Responsabilidad sobre las consecuencias de sus operaciones.

Como sabemos la aplicación de un buen modelo de gestión de RSE impulsa a la empresa a generar condiciones dentro y fuera de su empresa que empujen al desarrollo sostenible de su entorno, para ello la organización debe tener claro los siguientes puntos:

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Un agente de cambio claro y reconocido.
- Manejo adecuado de sus Canales
- Estrategia de sostenibilidad
- Colaboración de la Alta dirección
- Alta Ética con acciones empresariales
- Objetivos claros respecto de lo que se quiere solucionar o aprovechar

En la práctica, las organizaciones suelen confundir la filantropía con acciones socialmente responsable, acción que después puede perjudicar a la empresa frente a algunos integrantes de su Grupo de interés. Para ello, se propone que las empresas deben aclarar que no son el Estado, que como entidad también pagan impuestos y cumplen con sus obligaciones para que el Gobierno invierta en obras necesarias para el desarrollo de la comunidad.

1.1.7 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MUNDO

Actualmente, los países buscan interconectarse y hacer más negociaciones entre ellos, con el objetivo de satisfacer y buscar nuevos productos que superen a los ya existentes, pero para ello, las empresas se muestran más exigentes en cuanto a las características que debe tener el producto mismo o para el proceso productivo, sin embargo, esas exigencias van más allá, tomando en cuenta la Responsabilidad Social Empresarial.

El término de RSE está de moda y la mayoría de las empresas lo utilizan como una estrategia de marketing, por lo cual se ha convertido en uno de los principales requerimientos dentro de las relaciones internacionales entre empresas y sus proveedores de otros países. Es así que el término se ha convertido en una nueva forma de hacer negocios, debido a que aporta a la competitividad de las empresas que lo aplican en cualquier parte del mundo.

El concepto viene de muchos años atrás en los países más desarrollados, gracias a la globalización y la interconexión entre países, son muchas más empresas las que se involucran con el tema, sin embargo, aún existen empresas que aún desconocen que sus acciones forman parte de ella. Vives y Peinado- Vara (2011) afirman que las prácticas que pueden ser consideradas innecesarias, o hasta filantrópicas, en un país desarrollado pueden ser básicas en países en vías de desarrollo.
Es importante también rescatar que en la evolución y la historia de la RSE, han existido diferentes agentes tanto públicos como propios de cada país que tienen el interés común de fomentar la implementación de la RSE en las empresas, de esta manera se formaron diferentes organismos.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Según el Instituto Ethisphere, entidad dedicada a la promoción y difusión de las principales empresas y países en aplicar la RSE, el principal país donde las empresas son las primeras en desempeñarse Socialmente Responsable en el sector Manufacturero es Estados Unidos, en cuanto a Latinoamérica, el principal es Guatemala y por la zona europea está Francia.
Para conocer cómo es que otras empresas implementan la RSE en sus acciones y en su cadena logística en diferentes partes del mundo, se presentó un caso del Grupo Nutresa, empresa dedicada la elaboración y comercialización de productos comestibles.

1.1.7.1 Caso en el mundo: Grupo Nutresa[4]

El Grupo Nutresa S.A. es la empresa líder de productos procesados en Colombia y la cuarta empresa más grande en Latinoamérica. Ha incursionado en el mercado con diferentes segmentos de negocio como: carnes frías, galletas, chocolates, café, helados y pastas. Actualmente forma parte del Pacto Global, por lo que ha adoptado diferentes normas y conductas de RSE. A continuación se presenta sus acciones socialmente responsables según el grupo de interés.

- **Empleados**

  - Evaluaciones periódicas del estado de salud y nutrición de sus trabajadores.
  - Programas para el control de los principales riesgos de salud dependiendo del diagnóstico de cada empresa de cada segmento.
  - Promoción de la actividad física y alimentación adecuada.

- **Proveedores**

  - Implementación de un Código de Conducta, el cual comprende ciertas normas que El Pacto Global lo exige y otras responsabilidades que los colaboradores deben cumplir. Su código consta de las siguientes partes: Selección y contratación, derechos humanos y condiciones laborales adecuadas, calidad y seguridad de los alimentos, medio ambiente, seguridad y salud ocupacional, anticorrupción y soborno, conflicto de intereses, protección de la información.
  - Con ayuda del Gobierno Colombiano impulsa y capacita a los agricultores con el fin de mejorar su cadena productiva de cacao y realizan investigaciones sobre el

[4] Grupo Nutresa (s.f.) Recuperado el 30 de Octubre del 2014. http://www.gruponutresa.com/es/desarrollo_sostenible

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

mejoramiento de las cosechas, manejo de plagas, desarrollo de los sembríos, etc. Los resultados son transferidos a los agricultores mediante programas de asistencia técnica.

- Proyecto que financia a los agricultores de pequeñas y medianas parcelas proveedoras para que adquieran más conocimientos sobre el cultivo de cacao.
- En alianza con otras entidades públicas y privadas promueve la siembra de otros frutos.
- A los proveedores que lo requieran, el grupo Nutresa ofrece asesoría en programas de desarrollo de cultivos, generación de valor, plagas, etc.
- Hace partícipes a los agricultores a las ruedas de negocios, para que conozcan los objetivos y metas que desea lograr la empresa, con ello el Grupo empresarial considera a los proveedores como parte importante en la cadena productora de chocolates y café.
- Con el programa "Fair Trade" se destinan fondos a programas educativos, de salud, infraestructura vial y medio ambiente en los poblados donde están ubicados sus proveedores.

- **Comunidad y Medio Ambiente**

- Cuenta con diferentes proyectos de apoyo social en las comunidades más pobres. Las áreas de interés son: nutrición, generación de ingresos, educación y salud.
- Promociona el voluntariado en la población de manera que más personas se unan a colaborar con las acciones de buenas prácticas empresariales.
- Apoyan programas de nutrición y educación de calidad a largo plazo.
- Implementó un programa para que los docentes integren las TIC en sus prácticas pedagógicas y los alumnos de los planteles más pobres de Colombia puedan aprender de ese tipo de enseñanza.
- Apoya proyectos sostenibles relacionados con el desarrollo social y desarrollan habilidades socio empresariales en las asociaciones de cultivadores.
- Promueve la integración y asociación de pequeños productores tanto en Colombia como en los países donde tiene sus centros de producción.
- Implementa diferentes programas que facilitan a los productores el acceso a recursos para el cultivo de especies y productos.
- Realizan capacitaciones en preparación de alimentos nativos, ferias gastronómicas y talleres para madres comunitarias de diferentes poblados de Colombia.
- Promueve la participación y las actividades culturales en Colombia y Latinoamérica.
- Gestiona una red de voluntarios que promueve el emprendimiento social y la integración entre los trabajadores de las empresas.

1.1.8 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL PERÚ

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Hace 20 años atrás no se desarrollaba el concepto de Responsabilidad Social en el Perú, con el paso del tiempo, las ONG empezaron a proyectar y relacionar la imagen de RSE con las secuelas del terrorismo y las necesidades que presentaba nuestro país. Debido a esto, la mayoría de las empresas perciben la RS como una actividad que no involucran a la organización.
Hoy en día gracias a la globalización y a las nuevas formas de ver los negocios, las empresas saben que la razón de ser de un negocio va más allá de las utilidades, es decir que involucran la sociedad y al medio ambiente y por ende han empezado a cambiar su visión y misión empresarial. En nuestro país ya es una realidad que no solamente las empresas del sector minero están gestionando el desarrollo de la RSE, sino que ya existen muchas otras empresas que se encuentran practicando acciones Socialmente Responsables en diversos sectores. La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú está tomando más importancia en las empresas, quienes la aplican como una herramienta de gestión, sin embargo, existen algunos proyectos empresariales en Latino América y otras partes del mundo que ya vienen impulsando el Tema del Desarrollo de Responsabilidad Social.

Según Perú 2021, nuestro país tiene el tercer lugar a nivel Latinoamérica en número de empresas que reportan a través del Global Reporting Initiative (GIR)[5], pero a pesar de ello solo el 1% de las empresas Peruanas practica RSE.
Entre este porcentaje existen tres tendencias sobre cómo implementan las empresas RSE en nuestro país:

- Las que elaboran proyectos sostenibles en el tiempo con base en la aplicación de RSE en su core business[6].
- Empresas que buscan impactar de forma positiva en sus stakeholders mediante proyectos.
- Las empresas que recurren a una consultora para el desarrollo de RSE, tercerizando esta actividad.

Estas tendencias están definidas por el tamaño de la empresa que decide implementar un modelo de gestión de RSE, la importancia que esto signifique para la misma y sobre todo el nivel de identificación y conocimiento que la alta dirección tenga del tema.

En el año 2009 el Fórum Empresa[7] publicó un estudio realizado a las Organizaciones del Norte y Sur de América, en el cual nuestro país formó parte. En dicho proyecto, se describe el estado

[5] Global Reporting Initiative (GRI) es una organización cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones. GRI produce un completo Marco para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, cuyo uso está muy extendido en todo el mundo.

[6] Core Business: Conjunto de actividades que realiza una empresa y que la caracterizan, definen y diferencian en el mercado.

[7] Forum Empresa es una alianza de organizaciones empresariales enfocadas en la Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

de la Responsabilidad Social Empresarial, los avances que han realizado en sus Organizaciones y las percepciones que tienen de su desarrollo.

Según este estudio la dimensión donde más han avanzado fueron las relaciones con los trabajadores, mientras las que han perdido importancia es el tema de medidas de anticorrupción. Así mismo se logró conocer que los niveles más altos de RSE se registran en las empresas más grandes con un 57%, mientras que las empresas menos desarrolladas entre las pequeñas y medianas empresas se encuentra en un 42%.

En el 2011, se llevó a cabo el mismo artículo que en el 2009 "Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina."[8] Perú nuevamente fue miembro de este estudio, el cual refleja resultados que se asemejan mucho a nuestra realidad.
El estudio se basó en las dimensiones de RSE y las acciones relacionadas a la guía del ISO 26000. A continuación se resumen los resultados encontrados:

- Los sectores donde se exige más la aplicación de RSE son los Retails y las Manufacturas.
- Un 55% de las empresas encuestadas informaron que si cuentan con políticas y estrategias Socialmente Responsables y que toda su organización es conocedora de dichos principios y si son difundidas al público en general, en Perú esta cifra es el 61%, los analistas informan que este grupo de empresas alcanzaron mejores niveles de RSE.
- El principal obstáculo para la ejecución/avance de la RSE según los empresarios es la Actitud pública ante la RSE la falta de confianza en el sector privado, así mismo afirman que las regulaciones en temas ambientales y laborales faltan desarrollarse más.
- La relación con los trabajadores fue la mejor desarrollada a lo largo del año 2011 según las organizaciones en América, entre el año 2009 y 2011 hubo un aumento del 15%.
- En el caso de Latinoamérica, específicamente Perú, las empresas encuestadas fueron 77, solo 16 de ellas presentan un Balance Social o un reporte de Sustentabilidad sobre la RSE.
- Los Normas o estándares Internacionales a los que más se adhieren son: ISO 9000 (20%) y Pacto Global (15%) dejando al último OHSAS 18001 y el ISO 26000.

Hoy en día los resultados son muy diferentes, y podemos decir que nuestro país avanzó más en los últimos 3 años que en los últimos 10. Además, en el Perú existen diversos reconocimientos y distinciones por la práctica de RSE, entre ellos podemos mencionar: Distintivo Empresa

[8] Para mayor información véase el artículo completo "El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina", 2011. FORUM EMPRESA. http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/El_estado_de_la_RSE_en.pdf

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Socialmente Responsable, Premio de Econoeficiencia Empresarial, Premio ABE a la Responsabilidad Social Laboral, Premio Perú 2021 a la Responsabilidad Social y al Desarrollo Sostenible de las Empresas y Premio Buen Gobierno Corporativo de la BVL, entre otros.
Estos reconocimientos buscan no solo incentivar la práctica de RSE, sino también legitimizar y mejorar la reputación corporativa de las empresas destacadas.
Un claro ejemplo de cómo las empresas implementan medidas socialmente responsables en el país, se presenta a continuación con el caso de la empresa Cerro Verde, la cual debido al crecimiento en sus ventas, su capacidad de producción y otros factores es un claro ejemplo de RSE y las empresas.

1.1.8.1 Caso peruano N°1: Sociedad minera Cerro Verde[9]

La Sociedad Minera ha desarrollado un plan llamado "Plan de Relaciones Comunitarias" el cual, es desarrollado según las normas legales del gobierno y de los estándares internacionales. Las estrategias y actividades socialmente responsables vienen resumidas en cuanto a:

- **Comunidad**
  - Desarrollo de programas sociales en los distritos de la Region Arequipa.
  - Da trabajo a los pobladores locales.
  - Creación de programas de nutrición, salud y educación.

- **Trabajadores**
  - Promete el cumplimiento de sus actividades de acuerdo a los derechos humanos y respetando las normas de seguridad e higiene en el trabajo.
  - Brinda oportunidades de capacitación constante.

- **Proveedores/Colaboradores**
  - Respeta los acuerdos firmados con sus colaboradores, trabajadores y autoridades.

- **Gobierno y autoridades Regionales**

[9] Para ver el Plan de Relaciones Comunitarias completo véase en:
http://intranet2.minem.gob.pe/web/archivos/dgaam/estudios/cerroverde/Capitulo7.pdf

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- Respeta los compromisos socio-ambientales acordados con las comunidades o representantes.
- Incluye a estas autoridades o representantes comunales a la evaluación y ejecución de los programas sociales y los hace partícipes de las toma de decisiones.
- Otorga fondos para la adquisición de equipos y creación de hospitales en pueblos aledaños a la minera.
- Da el financiamiento para la mejora de calles, construcción de veredas y reparación de calles.

- **Medio Ambiente**

- Trabaja bajo nomas para no sobreexplotar los suelos y la contaminación del ambiente.
- Colabora con la restauración de áreas verdes, parques y preservación del mismo.
- Desarrollo planes para la preservación de animales silvestres.

1.1.8.2 Caso peruano N°2: Grupo Inca[10]

El Grupo Inca, es un grupo conformado por empresas del sector textil, agroindustria, turismo, servicios y finanzas, salud y empleo. Actualmente, el grupo empresarial ha logrado avances fundamentales, como la elaboración y aprobación de un Código de Ética Corporativo que incluye a todos los grupos de interés y comprende una filosofía organizacional enfocada en la responsabilidad social. Otro logro ha sido la realización de comunicaciones internas que motivan y conlleven a los colaboradores a sumarse al cambio, así como la creación de diversos programas responsables que generan bienestar personal y promueven la cultura ambiental. Cada una de las compañías que conforman el Grupo Inca, han implementado programas de RSE óptimamente diseñados. El Consejo Directivo empresarial aprobó en el 2010, el nuevo Código de Ética Multistakeholders que comprende políticas y prácticas de Responsabilidad Social y el cual considera a los principales grupos de interés: Accionistas, Colaboradores, Clientes, Proveedores, Medio Ambiente, Comunidad, Gobierno y Sociedad.

Las empresas que forman parte del Grupo Inca, pertenecen al Pacto Global como son:
El Ekeko S.A., Inca Tops S.A.
Los proyectos llevados a cabo por el Grupo Inca están divididos en tres grupos de interés:

[10]Para mayor información visite http://www.grupoinca.com/responsabilidad_social.php

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- **Personas**

  - Mejoramiento de viviendas y escuelas en zonas alpaqueras en Puno y Arequipa.
  - Implementación del "Programa Enseña Perú", el cual implica insertar a un grupo de jóvenes líderes egresados de diferentes especialidades y universidades e instituciones para que trabajen en colegios públicos, enseñando y apoyando en la capacitación de docentes.
  - Programas gratuitos de asistencia y consultoría médica, psicológica, dental y legal para los trabajadores y colaboradores de la empresa.
  - Realiza campañas de salud y programas de ayuda en poblados ubicados en zonas alto andinas de Arequipa.
  - Creo museos arqueológicos en la Región, con la idea de incentivar a los pobladores a preservar el patrimonio histórico y ofrecer otro lugar turístico en la zona y generar ingresos.
  - Realización de Concursos escolares asociado con la Universidad Católica de Santa María, a fin de fomentar el aprendizaje, la escritura en los niños de las zonas más pobres.
  - Fomentar el deporte e integración mediante el Club de Ciclismo "Inca Arequipa", donde participan trabajadores y asociados.
  - Talleres de confección que implica la participación de las mujeres que viven en zonas alto andinas, para ello se les proporciona hilado y asesoría técnica.
  - Apoyo al programa Apuray "Lleguemos a tiempo", el cual imparte charlas gratuitas en escuelas, empresas del sector público y privado e instituciones para prevenir enfermedades en poblados más pobres.
  - Promueven la capacitación de agentes de turismo mediante la asociación de la empresa con guías y operadores turísticos.

- **Planeta**

  - Patrocina y apoya la edición de Libros y documentales, lo recaudado con su venta se destinó a los proyectos en beneficio de la población del Valle del Colca.
  - Implementación de la Asociación Patrulla ecológica, la cual promueve investigaciones científicas sobre la conservación del medio ambiente y la educación de la población en la preservación de la naturaleza. Difunde también proyectos sostenibles sobre arborización, programas de reforestación, forestación y concurso de Parques.
  - Asociada al programa internacional "1% para el planeta" el cual implica donar un porcentaje de sus ventas anuales, para programas que ayuden a combatir la problemática del Calentamiento Global.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Generación de energía de forma ecológica, el Hotel Colca Lodge, empresa del Grupo Inca, ha incorporado un sistema de calefacción ecológica, utilizando las aguas termales como una fuente de energía.

- **Productos**

  - Edición de libros sobre los Camélidos. Los ingresos obtenidos, se destinan a la ejecución de programas en beneficio de los criadores de camélidos.
  - Proyectos dirigidos a criadores con el fin de difundir el desarrollo de los trabajos, tejidos artesanales y semi-industriales. De igual forma se dan capacitaciones a los criadores sobre nutrición, producción y mejoramiento genético de los camélidos
  - Mejoramiento genético de alpacas sin maltratar o explotar a las especies.

1.1.8.3 Las Mypes y la RSE

Antes de definir la relación directa que tienen las pequeñas y medianas empresas con la Responsabilidad Social Empresarial, es importante destacar que el 99.6% de las empresas en el País son micro, pequeñas y medianas. (INEI, 2013) Sin embargo, las empresas más grandes representan el 79.3% de las ventas tanto internas como externas.

A pesar del gran número de mypes existentes en Perú y que representan un número importante en muchos países desarrollados, aún no se conoce ningún estudio que pueda determinar el impacto que tiene la implementación de la RSE en las Mypes. Así mismo, es lamentable que ciertas certificaciones y/o modelos de aplicación de la RSE no han sido establecidos pensando en las pequeñas empresas, a pesar que existen ciertas iniciativas que pretenden apoyar el desarrollo de las Mypes para aprovechar el comercio responsable.

Si bien son las empresas grandes las que buscan implantar acciones socialmente responsables teniendo en cuenta toda su cadena de valor, por lo cual pretenden plantear ciertas normas y exigencias a sus proveedores, (muchas veces constituidas por mypes), sin embargo dichas normas pueden ser algunas veces complicadas de ejecutar y cumplir para las pequeñas empresas, debido a su estructura organizacional y su presupuesto recortado.

Según los diversos estudios realizados, las pequeñas empresas vienen desarrollando ciertas acciones por el bienestar de su entorno, los empleados, proyectos sociales, mejoras en el ambiente laboral, etc. Sin embargo, debido a la poca conciencia o conocimiento de las mypes sobre el tema de RSE, estas acciones no tienen mucha repercusión en el mercado.
La Realidad dentro de nuestro país, indica que son pocas las Mypes que realizan actividades relacionadas a RSE y que su impacto es menor comparado con las grandes empresas. Sin

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

embargo si la mayoría o al menos un porcentaje considerable adoptaran este modelo, su impacto conjunto sería mucho mayor. Esto se basa en que actualmente las Mypes representan un alto porcentaje de la actividad empresarial, siendo un porcentaje cerca del 1% el representado por las medianas y grandes empresas. Dentro de este contexto hay diferentes empresas las cuales se encuentran trabajando e incumpliendo regulaciones básicas, las más preocupantes son las relacionadas a los aspectos laborales. Es importante saber que en nuestro país existe una contraparte; ya que un 65% de empresas son informales, según el informe del Banco Mundial.

Todos los gobiernos dicen tener un interés especial en las pymes, pero las políticas para apoyar el crecimiento del país se hacen de acuerdo a la importancia que tiene para el PBI, por eso todas las medidas reactivadoras y económicas se enfocan primero en el sector minero y luego en otros sectores extractivos y poco o nada en las Pymes. (Silva, 2014)
En los últimos años nuestro gobierno y las diferentes instituciones que fomentan la práctica de la RSE en las empresas Peruanas, están realizando talleres, charlas o implementando programas para incentivar a las micro y pequeñas empresas a adoptar este modelo, es así que se optaron por 3 líneas de acción:

- Incentivo en la promoción de la práctica de la RSE.
- Registrar a las empresas que sean socialmente responsables como programas y/o proyectos de RSE
- Incentivar y certificar a las empresas Socialmente responsables.

Un caso importante es del ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el cual está tomando iniciativas para incentivar a las Mypes a la práctica de RSE mediante su programa "Perú Responsable". Dicho programa tiene como objetivo que el estado promueva la generación del empleo y emprendimiento.

1.1.8.4 Herramientas de medición de RSE

De la misma forma en que la gestión de una empresa debe ser medida y monitoreada, también la gestión de la RSE puede y debería ser evaluada para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos relacionados con dicha práctica. Hoy en día existen variedad de herramientas internacionales de gestión y medición de RSE, como por ejemplo: GRI, AA1000, PLARSE, Pacto Global, SGE 21, Norma Internacional SA 8000, WORLDCOB-CSR, ISO 26000, ISO 14000, entre otras.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

FIGURA: N°4
ORGANIZACIONES QUE RECONOCEN LA PRÁCTICA DE RSE

Fuente: +Sustentable

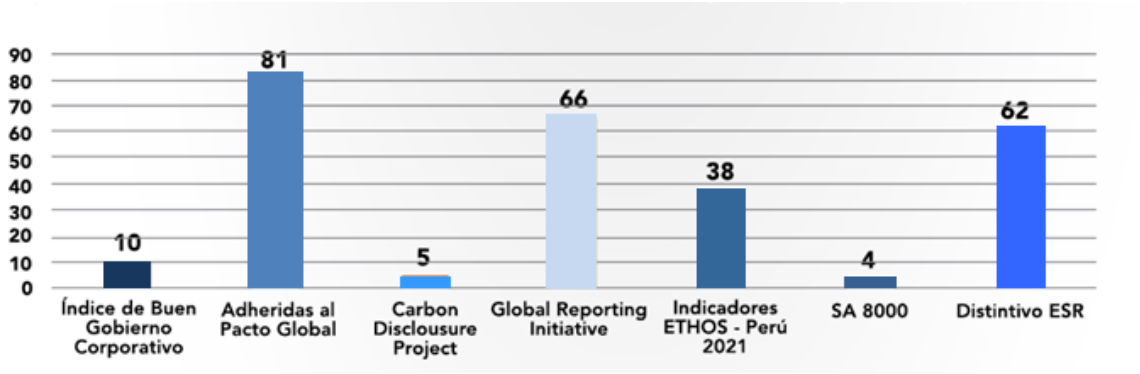
Según un estudio de Perú 2021 en el 2014, dentro del mercado Peruano las herramientas más usadas para la medición de la gestión e implementación de la RSE se muestran en el siguiente gráfico:

GRAFICO N°1
HERRAMIENTAS DE RSE MÁS USADAS POR EL EMPRESARIO PERUANO 2014

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA



Elaboración: Perú 2021
Fuentes: Bolsa de Valores de Lima, CONFIEP, Carbon Disclousure Project, GRI, ETHOS, Perú 2021

Cada una de las herramientas mostradas en el Gráfico N°1, tienen como objetivo ayudar a las empresas peruanas a cumplir 3 objetivos principales: Informar, evidencias y promover buenas prácticas de RSE; a pesar que cada una de ellas tiene características diferentes.

- **SA 8000**

Es una certificación internacional la cual promueve mejorar las condiciones de trabajo en las empresas. Esta certificación aborda temas como el trabajo infantil, trabajo forzado, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación[11] y negociación colectiva[12], discriminación, medidas disciplinarias, horarios de trabajo, remuneraciones y sistema de gestión. Dicha certificación es apta para cualquier tipo/tamaño de empresa, ya que asegura las prácticas justas, tanto para clientes y proveedores.

- **Carbon Disclosure Project (CDP)**

Se trata de una organización internacional, sin ánimos de lucro; la cual posee la mayor base de datos mundial de información corporativa sobre cambio climático, por ende busca recopilar, distribuir y divulgar información sobre el cambio climático, el agua y la deforestación a través de una encuesta anual y la medición del reporte y desempeño relacionado con los aspectos estudiado por el CDP.

- **Premio Indice de Buen Gobierno Corporativo(IBGC)**

[11] La libertad de asociación es un derecho humano fundamental que se refiere al derecho a unirse, crear o dejar de ser miembro competente de un grupo o asociación.
[12] La negociación colectiva es un medio de alcanzar soluciones favorables y productivas en las relaciones entre trabajadores y empleadores que pueden ser conflictivas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es el premio promovido por la BVL desde hace 6 años, el cual, simboliza la confianza y reconocimiento a las mejores prácticas de gobierno corporativo y por la liquidez de sus acciones. Esto en base a que el IBGCS es un indicador bursátil encargado de reflejar el comportamiento de los precios de las acciones de empresas que adoptan las mejores prácticas de gobierno corporativo[13] y que además son lo suficientemente líquidas.

- **Indicadores ETHOS- Perú 2021**

Como indica Perú 20121, estos indicadores son un instrumento de evaluación y seguimiento de la gestión de RSE para emplearlo en la parte interna. Fue diseñada para colaborar con las distintas empresas en el desarrollo de sus políticas y en la planificación estratégica de sus acciones como empresa socialmente responsable.
Los indicadores fueron elaborados con la colaboración del Instituto ETHOS y PLARSE (Programa Latinoamericano de RSE), con el único fin de poder emplear solo un patrón de RSE para todos los países miembros de PLARSE.

- **Distintivo ERS**

Reconocimiento creado por el CEMEFI (Centro Mexicano para la filantropía) y AliaRSE el cual tiene que ser evaluado cada año para mantener la vigencia. Dicho distintivo solo es otorgado en México y en Perú actualmente.

FIGURA N°5
RECONOCIMIENTO ESR

Fuente y Elaboración:
Distintivo ERS

Dicho reconocimiento acredita a las empresas frente a sus colaboradores, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general como una organización socialmente Responsable tanto en las estrategias del negocio como en la cultura de la misma.

Este reconocimiento puede obtenerse mediante un proceso de autodiagnóstico en línea el cual está sustentado por documentación en 4 ámbitos básicos de la RSE: Calidad de vida

[13] El Gobierno corporativo, es el sistema través del cual las empresas son administradas y controladas; cumpliendo los principios de responsabilidad para con los accionistas y stakeholders.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

en la empresa, Ética empresarial, Vinculación de la empresa con la comunidad y Cuidado y preservación del medio ambiente.
Las empresas que deseen participar pueden inscribirse voluntariamente para acceder al sistema de diagnóstico del Distintivo ESR, el costo de inscripción varía dependiendo del tamaño de las empresas participantes, este costo varía desde los $12000 a los $50000.

- **GRI (Global Reporting Initiative)**

Es una organización sin fines de lucro que promueve la sostenibilidad económica, social y medioambiental con una Guía para la elaboración de reportes de sostenibilidad[14] con el fin que las empresas sean y contribuyan a una economía sostenible.

A través de esta guía, el GRI brinda a todas las empresas un instrumento que les permite informar de forma transparente organizada y consistente sobre sus logros y puedan rendir cuentas sobre ellos.

FIGURA N°6
GLOBAL REPORTING INICIATIVE

Fuente y Elaboración:
Gobal Reporting

Estos reportes de sostenibilidad basados en la guía del GRI son recopilados para poder presentar información estandarizada y comparar el desempeño entre empresas, sectores e industrias.

Actualmente se encuentra vigente la cuarta edición de la Guía de requisitos para la elaboración de reportes o memorias de sostenibilidad, la llamada G4.Este formato consta de dos partes: Principios y contenidos estándares y Manual de implementación.
Esta nueva versión está diseñada para ser utilizada por organizaciones de cualquier tamaño, sector y localización. Además ayuda a reflejar de mejor manera las tendencias presentes y futuras; las cuales son más fáciles de utilizar.
La principal ventaja de realizar memorias de sostenibilidad en base al GRI es que se involucra a todos los grupos de interés y se puede llegar a tener información que evite

[14] Los reportes de sostenibilidad son un documento informativo sobre el desempeño de las empresas en aspectos medioambientales, sociales y económicos; el cual sirve para comunicar a sus stakeholders sobre su desempeño.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

problemas por acciones de algún grupo insatisfecho; además de ser una gran ventaja competitiva y mejora la reputación de la empresa.

- **Pacto Global o Mundial[15] :**

Es una iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo fomentada por la ONU, la cual promueve que las empresas se comprometan a tener un desarrollo basado en 10 principios universales los cuales nacen de conversaciones y declaraciones universales aplicadas a cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.

FIGURA N°: 7
THE GLOBAL COMPACT

Fuente y Elaboración:
Naciones Unidas

Ser parte del Pacto Mundial implica comunicar y describir sobre las nuevas medidas adoptadas y avances que la empresa ha hecho, las cuales deberán estar relacionado con los 10 principios antes mencionados, las empresas pueden elaborar proyectos para luego difundir sus logros con la comunidad, sus clientes, sus proveedores y demás partes involucradas a la empresa. Con esta acción, el Pacto Mundial promueve a que las empresas que ya forman parte de dicho pacto logren mejoras constantes y contribuyan con el medio ambiente y su entorno tal es así que, logren facilitar el aprendizaje y motivar a otras empresas a seguir buenas prácticas y acciones y proyectos.

Esta iniciativa permite la participación tanto de empresas grandes y pequeñas, además hay que tomar en cuenta que el proceso de trabajo es a largo plazo e implica una mejora continua.
Es necesario tener en cuenta que el Pacto mundial no es un instrumento de evaluación de desempeño.
Para formar parte del pacto mundial, las empresas interesadas deben seguir los siguientes pasos:

1. Enviar una carta en la que exprese el apoyo y aprobación a los principios del Pacto Mundial, redactada por el Gerente de la empresa y que esté dirigida al Secretario General de las Naciones Unidas.

[15] Para ver el Modelo de Gestión Completo visite https://www.unglobalcompact.org/

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

2. Describir los cambios que se harán en sus acciones y la manera en que se relacionarán con los principios del Pacto (sus estrategias, sus objetivos y cultura empresarial). Nombrar la manera en que se va a apoyar al Pacto Mundial y sus principios, por ejemplo a través de comunicados a la población, publicaciones,etc.
3. Publicar un informe anual o balance comercial, el cual describa los progresos en la empresa y las acciones que se llevan a cabo para apoyar los Principios del Pacto Mundial.

1.1.9 PAPEL DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN LA RSE

1.1.9.1 Organismos que contribuyen con la aplicación de la RSE en el Perú y el mundo

1.1.9.2

Existen muchas entidades encargadas de contribuir y fomentar las buenas prácticas y la Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas en Latinoamérica, tal es el caso de:

- **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)[16]**

  A través del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) que se implementó en Perú, ha desarrollado diferentes programas de promoción de RSE, el más destacado es el "Fomento de la RSE para la competitividad de las cadenas de valor", el cual tiene como objetivo mejorar e incrementar las oportunidades de mercado de las pymes peruanas.

  El BID brinda también asesoría y cooperación técnica al sector privado con el fin de fomentar la RSE en las empresas, además del desarrollo de diferentes proyectos y casos donde las empresas realizan diferentes actividades para la contribución en el desarrollo de los stakeholders.

- **Banco Mundial**

  Esta entidad logró financiar proyectos sociales en el sector público o privado y los provee de asistencia técnica mediante la construcción de alianzas entre organizaciones.

[16] Para más información ver http://www.iadb.org/es/recursos-para-empresas/fondo-multilateral-de-inversiones,5763.html

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- **CARE Perú**

  Forma parte del CARE[17] Internacional que mediante sus programas de desarrollo sostenible, promueve la asistencia técnica privada para facilitar el acceso al crédito a pequeños productores rurales, la organización y la asociación de alianzas público–privadas; y el trabajo asociativo con el empresariado con responsabilidad social corporativa. Promueve la participación de las empresas con la ciudadanía en espacios de decisión.

- **Ministerio de Energía y Minas**

  Promueve la implementación de buenas prácticas socialmente responsables en las empresas minero energéticas y que la aplicación de ellas cuente con la participación de la población propiciando el diálogo para que ambas sean partícipes de los beneficios que estas actividades podrían alcanzar.

  El Ministerio cuenta con diferentes planes de acción como:

  a) Programa Minero de Solidaridad con el pueblo el cual, implica un aporte voluntario a las poblaciones ubicados cerca de la empresa minera que servirá para ejecutar proyectos según sean necesarios en esas zonas y usando el uso de mano de obra local.

  b) Diálogos Tripartitos que fomenta el diálogo entre el gobierno, las empresas y la población para buscar armonía y mejoras continuas para el entorno.

  c) Iniciativa para la Transparencia de las Industrias Extractivas es una alianza a nivel mundial que involucra a las empresas del sector, organismos internacionales y los gobiernos para emplear criterios de transparencia, para que los pagos que hacen las empresas a los gobiernos sean equitativos y que con dicho aporte se desarrollen acciones por la ciudadanía.

- **Ministerio del Ambiente**

[17] CARE es una organización internacional de desarrollo la cual se encuentra en 80 países, CARE apoya a comunidades pobres con programas integrales y esfuerzos en incidencia para erradicar la pobreza y sus causas subyacentes.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Promueve el uso sostenible de los recursos humanos en las empresas peruanas mediante dos programas:

a) Sistema Nacional de Gestión Ambiental[18] (SNGA) en el cual participan todas las entidades públicas y privadas del país, tiene como objetivo orientar, coordinar y evaluar la aplicación de planes y programas orientados al cuidado del medio ambiente y el aprovechamiento sostenible de los recursos.

b) Sistema Nacional de Información (SINIA) funciona como una herramienta de apoyo para la aplicación del programa anterior, donde detalla cómo las empresas y demás entidades pueden contribuir a la conservación del medio ambiente y diferentes planes que se pueden poner en práctica en sus empresas.

c) Servicio Nacional de Certificación Ambiental se encarga de la revisión y aprobación de los Estudios de Impacto Ambiental, informes que se realizan para analizar la influencia de un proyecto en el medio ambiente, en su entorno, en otros aspectos socioeconómicos.

- **Ministerio del Trabajo**

  Como cada Ministerio ha implantado un programa enfocado a la RSE, el Ministerio de trabajo tiene el Programa Responsable, el cual incentiva a la RSE mediante la generación de empleo y emprendimiento laboral. El objetivo del programa es que las empresas, tanto grandes como mypes del país, puedan registrarse y certificarse como empresa socialmente responsable, pero solo desde el punto laboral.

- **Perú 2021**

  La asociación se dedica a la promoción y la difusión de la Responsabilidad Social en empresas peruanas, por lo que realiza capacitaciones en temas de responsabilidad social empresarial (reportes de sostenibilidad, Gestión del Retorno Social de la inversión). Con su programa "Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social" logran enseñar, capacitar, evaluar y monitorear la gestión de las empresas peruanas que empiezan a aplicar el modelo de RSE. A su vez, se hace un reconocimiento a las empresas peruanas que contribuyen con las buenas prácticas empresariales y desarrolla ferias para que los

[18] Para mayor información véase http://www.minam.gob.pe/gestion-ambiental/sistemas-regionales-y-locales/

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

empresarios compartan sus experiencias y contribuyan a que más organizaciones se desarrollen mejor.

- **Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)**

  Es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas que busca contribuir al desarrollo económico de América Latina. Dicha comisión trabaja diferentes líneas de acción para la promoción de RSE, como son:

  a) Acuerdo de cooperación para promover la RSE en las empresas de la Región, trabaja con otras instituciones internacionales y que ofrecen a las empresas asesoría para la mejor comprensión de los temas ambientales y sociales, para que con esa información pueda evaluar su desempeño ambiental y social y puedan aplicar luego acciones y mejoras en su organización. Así mismo, promueve el diálogo entre el sector público y privado en temas de políticas y normas que potencien la creación de proyectos ambientales.

  b) La comisión, ha creado también un **Concurso de experiencias en Innovación Social en América Latina y el Caribe,** el cual promueve la participación y promoción de RSE en empresas de América latina.

- **Agencia Canadiense de desarrollo Internacional (ACDI)**

  Emplea un Proyecto Promoción efectiva de la RSE en Bolivia, Colombia y Perú (2011-2016) con el cual promueve la RSE con programas asociativos entre las empresas y las demás partes interesadas que buscan el desarrollo económico y social con la ayuda del gobierno.

1.1.10 BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE EN LAS EMPRESAS

A través de una adecuada gestión estratégica y seguimiento de las actividades RSE se puede alcanzar una serie de beneficios que justifiquen la inversión inicial. Estos se pueden ser:

a. **Mejora en el desempeño financiero de la empresa:** según la experiencia de diferentes empresas alrededor del mundo, quedó demostrado que las empresas que hicieron público su interés y asumieron luego su compromiso Socialmente Responsable, registraron un

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

desempeño en sus ventas e ingresos anuales, siendo mucho mayores que aquellas que no lo hicieron. "Por otro lado, algunos teóricos sostienen que el mercado de valores considera que una compañía socialmente responsable supone menos riesgo y está menos expuesta a la crítica del público; por ello, sus acciones presentarían una mayor cotización" (Steven, 1996, p.9).

b. **Reducción de los costos operativos:** con la buena organización de nuevas iniciativas orientadas a mejorar tanto el ambiente laboral y el medio ambiente, las empresas lograrán reducir sus costos, gastos y eliminar o reducir el tiempo improductivo de sus empleados. Un claro ejemplo es con la creación de programas de reciclaje, donde se eliminan los costos de los desechos de la materia prima y con ellos se crean ingresos mediante el aprovechamiento de los desechos. En el área de recursos humanos, se puede dar un mayor enfoque en las necesidades y preocupación por el estado personal de los empleados. Al ayudar a que mejoren tanto sus relaciones laborales y familiares, se logrará obtener trabajadores felices con sus labores, proactivos y por ende se retendrá a los empleados y se ahorrará dinero en la captación, capacitación y la contratación de nuevos.

c. **Mejora de la imagen de marca y reputación de la empresa en el mercado:** ciertas empresas, han preferido emplear la RSE como una estrategia para reforzar su reputación e imagen frente a los de la competencia. Esto les ha servido para acrecentar sus ventas mediante la captación de nuevos clientes interesados en su trabajo como empresa SR y posicionarse con sus compradores frecuentes.

Según Solano (2005), los beneficios de la RSE son:

- Disminuye los costos por paralización de operaciones o seguridad, al reducir la posibilidad de conflictos con la población.
- Mejora la productividad, al contar con trabajadores motivados o con mejores condiciones de salud, lo cual contribuye a incrementar su fidelidad con la empresa.
- Mejora el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores, al considerar sus necesidades.
- Mejora el ambiente externo, al identificar y mitigar los impactos que sus actividades pueden generar en el entorno.
- Brinda una imagen de responsabilidad en la empresa.(p.166)

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Además de estas ventajas, existen otras ventajas propias de las dimensiones internas y externas. Sin embargo, hay que destacar que la ventaja más importante es la competitiva[19] frente a otras empresas. Además al implementar este modelo de gestión de manera eficiente la organización alcanza notables mejoras en el sistema administrativo de su entorno interno y externo.

A continuación se presentan ciertos beneficios generales tanto internas como externas que una empresa puede lograr.

- **Internas**

  - Por el cumplimiento de las leyes y buena gestión de las condiciones y necesidades de los trabajadores, se disminuyen los costos por paralización de operaciones o seguridad, al reducir posibilidades de conflictos con la población.
  - Alto compromiso del personal seguido de aumento en la motivación.
  - Al preocuparse por el desarrollo de los empleados, estos mejoraran su productividad y la de la empresa, otorgando calidad en el producto y/o servicio
  - Mejora el clima organizacional
  - Alta retención de personal

- **Externas**

  - Posicionamiento y diferenciación de la marca al proyectar ser una empresas socialmente responsable
  - Al analizar e identificar a sus Stakeholders, esto llevará a un mejor entendimiento de los mismos y mejora la gestión de cada uno de ellos.
  - Generación de Nuevos negocios.
  - Atracción de mejores empleados (capacitados).
  - Mejora en la retención y atracción de nuevos clientes.

A partir de este punto comenzaremos a conceptualizar y describir lo referido a la Industria Textil y el comercio exterior del mismo.

[19] Ventaja competitiva son la o las ventajas que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, que le permite destacar o sobresalir ante ellas, y tener una posición competitiva en el sector o mercado.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.2 LA INDUSTRIA TEXTIL

1.2.1 DESCRIPCIÓN

Actualmente, la industria textil engloba de forma muy general, un conjunto de actividades que involucran la obtención, tratamiento y transformación de insumos como son las fibras naturales como por ejemplo lana, algodón y fibras sintéticas, donde podemos encontrar al poliéster, nylon y demás. Esta industria, tiene como fin elaborar hilos y/o tejidos, los cuales terminan como telas, llamados también productos intermedios y finalmente tras un proceso de confección, se obtiene como producto final prendas de vestir y otros productos.

Esta es una industria con elevado valor agregado y altamente integrada, es decir, que incluye una gran flexibilidad e individualización de los procesos de la fabricación, su sistema de producción implica: la importante necesidad de la tecnología y de maquinarias, alta demanda de mano de obra, intenso uso de recursos naturales, proveedores de materia prima y distribuidores.
El sector es una fuente de altos ingresos, empleo y movimiento de sector agrícola y ganadero e industrial para muchos países, sobre todo los que se encuentran en vías de desarrollo.

1.2.2 CLASIFICACIÓN DE LA INDUSTRIA

Esta industria está conformada por varios sectores que son diferentes entre sí y que se pueden considerar como una industria por separado, pero que a su vez están relacionados, ya que cada producto terminado que cada sector ofrece, constituye la materia prima del siguiente. (Ángulo, 2004).

Además, (Court, 2010:3) menciona que existen dos grandes subsectores dentro la gran cadena de valor que conforma la industria de textiles, los cuales son:

1.2.2.1 Industria textil propiamente dicha

La cual hace mención al desmote[20] del algodón o recolección de lana, hasta la obtención del hilado, tejido y acabado. Este subsector comprende nueve subsectores:

- Fibras Naturales

[20] Se llama desmonte a la acción de recolección del algodón, que comienza con la recepción del algodón crudo y termina con el embalaje del mismo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Fibras Artificiales
- Tejidos planos
- Tejidos de punto
- Tejidos Industriales
- Revestimientos para piso
- Productos para el hogar
- Textiles no tejidos
- Cuerdas, sogas, bramantes

Esta industria cumple el papel de procesar la materia prima obtenida para dar lugar a los principales elementos de la Industria textil de Confección. Cabe resaltar que en esta industria también se pueden obtener algunos productos finales como las sogas, cuerdas etc.

1.2.2.2 Industria textil de confección

Comprende las todas las actividades relacionadas a la confección de prendas y/o otros productos a partir de los productos provenientes de la industria propiamente dicha.

1.2.3 CLASIFICACIÓN DE LOS TEXTILES

Previamente, hay que tener en cuenta que textil se refiere a cualquier producto que se fabrique de manera convencional o artesanal con fibras o hilaza (Se refiere al hilado o porción de fibra textil reducida a hilo) ya sean prendas de vestir, alfombras, telas, sogas, encajes, redes etc.

Las fibras textiles se clasifican en dos grandes grupos:

- Naturales, sustancias hilables que existen en la naturaleza.
- Sintéticas, sustancias que mediante un procedimiento químico pueden transformarse en hilo.

CUADRO N° 3 CLASIFICACIÓN DE LAS FIBRAS

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

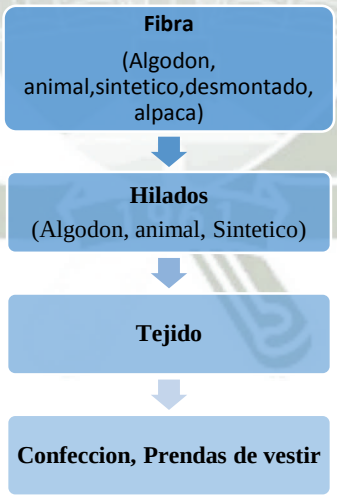
FIBRAS				
Naturales			Sintéticas	
Minerales	Vegetales	Animales	Artificiales	Sintéticas
Amiato	Algodón, Fibra de coco, Lino, Cañamo, Yute, Sisal	Alpaca, Angora, Pelo de Camello, Cashmere, Pelo de llama, Lana, Mohair, Vicuña, Seda	Alginato, Elastodieno, Acetato, Triacetato, Cupro, Lyocell, Modal, Viscosa	Nylon, Poliester, Acrilica, Aramida, Poliamida, Elastano, Clorofibra

Elaboración: Propia
Fuente: Ingecotextil

Según el Instituto de Desarrollo Industrial, Tecnológico y de Servicios (IDITS), las características de la industria textil están directamente relacionadas con la sección de la cadena productiva a la cual se dedican, ya sea enfocada a productos intermedios o productos finales y a que segmento de mercado está dirigido.

La cadena productiva general de esta industria empieza con la recolección de materia prima ya sea natural y sintética, esta materia prima se procesa para posteriormente transformarla en fibras, hilados y tejidos como se muestra en el segundo cuadro N° 4.

CUADRO N°4
FLUJO DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL SECTOR TEXTIL



Fuente: Reporte Financiero Burkenroad Perú- Sector Textil 2010

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Es Necesario mencionar que desde el primer cuadrante, Fibra, hasta el tercero, Tejido, se considera el sector textil propiamente dicho. El último cuadrante pertenece al proceso que se desarrolla en la industria textil de confección.

1.2.4 INDUSTRIA TEXTIL EN EL MUNDO

La industria textil es uno de los sectores más globalizados, el cual gracias a su crecimiento en los últimos años, constituye una gran fuente de ingresos y empleo para muchos países, especialmente los que se encuentran en vías de desarrollo.
El crecimiento de esta industria en los países en desarrollo puede deberse a la creación de acuerdos regionales y a la reorganización de las fases de producción en el mundo, ya que las fases de producción que involucran intensidad de mano de obra y recurso humano, se encuentra en los países en vía de desarrollo y las fases que son intensivas en capital se encuentra en los países desarrollados.

Según la Organización Internacional del trabajo, el sector textil brinda oportunidades de empleo a más de 60 millones de trabajadores en el mundo, por lo cual, es una fuente importante de empleo especialmente en los países en desarrollo. Debido al número y al perfil de los trabajadores a los que emplea, el sector ofrece un gran potencial para contribuir considerablemente al desarrollo económico.

1.2.4.1 Producción y consumo a nivel mundial

Durante los últimos años, lo que ha impulsado al crecimiento de la industria textil en el mundo ha sido la alta producción de lana, algodón y seda. La producción textil y la industrialización de este sector, es más fuerte en los países asiáticos, siendo los principales: India, Pakistán y Bangladesh tal como se muestra en la Imagen N° 1 Esta actividad dinamiza las economías debido a la alta capacidad de producción por costos bajos en mano de obra (principal elemento en esta industria), maquinaria y tecnología.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

FIGURA N°8
CONSUMO Y PRODUCCIÓN DE TEXTILES A NIVEL MUNDIAL 2012

Fuente: Technopak, Textil &Apparel Compendium 2012
Elaboración: Confex

En cuanto al consumo de textiles, la Unión Europea y Estados Unidos son los principales mercados de consumo. Asia, Europa y América del Norte en conjunto, poseen más del 60% del consumo global.

1.2.4.2 Exportaciones mundiales de textiles

Según la OMC (2013) "*En 2013 las exportaciones mundiales de textiles y vestido aumentaron un 8%, tasa cuatro veces superior a la tasa de crecimiento medio de las exportaciones mundiales (2%)*"

Entre los 10 primeros países exportadores de Textiles y confecciones, China se posicionó en el primer lugar, tanto en textiles como prendas de vestir. Gracias a los diferentes acuerdos bilaterales, China ha sabido destacarse del resto alcanzando altas ventas y altos envíos a diferentes partes del Mundo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

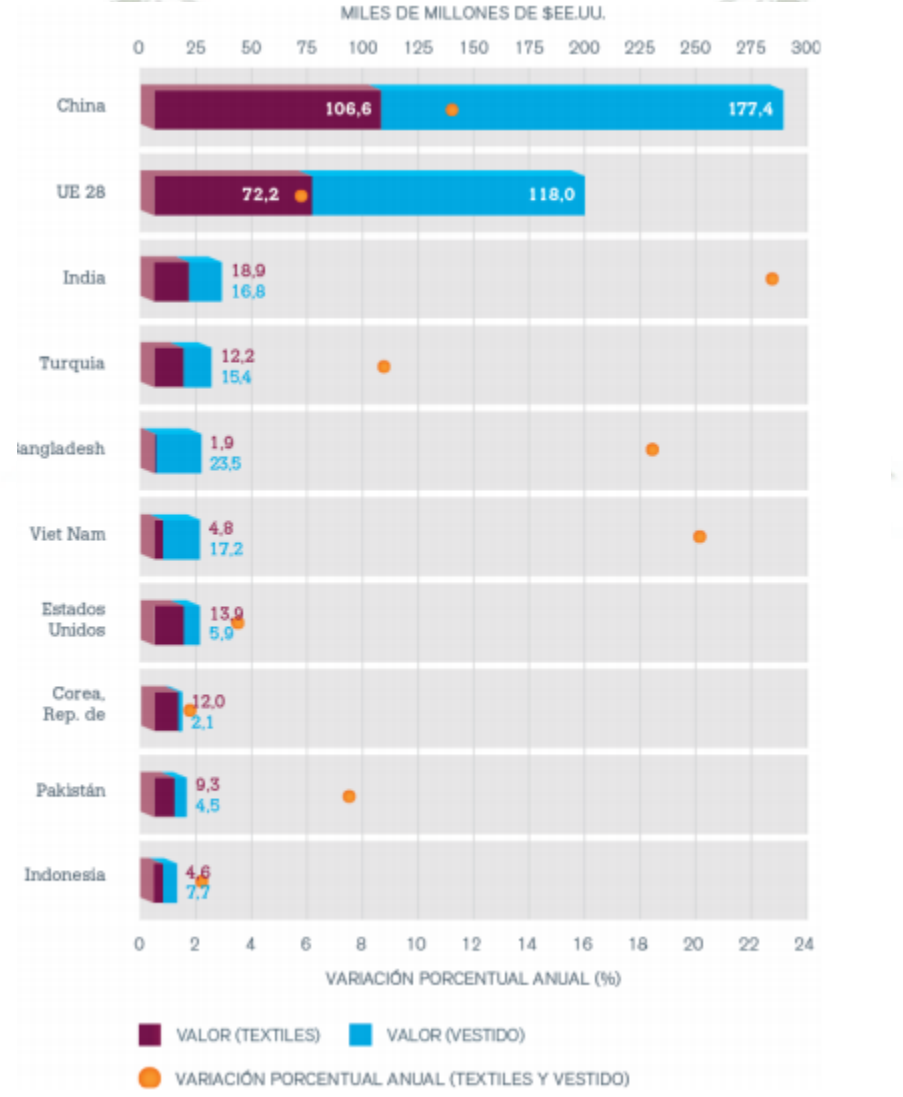
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Ante la fuerte oferta China de productos en muchas variedades y a bajos precios, muchas empresas han incluido medidas antidumping para frenar la competencia internacional. Tal es el caso del Perú, Brasil y otros países Latinoamericanos que en sus tratados de libre comercio, la industria textil queda fuera del mismo.

A pesar de esta restricción, las prendas procedentes del país asiático ingresan al país de manera ilegal, por lo que sigue afectando la producción y la oferta nacional.
La ventaja que tiene China es que su sistema logístico es muy rápido, pueden atender pedidos con rapidez y a precios bajos, por lo que la competencia con China es desleal.

FIGURA N°9
PRINCIPALES EXPORTADORES DE TEXTILES Y VESTIDO 2013



Fuente: Organización Mundial del Comercio, Estadísticas del Comercio Internacional 2014

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

China como principal país exportador del mercado tiene un 39% de participación en las exportaciones mundiales de confecciones y un 35% en textiles. Además las exportaciones mundiales de textiles y confecciones ascienden a 766 000 millones de dólares americanos, según menciona la OMC (2013).

1.2.5 LA INDUSTRIA TEXTILERA EN EL PERÚ

"El Perú es un país con más de 5000 años de tradición textil. Finas fibras de alpaca y algodón, cuidado del más mínimo detalle en la confección de la prenda y un servicio de paquete completo convergen para contar con una oferta de calidad mundial" (PromPerú, 2014)

Nuestro país posee el 90% de la población mundial de alpacas, siendo así el primer proveedor de fibras de alpaca en el mundo, además de ser el país más importante en exportación de prendas de alpaca como de fibras de calidad.

Después de Perú, Bolivia y Australia son los mayores productores de esta fibra, sin embargo, siguen siendo débiles en la producción, ya que la población de camélidos en estas zonas no es favorable para una producción considerable.

Es necesario considerar que la fibra de alpaca es clasificada por su finura y peso de la misma. Australia debido a los incentivos otorgados por el gobierno para la crianza de la alpaca y desarrollo de la fibra, viene trabajando en la finura de sus fibras y mejora en la productividad.
En cuanto a la industria algodonera, la mayor zona productiva y elaboración de prendas a partir de este material es China, quien con ayuda de otras fibras sintéticas más baratas utiliza el algodón en menos proporción para elaborar y vender más.

1.2.5.1 PBI y el sector manufactura

En el cuadro N°5 se observa la Variación Porcentual del PBI y la contribución que tiene cada sector en la economía peruana. El sector manufactura, se encuentra dentro de los primeros sectores que contribuyen al crecimiento del PBI, aunque su participación no es muy alta como el sector comercio, construcción u otros servicios (transporte). La constante variación del sector manufacturero en el país se debe principalmente a factores externos, que afectan directamente a la producción nacional, esto debido a que más de la mitad de la producción se destina al extranjero. La contribución al PBI del sector manufacturero fue de 5.7% en el

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

2013, mayor al año 2012 cuando la variación fue de 1,5%, sin embargo, en el 2014 fue de -3.3%.

CUADRO N°5

PRODUCTO BRUTO INTERNO POR SECTORES PRODUCTIVOS

(Variaciones porcentuales)

Actividad Economica	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Agropecuario	8.0	3.4	8.9	3.3	8.0	1.3	4.3	4.1	5.9	1.6	1.4
Pesca	40.3	4.9	3.7	9.3	3.0	-3.4	-19.6	52.9	-32.2	24.0	-27.9
Minería	6.0	10.3	1.9	4.2	8.1	1.0	1.3	0.6	2.8	4.9	-0.8
Manufactura	7.4	6.6	7.3	10.6	8.6	-6.7	10.8	8.6	1.5	5.0	-3.3
Electricidad y agua	5.5	5.6	7.6	9.2	8.1	1.1	8.1	7.6	5.8	5.5	4.9
Construcción	4.9	8.7	15.0	16.6	16.8	6.8	17.8	3.6	15.8	8.9	1.7
Comercio	5.8	5.2	11.9	10.3	11.0	-0.5	12.5	8.9	7.2	5.9	4.4
Otros servicios	3.6	4.7	7.9	8.9	7.6	4.6	7.7	7.3	7.4	6.1	4.9
PRODUCTO BRUTO INTERNO	**5.0**	**6.3**	**7.5**	**8.5**	**9.1**	**1.0**	**8.5**	**6.5**	**6.0**	**5.8**	**2.4**

Fuente: INEI y BCR.

Elaboracion Propia.

1.2.5.2 PBI del país, el sector textil y confecciones

La producción textil y confecciones registraron una contracción y una constante variación entre los últimos seis años. Actualmente la industria vive una época difícil debido a que el sector es más sensible al comportamiento de la demanda y comportamiento de los mercados internacionales.

A diferencia de la producción de textil, la elaboración de prendas de vestir ha registrado menores volúmenes productivos, esto debido a la menor demanda y producción de los mismos.

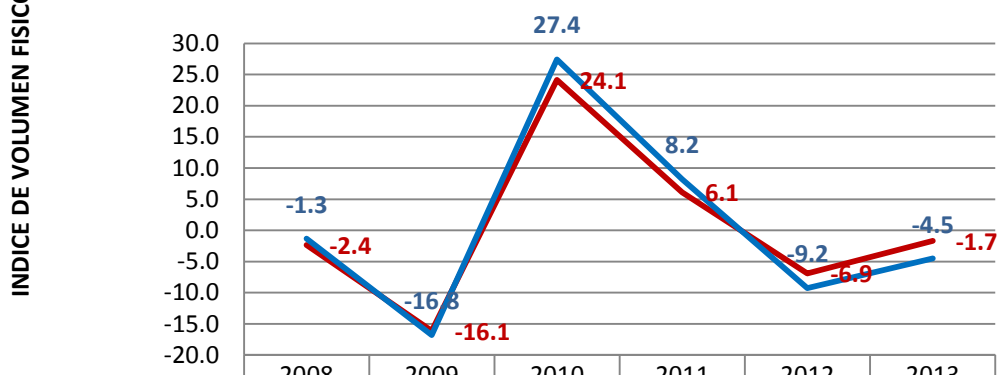
La razón de la caída en la contribución al PBI del sector textil en general en los periodos de 2008- 2009 y 2012 se debió a los menores pedidos que se hicieron por parte del mercado internacional, la producción peruana se vio afectada por la situación de la crisis internacional y la crisis en la Eurozona (2012) lo cual significó una desaceleración económica y el intercambio comercial.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

GRÁFICO N°2: Perú, PBI segun actividad económica



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Fabricación de textiles	-2.4	-16.1	24.1	6.1	-6.9	-1.7
Fabricación de prendas de vestir	-1.3	-16.8	27.4	8.2	-9.2	-4.5

Fuente: INEI. Actualizado al 2014.
Elaboración: Propia.

1.2.5.3 Exportaciones peruanas de textiles y confecciones

Las exportaciones del sector textiles y confecciones, tienen un rol muy importante entre las actividades comerciales de nuestro país debido a que durante los últimos 4 años, ha formado parte de las tres primeras actividades que tienen más participación en el total de exportaciones de nuestro país. Sin embargo las exportaciones de las confecciones y textiles están siendo afectadas principalmente por ciertos factores externos. Entre los más importantes se destacan:

- La crisis económica internacional de Estados Unidos, esto debido a que el país norteamericano es el principal destino de nuestras exportaciones, por lo que la reducción de las actividades económicas de ese país, afectan a los volúmenes de venta, producción y por ende las exportaciones peruanas. La pasada crisis económica trajo consigo las más significativas caídas en la producción y exportación, principalmente entre el año 2008 y 2009, revise el Grafico N°3. Para el año 2010, se dio una recuperación con la mayor demanda internacional de textiles y prendas de vestir con una tasa del 10.8% y 27.4%, respectivamente. En los siguientes años, el indicador sigue siendo positivo pero menor al compararlo al año 2010, la mayor tasa.

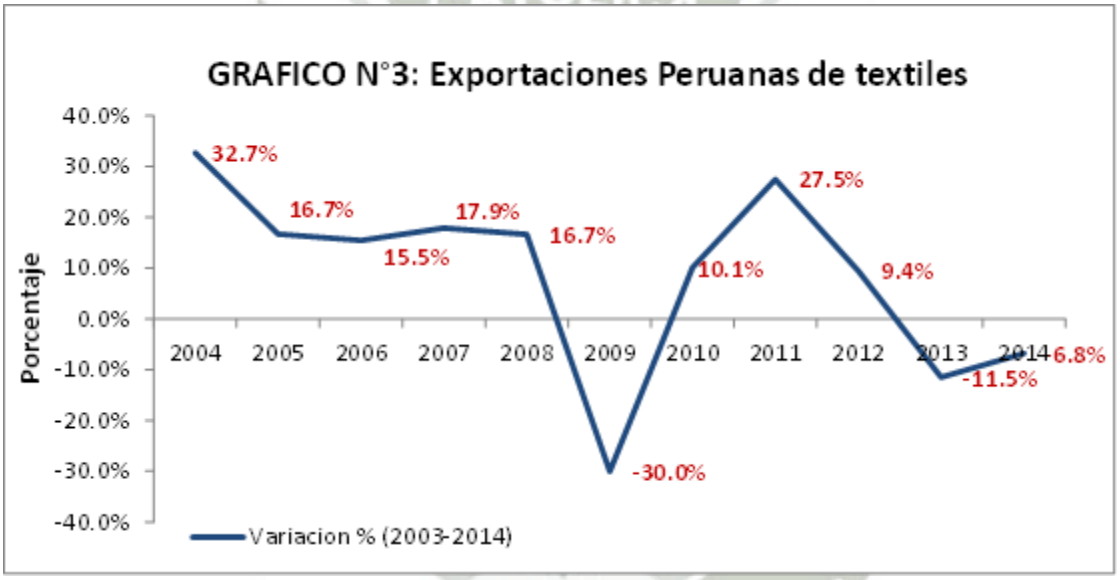
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Los pedidos de los clientes están migrando hacia países Asiáticos, quienes ofrecen productos de menor calidad y a un costo mucho más bajo, mano de obra barata y gran capacidad productiva.

- Sin ir muy lejos, existen otros países de Latinoamérica que han ido desplazando las exportaciones peruanas, tal es el importante caso de las exportaciones y demanda de confecciones procedentes de Colombia, que poco a poco están buscando idear en cuanto al tejido, han buscado copiar o superar las tecnologías y ventajas que tiene el mercado peruano, incluso mediante planes bien organizados con el gobierno están ideándose en poder innovar con la elaboración de productos hechos con tejidos de punto que combinen microfibras especiales y características nunca antes vistas en los productos en base principalmente al algodón.



Fuente: Sunat y BCRP.
Elaboración propia

Las exportaciones peruanas registraron su mayor caída del 30% en el periodo de 2008 a 2009, esta contracción se debió a la disminución en las exportaciones a Estados Unidos, principal mercado de destino de textiles. Perjudico también el precio de las exportaciones y las negociaciones.

Entre dicho lapso de tiempo, Venezuela era el segundo país de destino, pero al igual que Estados Unidos registró una menor demanda debido a las restricciones políticas del país, por lo que bajó la demanda especialmente de polos y blusas de algodón.

Para mejorar este análisis, se subdividirán los subsectores en prendas de vestir y textiles.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

a) Exportación de Prendas de Vestir y confecciones

Según la clasificación de categorías del sector, la demanda de las confecciones de prendas de vestir es más alta en el extranjero con una participación del 71.3% frente a los demás productos dentro de las categorías de fibras, hilados, tejidos y otros en el año 2013.

El subsector de **confección de prendas** es actualmente el que mayor participación tiene dentro de las exportaciones de textiles y confecciones en el Perú. En esta categoría se encuentran tanto las confecciones hechas de algodón y alpaca como materia prima principal, en tejidos de punto y tejido plano. Actualmente las línea de punto es la más desarrollada en el mercado logrando rápida respuesta y entrega a los clientes en el exterior.

En el último periodo de 2012 a 2013, las **exportaciones de confecciones de algodón** registraron su mayor caída de 21.7%, a diferencia del periodo anterior cuando apenas disminuyó 0.2%. Entre 2009 y 2010 las exportaciones de las confecciones registraron su mayor variación con un 23.4%.
Como se aprecia en el siguiente cuadro N°6 el sector se caracteriza por la exportación de prendas de vestir de punto, con una participación del 92%, mientras las prendas de vestir de tejido plano solo tiene un 8% de las exportaciones totales. Según esta clasificación, se puede ver que los tejidos de punto de algodón (polos de algodón para hombre o mujer), a pesar de liderar con una participación del 75%, ha tenido una ligera caída del 6% en el año. Las prendas sintéticas sin embargo tuvieron una fuerte caída del 36%, esto se debe a la contracción de las exportaciones a Venezuela.
En cuanto a las prendas de tejido plano, los tejidos de algodón son los que tienen mayor participación en el mercado exportador, sin embargo en el año han caído un 11%, las fibras sintéticas también se han contraído un 60%. Estas bajas en las exportaciones se deben a la fuerte competencia que hay con otros países latinoamericanos, quienes vienen desarrollando nuevas medidas para aprovechar mejor la fibra y la materia prima.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CUADRO N°6
Exportaciones de las prendas de vestir

SECTOR Prendas de Vestir (Enero – Noviembre)	Var % 2013-2014	% Part. De 2013-2014
Prendas de vestir de punto	-12.7%	92%
Tejido de punto de algodón.	-6.0%	75%
Tejido de punto de fibras sintéticas	-36.0%	14%
Prendas de vestir tejido plano	-24.0%	8%
Tejido plano de algodón.	-11%	69%
Tejido plano de fibras sintéticas	-60%	15%

Fuente: ADEX.
Elaboración: Propia

A pesar que entre el año 2013 y 2014, se han registrado niveles bajos en las exportaciones de confecciones, es un índice favorable ya que con esto se observa una clara recuperación ante la mayor demanda de confecciones tanto en textiles como en prendas de vestir (algodón). Los recientes Juegos Deportivos del Mundial Brasil 2014, trajo consigo nuevas negociaciones en el sector textil, diversas marcas prestigiosas entre ellas, Nike firmaron contratos con proveedores peruanos para la elaboración de prendas de algodón, dichas empresas buscaban sustituir parte de sus importaciones provenientes de países como Francia e Italia, quienes vendían las prendas a precios muy elevados. Estas compras han contrarrestado la caída que se tuvo con las exportaciones a Venezuela y Estados Unidos.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CUADRO N°7

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE CONFECCIONES

Enero - Setiembre 2014

N°	Empresas	US$ FOB	Participacion 2014 %
1	Devanlay Peru S.A.C.	80454	8.9%
2	Confecciones Textimax S.A.	49934	5.5%
3	Industrias Nettalco S.A.	44155	4.9%
4	Topy Top S.A.	42620	4.7%
5	Textiles Camnoes S.A.	31965	3.5%
6	Southern Textile Network S.A.C.	31243	3.5%
7	Hilanderia de Algodón Peruano S.	27360	3.0%
8	Textil del Valle S.A.	26367	2.9%
9	Cotton Knit S.A.C.	21942	2.4%
10	Textil Only Star S.A.C.	20407	2.3%
11	Peru Fashions S.A.C.	18601	2.1%
12	Industria Textil del Pacifico S.A.	15621	1.7%
13	Cofaco Industries S.A.C.	14628	1.6%
14	Textile Sourcing Company S.A.C	12461	1.4%
15	Incalpaca Textiles Peruanos de E	11016	1.2%
16	Otras empresas	454190	50.3%
	TOTAL	**902963**	**100%**

Fuente: Asociacion de Exportadores

Elaboracion Propia

En el 2014, las empresas procedentes del norte del país fueron las principales exportadoras de prendas de vestir, la empresa Devanlay Perú S.A.C. obtuvo la mayor participación con el 8.9%, de igual forma la empresa “Confecciones Textil Max S.A.” con un 5.5%. Las empresas que también se destacan por permanecer dentro de las primeras empresas exportadoras por más de 5 años consecutivos fueron: “Industrias Nettalco S.A.”, “Topy Top S.A.” y “Textiles Camnoes S.A.”

La empresa arequipeña “Incalpaca Textiles Peruanos de Exportacion S.A.” que registró una menor participación en el mercado de 1.2%, está logrando poco a poco permanecer en el mercado y destacar entre las primeras empresas exportadoras de confecciones. Cabe destacar que dicha empresa hace 7 años no destacaba dentro de las primeras empresas exportadoras, a diferencia de las demás que si cuentan con dicha participación.

Entre los principales productos exportados se destacan: los polos de Algodón para hombres y mujeres, polos de Algodón para hombres y mujeres teñido o un solo color, camisas de algodón teñido o un solo color, polos y camisetas interiores de punto de las demás materias textiles y las

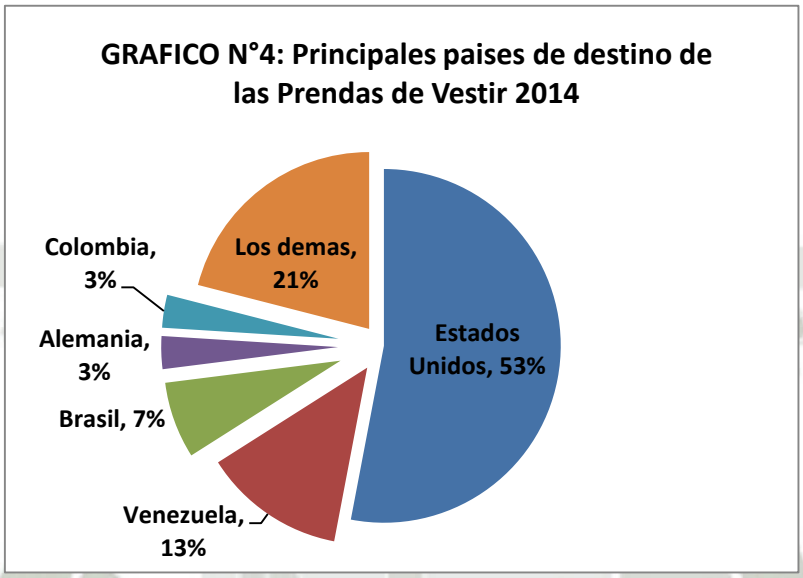
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

demás camisas interiores de punto de las materias textiles.

Estados Unidos sigue siendo el principal país de destino de nuestras exportaciones con una participación del 53%, en el 2013, Venezuela tenía una alta participación del 46%, sin embargo la caída ha sido drástica disminuyendo a 13% de las exportaciones.
Los menores envíos se hicieron en su mayoría a países sudamericanos como Brasil (7%) y Colombia (3%).



Fuente: Adex.
Elaboración: Propia

b) Exportación de textiles peruanos

Como se observa en el Cuadro N°8, dentro de las principales empresas exportadoras se distinguen las arequipeñas como: Michell Cia S.A. con la mayor participación con un 13.6%. Inca Tops S.A, empresa del Grupo Inca, registró también una participación representativa del 7.7%. Estas empresas, han logrado permanecer entre las primeras empresas del sector textil alpaquero por largo tiempo. Sin embargo, existen ciertas empresas del mismo sector que ya están presentando problemas con sus ventas internacionales, tal es el caso de Tejidos San Jacinto y Textil Piura que han disminuido sus envíos especialmente a países Europeos.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CUADRO N°8

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE TEXTILES

Enero - Setiembre 2014

N°	Empresas	US$ FOB	Participacion 2014 %
1	Michell y Cia S.A.	63892	13.6%
2	Sudamenricana de Fibras S.A.	42014	8.9%
3	Inca Tops S.A.	36086	7.7%
4	Fitesa Fiverweb Peru S.A.	14256	3.0%
5	Credirex S.A.A.	13691	2.9%
6	Textiles Camones S.A.	13503	2.9%
7	Industria Textil Piura S.A.	13127	2.8%
8	Ideas Textiles S.A.	11009	2.3%
9	Tejidos San Jacinto S.A.	10257	2.2%
10	CIA. Industrial Nuevo Mundo S.A	9833	2.1%
11	Fabrica de Tejidos Pisco S.A.C.	8281	1.8%
12	Textil Oceano S.A.C.	7669	1.6%
13	Fibras Marinas S.A.	7198	1.5%
14	Iberoamericana de Plasticos S.A.	6916	1.5%
15	Aris Industrial S.A.	6446	1.4%
16	Otros paises	206072	43.8%
	TOTAL	**470,485**	**100%**

Fuente: Asociacion de Exportadores

Elaboracion Propia

Los principales textiles exportados en el periodo de Enero a Diciembre del 2014 se destacan:

- Pelo fino cardado o peinado de alpaca,
- Con un contenido de hilados de elastómeros superior o igual al 5% en peso, sin hilos de caucho,
- Demás tejidos de punto de algodón teñidos
- Hilados de pelo fino peinado sin acondicionar para la venta al por menos
- Hilados de lana o pelo fino para la venta al por menor.

Dentro de los principales de exportación se sigue destacando Venezuela. Vale destacar, que las exportaciones de prendas de vestir a dicho país se hacen de muchas veces de forma fraudulenta ya que se estaría enviando ropa de segunda mano y hacen envíos de forma ficticia, lo que ocasiona una distorsión en las estadísticas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

A diferencia de los años anteriores, Colombia está representando un nuevo e interesante destino de exportación, el cual importa nuestras fibras peruanas para luego procesarlas. Estados Unidos tiene apenas una participación del 6% al igual de ciertos países Latinoamericanos y europeos.

Fuente: SUNAT
Elaboración: Propia

1.2.6 INDUSTRIA TÉXTIL EN AREQUIPA

1.2.6.1 Número de empresas de textiles y confecciones en Arequipa

CUADRO N°9

AREQUIPA: EMPRESAS MANUFACTURERAS SEGÚN TAMAÑO				
	Empresas	**%**	**Natural**	**Juridica**
Micro Empresa	7 865	96.9	5 972	1 893
Pequeña Empresa	209	2.6	19	190
Mediana y Grande	40	0.5	-	40
TOTAL	**8 114**	**100.0**	**5 991**	**2 123**

Fuente: CENSO MANUFACTURA, 2007 - SUNAT REGISTRO RUC, 2011
Elaboracion Propia.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Según el último censo Manufactura realizado el año 2007, existen en la Región de Arequipa un total de 8 114 empresas en el sector manufacturero, de las cuales el 96,9% pertenecen al rango de micro empresas, el 2,6 % es pequeña empresa y gran empresa 0,5%.

CUADRO N°10

AREQUIPA: NUMERO DE EMPRESAS TEXTILES POR TAMAÑO					
Descripcion	**Empresas**	**%**	**Micro**	**Pequeña**	**Mediana-Grande**
Prendas de vestir	1 037	0.66	1 021	15	1
Productos textiles	545	0.34	529	12	4
TOTAL	**1 582**	**1.00**			

Fuente: CENSO MANUFACTURA, 2007 - SUNAT REGISTRO RUC, 2011

Elaboracion Propia.

La industria de prendas de vestir y productos textiles se encuentra representado en su mayoría por microempresas.

En cada una de las sub categorías, tanto para confecciones y prendas de vestir, existe una alta participación de las microempresas de 1021 y 529, respectivamente, seguido por las pequeñas empresas y grandes empresas. La confección de prendas de vestir, está marcado con un 0,66%, a diferencia de las empresas textil que representa el 0.34% del total de empresas textiles.

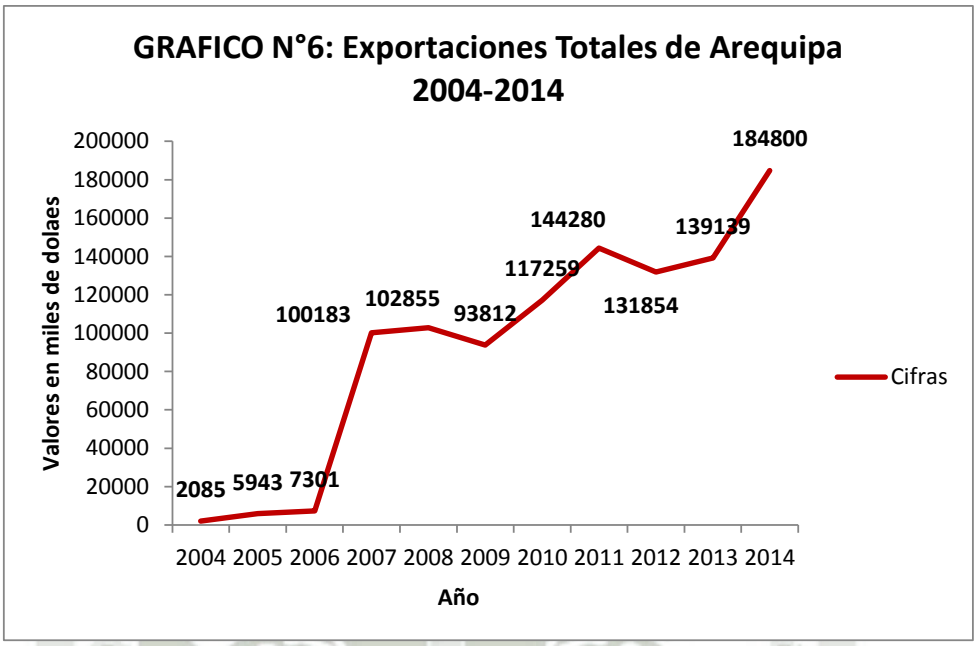
1.2.6.2 Exportaciones de textiles en Arequipa

Las exportaciones de textiles y de confecciones en Arequipa en el último año han crecido un 6%. En los últimos años, las exportaciones registraron la mayor caída entre el periodo del 2008 y 2009, (8,8%); situación similar se vio en los períodos de 2011 y 2012 cuando hubo una contracción del 8,6%. Los meses de mayor producción y envíos fueron entre los meses de Junio y Octubre, meses en donde se registran las estaciones más frías en los países europeos y norteamericanos. Los periodos más bajos fueron en abril y noviembre.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA



Fuente: SUNAT.
Elaboración propia.

CUADRO N°11
PRINCIPALES EMPRESAS AREQUIPEÑAS EXPORTADORAS DE TEXTILES

Empresa	Pais	Principal Producto	US$ FOB 2013
Michell y Cia S.A.	China	Pelo fino cardado o peinado de alpaca o llama	11468
	Canadá	Hilados de Lana o Pelo Fino	3849
	Italia	Pelo fino cardado o peinado de alpaca o llama	6069
	Noruega	Los demas hilados de lana o pelo fino	3729
	Lituania	Hilados de lana peinada	2082
Inca Tops S.A.	China	Pelo fino cardado o peinado de alpaca o llama	6241
	Italia	Pelo fino cardado o peinado de alpaca o llama	5672
	Canadá	Hilados de Lana o Pelo Fino	2500
	Noruega	Los demas hilados de lana o pelo fino	1225
	Hong Kong	Hilados de pelo fino sin acondicionar	1214

Fuente: Asociacion de Exportadores
Elaboracion Propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.2.6.2.1 Principales países de destino

Entre enero y setiembre del 2014, los principales países de destino de los productos regionales fueron: Estados Unidos (24%), Italia (17%) y Alemania (6%). Los principales productos que se envían son textiles entre ellos: hilados de lana y pelo fino, su principal mercado es Estados Unidos (19%) y Canadá (24%). Otro producto que también se distingue es el pelo fino de llama o de alpaca, el principal país a donde se embarca es Italia (54%), Reino Unido (24%) y Bolivia (49%).

CUADRO N° 12
ESTRUCTURA DE EXPORTACIONES POR PRINCIPALES PAISES DE DESTINO
AREQUIPA - 2013

PAÍSES	% del Total	Principles Productos
Estados Unidos	24%	Hilados de Lana o Pelo Fino
Italia	17%	Pelo fino de alpaca o de llama
Alemania	6%	Camisas de Algodón
Reino Unido	3%	Pelo fino de alpaca o de llama
Japón	3%	Pelo fino de alpaca o de llama
Brasil	2%	Polos de algodón
Bolivia	1%	Pelo fino de alpaca o de llama
Canadá	1%	Hilados de Lana o Pelo Fino
Australia	1%	Chales, bufandas de lana o pelo fino
Chile	1%	Abrigos, impermeables, chaquetones de lana o pelo fino
Otros	40%	Otras prensas
TOTAL	**100**	

Fuente SUNAT.
Elaboracion propia

1.2.6.2.2 Principales prendas de vestir y textiles exportados

La estructura de las exportaciones **de textiles**, muestra que los hilados de lana y/o pelo fino tienen la mayor participación con el 20.4%. Dicho producto, es exportado principalmente a Estados Unidos, el primer país de destino, seguido por los suéteres de punto de lana y pelo fino (4.1%), los abrigos y chalecones de lana y pelo fino registraron en el periodo acumulado una menor producción del 1,2%. Estos tres principales productos que se producen y se comercializan en Arequipa tiene a Estados Unidos como un principal país de destino, por lo que su situación económica y social afecta en gran medida las

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

exportaciones de textiles de la Región.

Los productos que se destacan en la exportación de prendas de vestir son los suéteres de punto de algodón (3.4%) y las camisas de algodón (3,0%). Brasil fue el principal país de destino de las camisas de algodón, esto debido a los eventos deportivos suscitados en dicho país que hizo que se recibieran más pedidos de camisas para satisfacer la alta demanda. Según el consejero comercial del Perú en Brasil, ese país está buscando sustituir a sus proveedores Europeos (Francia e Italia) para obtener productos de calidad y en menor tiempo.

Todo indica que Brasil podría desplazar a Venezuela como principal país de destino, dado a su mayor demanda y los factores económicos que vienen afectando los envíos a dicho país.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CUADRO N°13

AREQUIPA: ESTRUCTURA DE EXPORTACIONES POR PRINCIPALES PRODUCTOS 2013

Principales Productos Textiles	Principales Países	% del Total	Valor FOB (miles $)	Estructura % por pais
Hilados de Lana y/o Pelo fino		**20.4%**	**28335**	**100%**
	Estados Unidos		11749	41%
	Alemania		3418	12%
	Italia		7327	26%
	Reino Unido		1918	7%
	Japón		1544	5%
	Canadá		1032	4%
	Otros		1345	5%
Demas Suéteres de punto de lana y pelos finos		**4.1%**	**5765**	**100%**
	Estados Unidos		4494	78%
	Italia		634	11%
	Canadá		273	5%
	Australia		219	4%
	Chile		145	3%
Abrigos, impermeables, chaquetones de lana o pelo fino		**1.2%**	**1701**	**100%**
	Estados Unidos		1380	81%
	Chile		183	11%
	Australia		138	8%
Cardiganes de punto de las demas lanas o pelos finos		**0.5%**	**694**	**100%**
	Alemania		347	50%
	Japón		138	20%
	Australia		111	16%
	Chile		99	14%
Principales Productos de Algodón				
Demas Suéteres de punto de algodón		**3.4%**	**4750**	**100%**
	Estados Unidos		4494	95%
	Brasil		256	5%
Camisas de algodón		**3.0%**	**4112**	**100%**
	Brasil		2303	56%
	Alemania		1809	44%
Otros		**67.4%**	**93782**	
TOTAL			**139139**	

Fuente: SUNAT.

Elaboracion: Propia.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CAPITULO II

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Después de haber analizado la información, teoría y conceptos respecto a nuestras variables y el mercado textil; este capítulo mostrará los resultados basados en los datos obtenidos a partir de la elaboración de la entrevista aplicada a los empresarios exportadores del sector textil, con el fin de poder demostrar la hipótesis como resultado de la investigación.

2.1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

Estudio Basado en los principios del método científico.

2.1.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.1.1.1 Técnica: Observación documental y Entrevista

2.1.1.2 Instrumento: Entrevista

2.2 APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA

2.2.1 OBJETIVOS DE LA ENTREVISTA

El objetivo de la entrevista fue recopilar información de la totalidad de empresas exportadoras de textiles de la región Arequipa, para posteriormente poder analizarla y elaborar un informe de resultados que nos permitirá conocer a detalle el comportamiento de la Implementación de RSE y las exigencias de los importadores en las empresas textiles de nuestra Región.

Para la recolección de información, se tomaron en cuenta ciertas estrategias para poder llegar a los empresarios o representantes y evitar que nos nieguen la entrevista.

- Antes de visitar a los representantes de cada empresa, hemos indagado sobre sus actividades, sus principales mercados de exportación, sus certificaciones si las tuviera, etc.
- Al iniciar la entrevista, para tratar de ganarnos la confianza de los representantes de cada compañía, hemos hecho una presentación breve sobre nosotras (las investigadoras propias) y el trabajo que venimos realizando con la investigación y el fin que tiene esta.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Durante la entrevista, nos referimos con respeto hacia la persona a quien nos dirigimos, tratamos de llevar más una conversación y no una pauta de preguntas. Si el entrevistado lo permite, grabamos la conversación, tomamos fotografías o consultamos la posibilidad de corroborar en la empresa sus actividades socialmente responsables o alguna vinculada con el tema y su empresa.
- Al finalizar la entrevista, nos despedimos y agradecemos la oportunidad. Plasmamos las ideas, comentarios y demás información que el representante o empresario nos haya informado y que consideramos importante.

2.2.2 ESTRUCTURA DE LA ENTREVISTA

La estructura de la cédula de entrevista se basa en la estructura de Hernández, Fernández y Baptista (2010) y consta de cuatro bloques:

- **Bloque A:** Información General de la empresa
- **Bloque B:** Sobre Responsabilidad Social Empresarial
- **Bloque C:** Aplicación de RSE.
- **Bloque D:** Su experiencia como empresa Socialmente Responsable

Cada Bloque posee preguntas cerradas y abiertas correspondientes a cada categoría, esta consta de 22 preguntas en total.

2.2.3 APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA

Nuestro universo estará delimitado por los datos registrados en la base de datos de la Asociación de Exportadores (ADEX) sede de Arequipa, siendo un total de 41[21] empresas exportadoras registradas del sector textil.

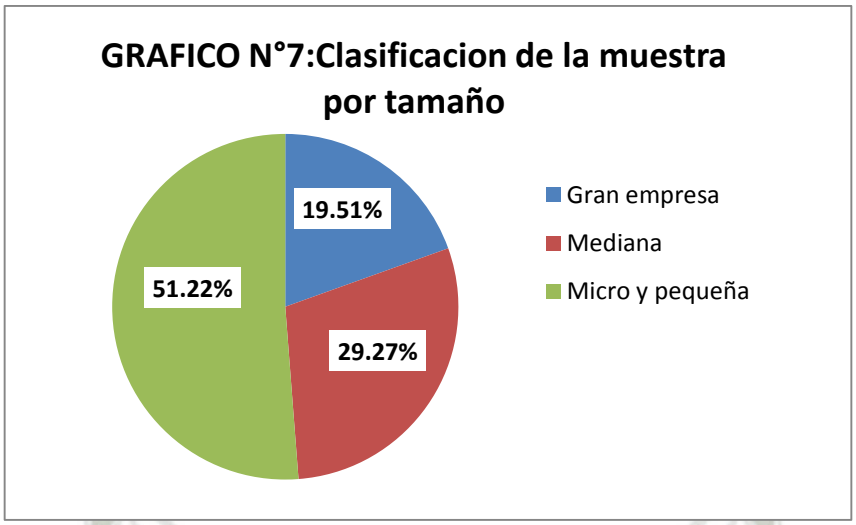
Las empresas a estudiar fueron clasificadas según su tamaño para posteriormente evaluar los resultados en base a esta información.

[21] Información obtenida a través de la presentación de una solicitud a la oficina de ADEX en Arequipa.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

Estas empresas fueron evaluadas en su totalidad a través de la cedula de entrevista, debido a que se consideró conveniente realizar un censo ya que la diferencia entre el número total de empresas, es decir el universo, y el resultado final después de la elaboración del proceso de muestreo, mostraban una diferencia no era significativa.

El resultado de la muestra es de 37 empresas a encuestar, y la población tomada en cuenta para el censo es de 41 empresas.

2.3 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

2.3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

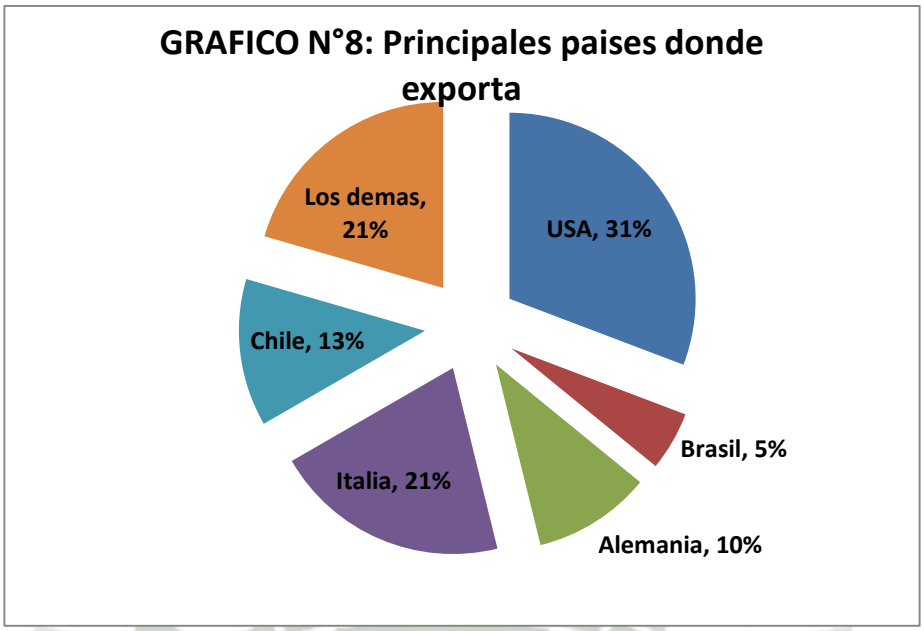
1. ¿Cuáles son los principales países a dónde exporta?

Dentro de los principales países hacia donde se dirigen las exportaciones de textiles en Arequipa es Estados Unidos, representado por un 31%, el país europeo con más envíos es Italia 21% y en Latinoamérica se destaca Chile. Vale mencionar que dentro de los otros países que se exportan fibras de la región se destacan Bolivia, Francia y China.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

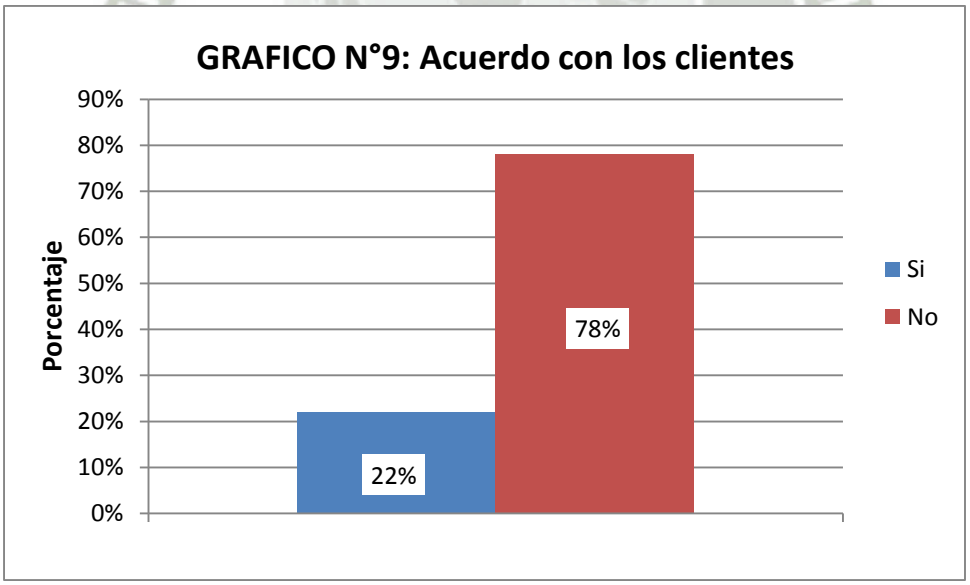
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente Encuesta Realizada.
Elaboración propia

2. ¿Fue fácil llegar a un acuerdo con sus clientes en el extranjero para llegar a concretar un acuerdo de exportación?



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

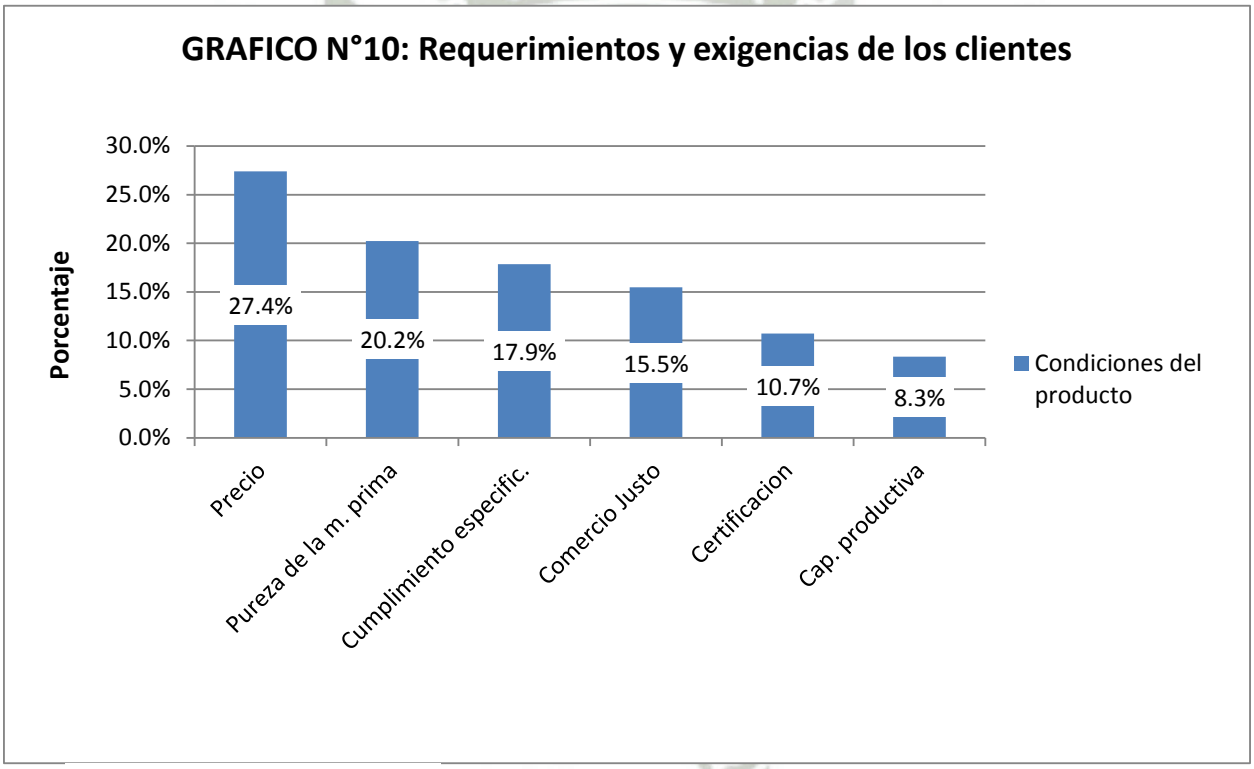
REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

El total de empresas que consideran que fue fácil llegar a un acuerdo con sus clientes en el extranjero, están representadas por el 21.95% siendo una minoría frente a las empresas que consideran que no fue fácil llegar a un acuerdo con sus clientes, con una representatividad del 78.05%.

Es entendible que la dificultad para llegar y hacer tratos comerciales con clientes del exterior se incrementa en pequeñas empresas por los limitados recursos con los que cuenta y además por que las empresas extranjeras buscan empresas más grandes, confiables y con capital que les permita trabajar con plazos determinados, garantía, experiencia, etc.

3. **Nombre 5 condiciones referentes al producto que sus clientes pusieron al momento de negociar**



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

De todas las empresas exportadoras de textiles y confecciones encuestadas de Arequipa, afirmaron que las principales condiciones que los clientes siempre toman en cuenta al momento de negociar son: que los productores les ofrezcan un precio justo (27.4%); principalmente,

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

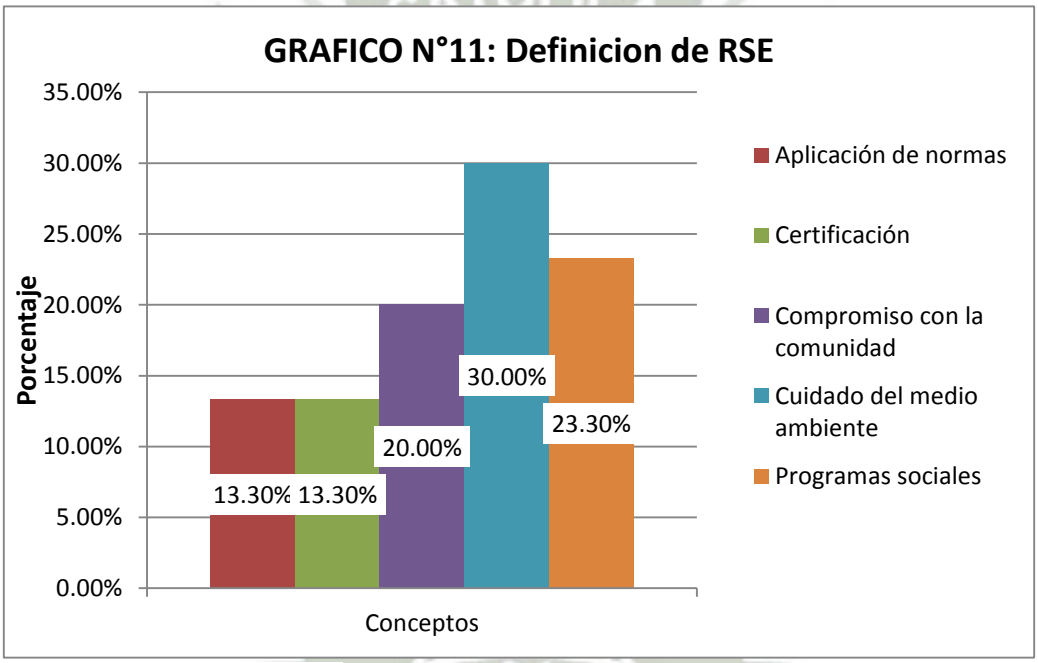
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

seguido de la exigencia en cuanto a la pureza y la calidad de la tela al momento de confeccionar las prendas y en tercer lugar que se respeten los términos y condiciones que el cliente está pidiendo en la elaboración de los productos finales (17.9%), esto incluye que la empresa cumpla y sea responsable con los plazos.

Una de las condiciones que menos les exigen es la certificación de la empresa, ya que en Arequipa predominan las empresas pequeñas; mypes, por lo que es más difícil para ellos prepararse para una certificación y sus clientes son conocedores de esto.

Las grandes empresas son las que reciben mayores exigencias por parte de sus clientes., en cuanto al comercio justo.

4. ¿Qué entiende por Responsabilidad Social Empresarial? Defina algunos conceptos que forman parte de ella.



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

Los empresarios Arequipeños definieron diferentes conceptos que según ellos, formarían parte de la RSE; entre los que se destacaron son: que la RSE se enfoca principalmente en el cuidado del medio ambiente (30.0%), seguido por los programas sociales (23.3%) y por último el compromiso que tiene la empresa con la comunidad (20.0%) ofreciendo trabajo a los pobladores que viven cerca a la empresa y haciéndolos participes de las decisiones importantes que puede tomar la empresa. En cuanto a la aplicación de normas, pocos fueron los que aceptaron que el

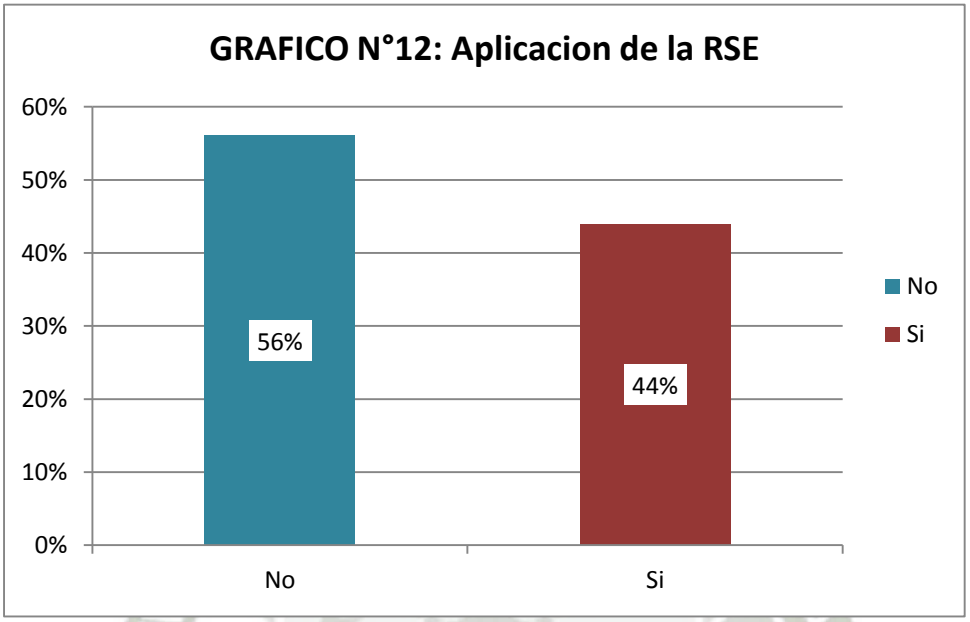
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

cumplimiento de normas de salubridad, pago de impuestos y el reglamento estipulado por el Gobierno forma parte de la RSE.

5. ¿Su empresa aplica hoy en día Responsabilidad Social Empresarial?



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

El porcentaje de empresas que no aplican responsabilidad social empresarial están representadas por un 56.10% que representan una mayoría ante el 43.90% de las empresas que si aplican responsabilidad social empresarial.

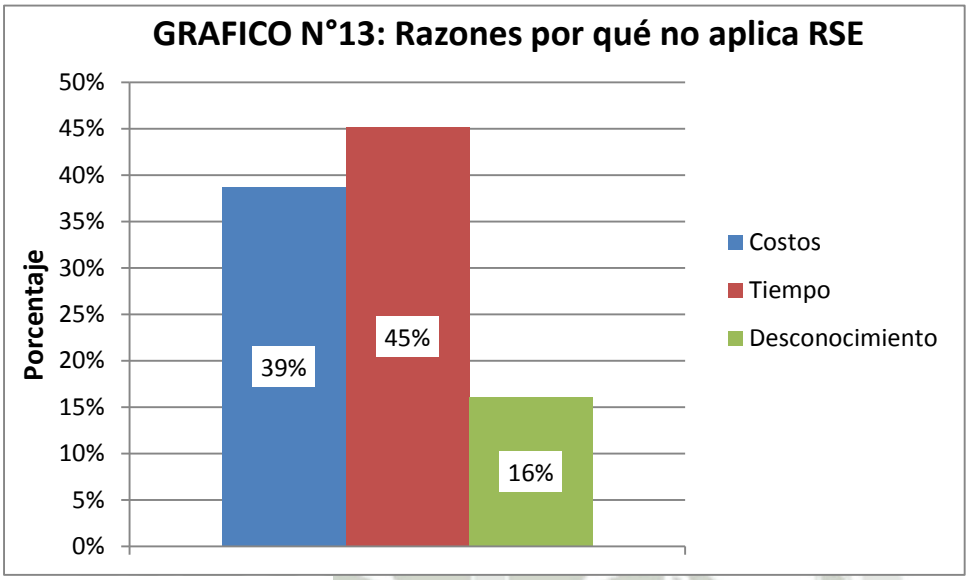
Es importante notar que no todas las empresas, inclusive las que dicen aplicar la responsabilidad social, no tienen claro en que consiste y cuáles son las dimensiones que abarca. Muchas piensan en responsabilidad social de manera filantrópica y tienen serias deficiencias en áreas importantes. Las empresas que admitieron aplicar la RSE, en su mayoría son empresas más grandes de Arequipa y dijeron que empezaron a aplicar desde que se constituyó la empresa, pero no se daban cuenta que muchas de esas actividades formaban parte de la RSE, una vez más se puede comprobar el desconocimiento de los empresarios en cuanto al tema.

6. ¿Por qué su empresa no aplica Responsabilidad Social Empresarial?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

Se observan 3 razones por las cuales las empresas que no aplican responsabilidad social empresarial. La principal razón es por un factor Tiempo que está representada por un 45.2%; seguida por los costos que implique la implementación de la RSE con un 38.7% y por último el 16.1% afirman no usar la RSE en sus empresas porque no son conocedoras del tema. Consideramos que en las empresas no se aplica la responsabilidad social por que no sienten que les traiga un beneficio y esto se debe a que no piensan a largo plazo y no aspiran a mercados diferentes al que tienen en este momento. Así mismo, muchas empresas no ven a la responsabilidad social como un factor de diferenciación frente a sus competidores.

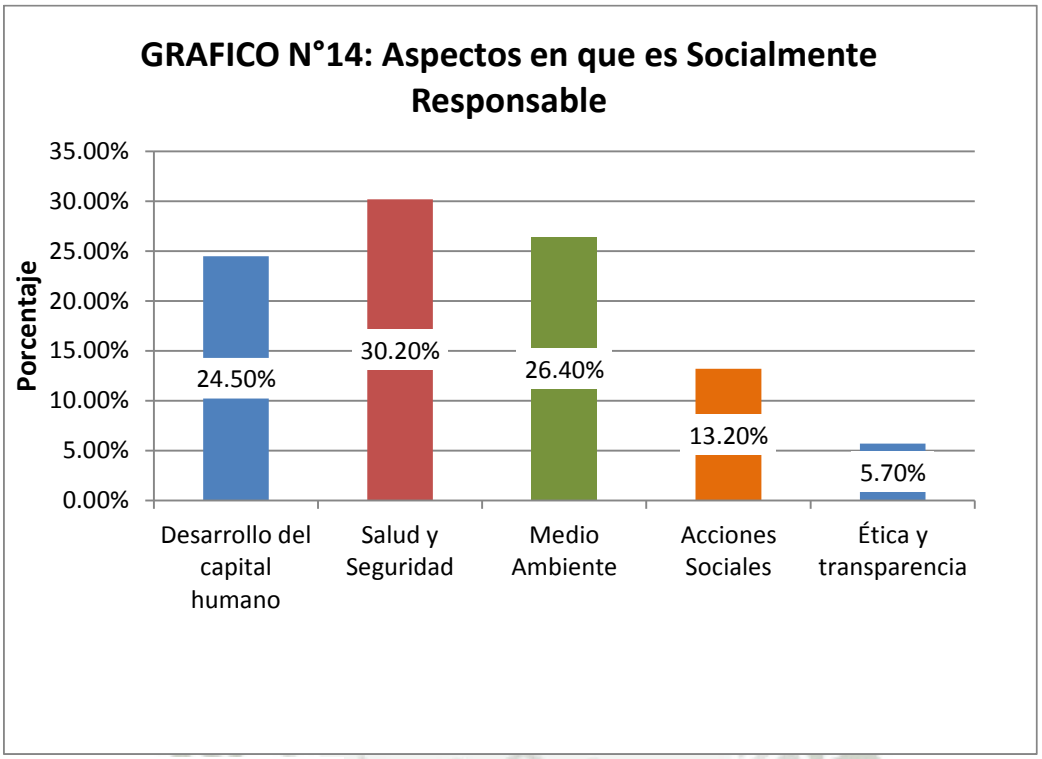
Las empresas no aplican la responsabilidad social por que mantienen paradigmas y son reacias al cambio y a la responsabilidad en sus diferentes dimensiones y niveles.

7. En qué aspectos cree que su empresa es Socialmente Responsable?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

De las variables más representativas, la variable con mayor representatividad es salud y seguridad en el área de trabajo con un 30.2%, seguida por el cuidado del Medio ambiente y Gestión de Recursos, con un porcentaje de 26.4%, el desarrollo del K. humano 24.5%, la aplicación de acciones sociales (13.2%) tiene menos importancia para las empresas al igual que la ética y transparencia empresarial (5.7%).

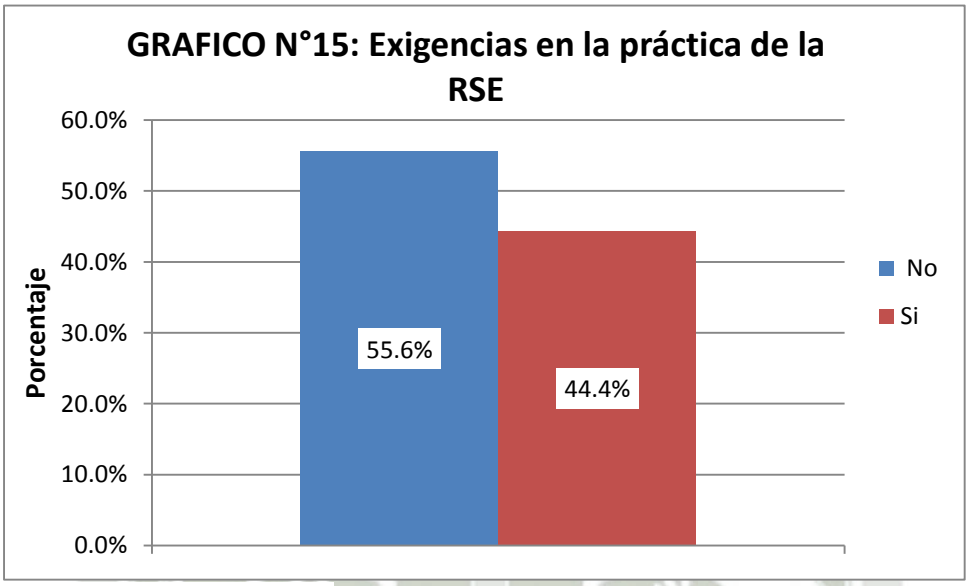
Como se pudo observar en la tabla anterior, la mayoría de las empresas consideran que el aspecto por el que son más socialmente responsables es por el cumplimiento de la salud y seguridad ocupacional de sus trabajadores, su cumplimiento va más por una exigencia por parte de los organismos públicos reguladores que por una iniciativa propia. Son muy pocas las empresas que afirman que las acciones sociales y la ética con las partes, fueran parte de la RSE, esto debido a que las empresas no ejecutan ningún código de ética o reporte social en su organización.

8. ¿Sus clientes le mencionaron o exigieron que su empresa desarrolle actividades que involucren RSE?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

A la 44.4% de las empresas entrevistadas se les exigió la práctica de RSE por parte de sus clientes. Al 55.6% restante no recibieron ninguna exigencia de RSE.

Con la siguiente pregunta se podrá ampliar más dicha pregunta con la descripción de dichas exigencias.

9. Describa cuales fueron esas exigencias

CUADRO N°14
Descripción de las exigencias

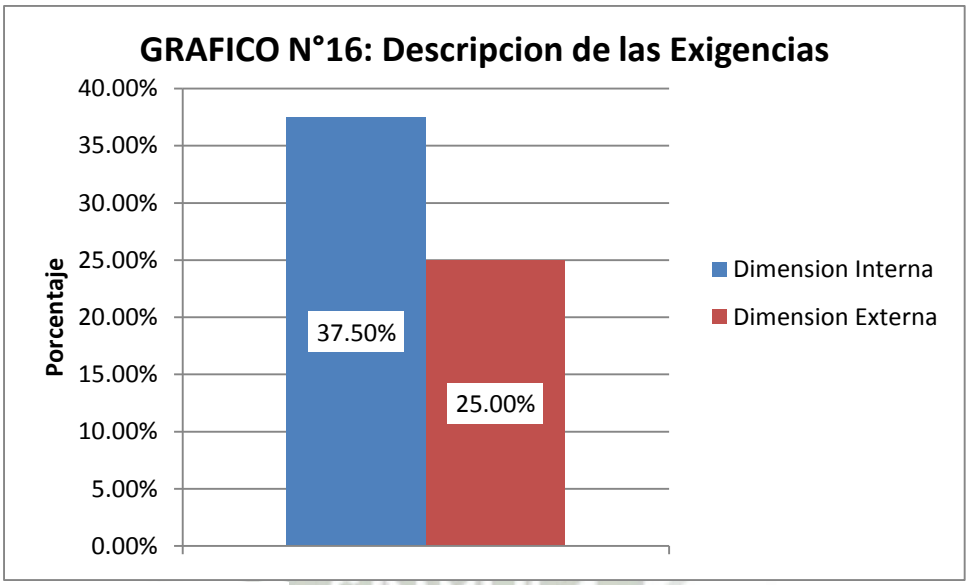
DIMENSION INTERNA	37.5%	N°	DIMENSION EXTERNA	25.0%	N°
Gestión de Recursos Humanos		5	Comunidades locales		3
Seguridad y salud en el trabajo		3	Socios, proveedores y consumidores		2
Adaptación al cambio		0	Derechos Humanos		0
Gestión del impacto amb. y Rec. Naturales		5	Problemas Ecológicos		0

Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

Al lograr conocer que al 44.4% de las empresas exportadoras de textiles y confecciones se les exige que implementen acciones socialmente responsables, dichos requerimientos fueron clasificados en las dimensiones internas y externas de la RSE, es así que se ha podido determinar que las exigencias se refieren más a las de la dimensión interna y están representadas por un 37.5%, las más significativas fueron: gestión de recursos humanos, seguridad y salud en el trabajo y gestión del impacto ambiental.

Las dimensiones internas se representan por un 25.0%, las que se destacan son comunidades locales y socios, proveedores y consumidores.

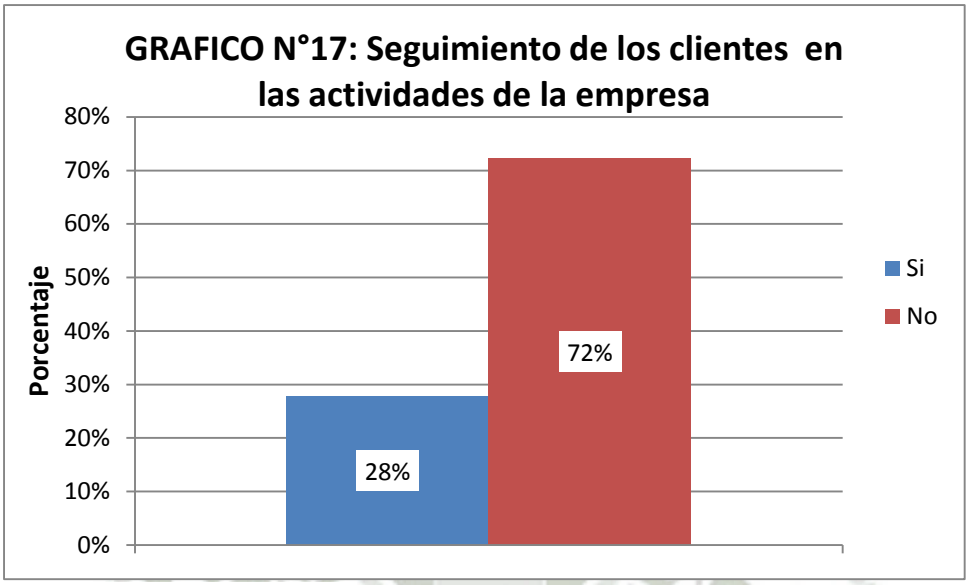
10. ¿En algún momento sus clientes hicieron llamadas, visitas o alguna clase de

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

seguimiento a sus actividades socialmente responsables?



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

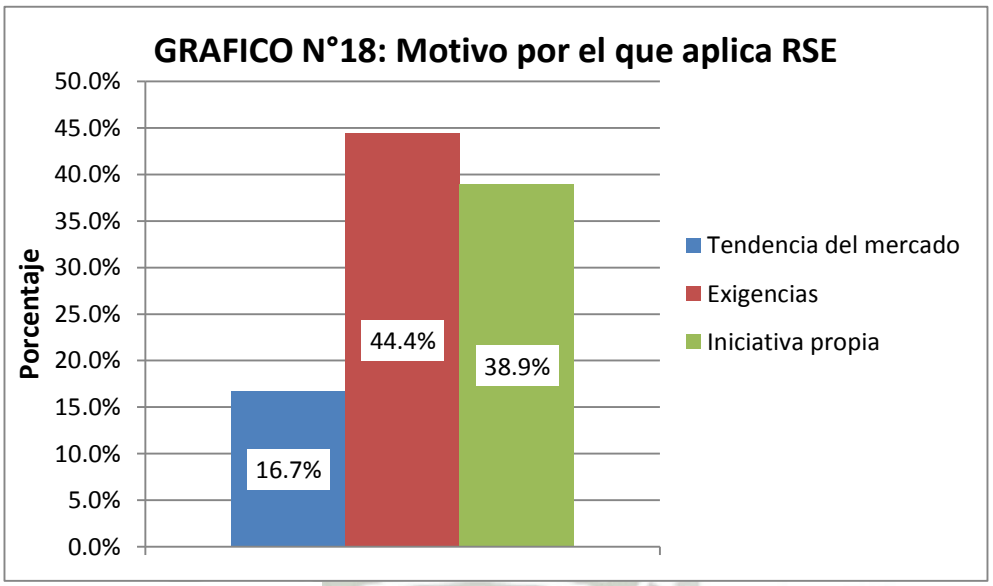
De las 18 empresas que si aplican el modelo de Responsabilidad Social Empresarial en Arequipa, el 27.8% de ellas si reciben visitas o llamadas de sus clientes.
Las empresas extranjeras no se conforman con que las empresas afirmen que implementan acciones socialmente responsables, si no que verifican que lo que hace la empresa es lo correcto y se aseguran que se está cumpliendo con las normas laborales, ambientales, otras normas que el país establece, etc. El 72.2% de las empresas que aplican acciones de RSE, no registra ningún seguimiento por parte de sus clientes.

11. ¿Cuál es el motivo por el que aplica RSE?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

El principal motivo por el que las empresas afirmaron aplicar acciones socialmente responsables es porque sus clientes más frecuentes le exigen esto en sus organización (44.4%), el 38.9% de las empresas indicaron que la implementación de RSE se dio por iniciativa propia, es decir, las empresas dentro de sus nuevas formas de desarrollarse en el mercado, vieron que la RSE es importante y es necesario desarrollarla. El 16.7% de las empresas aplican por tendencia del mercado, es decir, han podido darse cuenta que otras empresas de diferentes sectores que lo aplican han alanzado buenos beneficios.

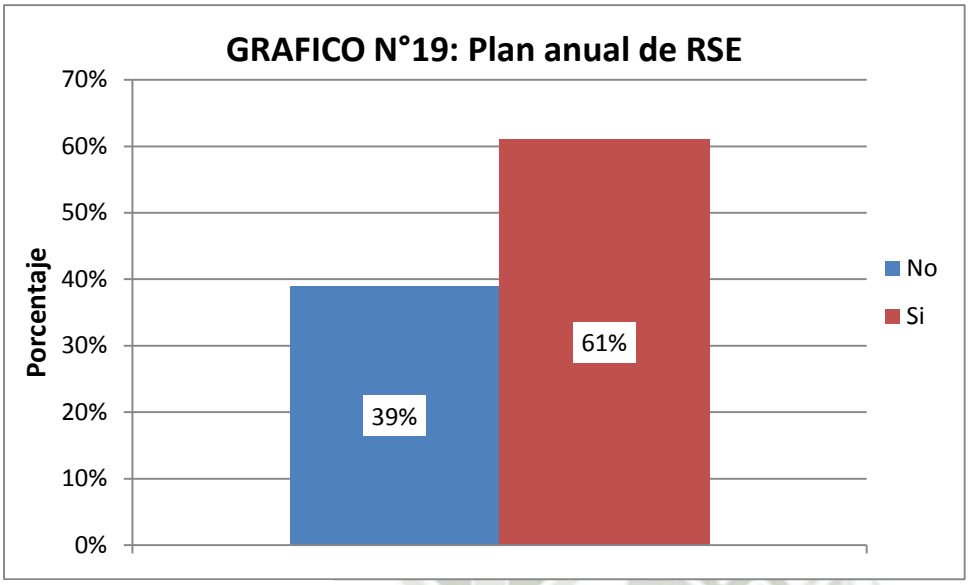
12. ¿Existe un plan anual que sigue su empresa y que direcciona las acciones hacia su

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

plan establecido de RSE?



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

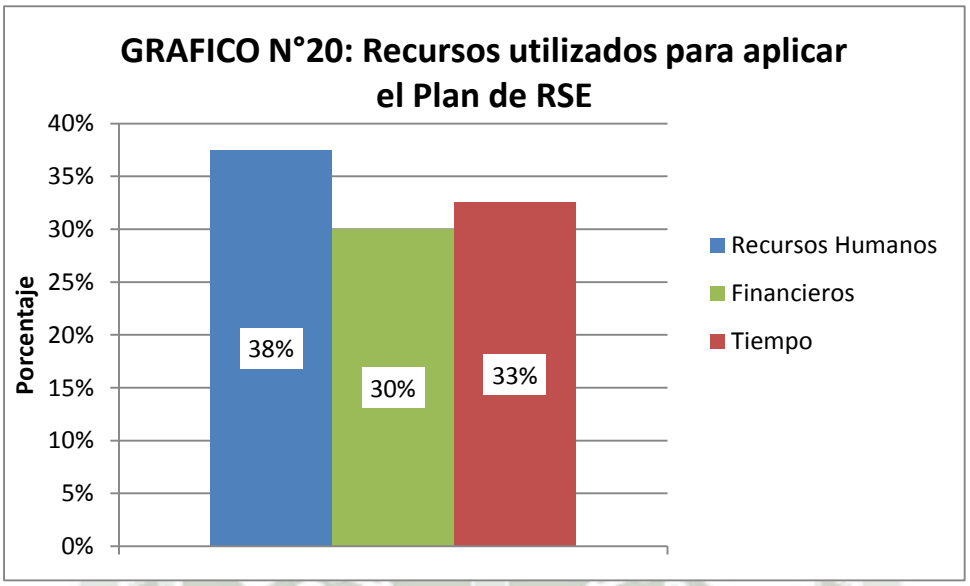
El 61,1% de las empresas que si son Socialmente responsables, afirman tener un plan de trabajo que direcciona sus actividades, el resto de empresas socialmente responsables no cuentan con un plan de RSE (38.89%), sin embargo, afirmaron que la constitución de un plan establecido es una de las principales motivaciones que tienen para seguir con el modelo de RSE. Sin embargo, el no contar con un plan de RSE limita las acciones a esporádicas y fuera del marco de lo que la ley exige.

13. ¿Qué recursos se utilizan para llevar a cabo su plan de RSE?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

De las 18 empresas que si llevan un plan de RSE, consideran que lo que más se utiliza son recursos humanos (37,5%), seguido del tiempo que utilizan para llevar a cabo el plan o (32,5%) y por ultimo recursos financieros (30,0%).

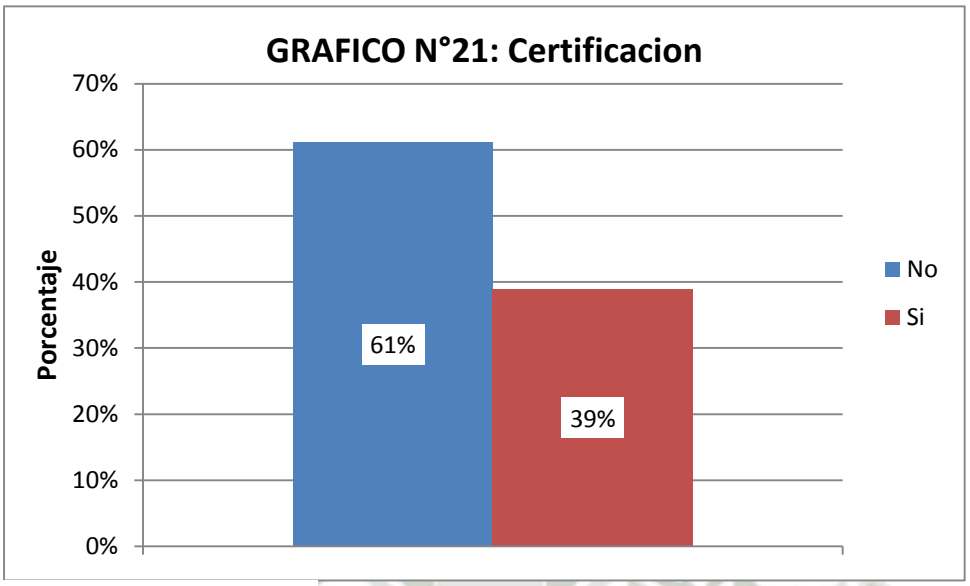
14. ¿Su empresa cuenta con algún tipo de certificación que avale su trabajo como

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

empresa Socialmente Responsable?



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

El 61,1% de las empresas que llevan a cabo acciones de RSE, no cuentan con ninguna certificación que avale su trabajo bajo normas de Responsabilidad Social, esto debido a que en Arequipa, las empresas de textiles y confección está conformado por más empresas medianas y pequeñas, quienes no tienen los recursos necesarios para buscar la certificación o no son conocedores de cómo podrían aplicarla. Solo un 38,9% de las empresas cuenta con alguna certificación, en su mayoría las empresas grandes.

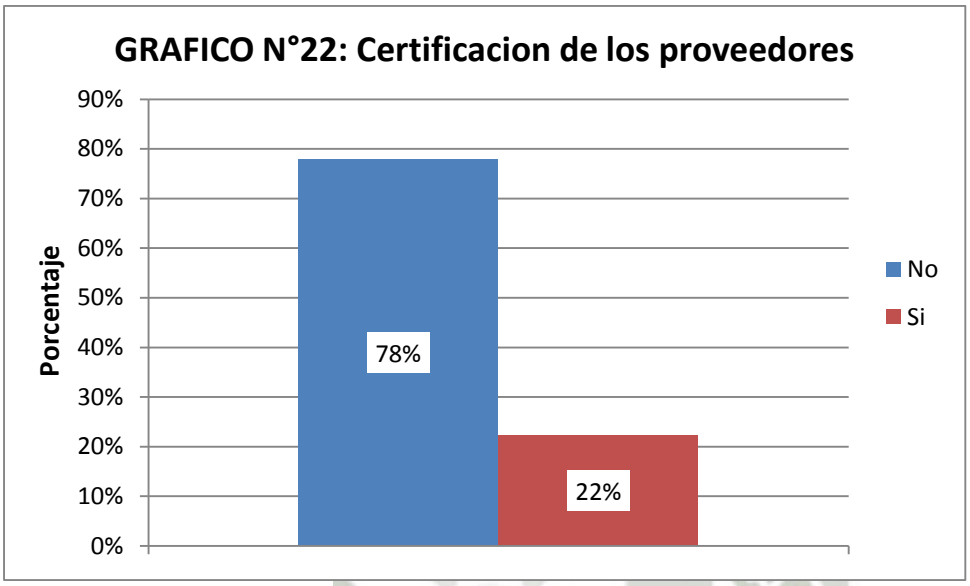
La certificación es importante pero no deja de ser una constancia, las empresas de Arequipa, coincidieron que para certificarse se necesita tiempo, presupuesto y constancia para poder seguir con los pasos que la certificación requiere para su aceptación e implementación.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

15. ¿Su empresa exige a sus proveedores cuenten con certificaciones de Responsabilidad Social Empresarial?



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

El 77.8% de las empresas entrevistadas explicaron que no exigen a sus proveedores que cuenten con certificaciones de RSE. Solo el 22,2% restante, exige que sus proveedores estén certificados.

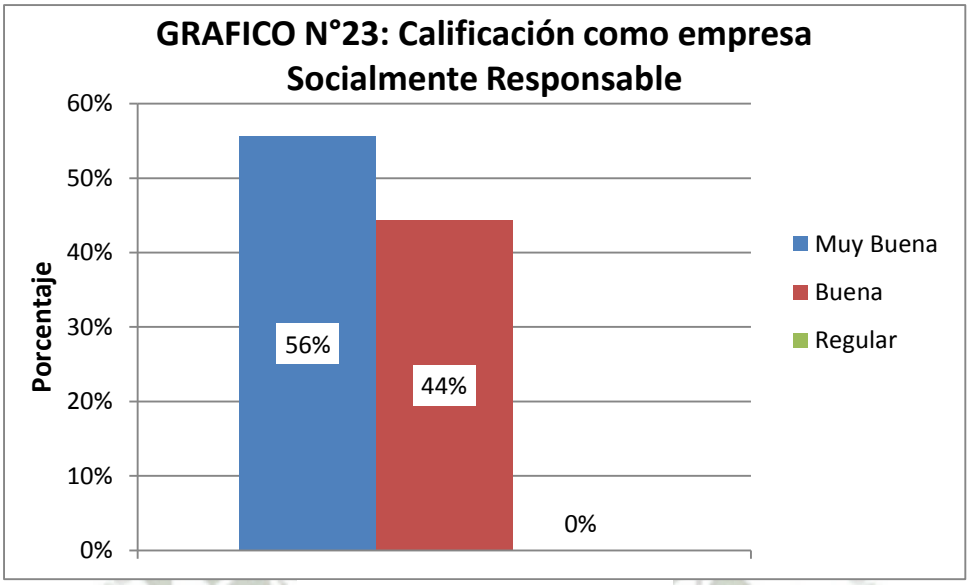
Es difícil esta exigencia porque mientras más atrás vamos en la cadena de producción o abastecimiento, las empresas menos aplican, conocen o les interesa la responsabilidad social, el buscar y comprar a proveedores que si lo aplican puede representar algunos sobrecostos. A esto se le suma el problema de que una gran parte de empresas en la Región tiene como proveedores a pequeños alpaqueros, en el caso de las fibras de lana y alpaca, quienes es difícil exigirles a ellos que se certifiquen.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

16. ¿Cómo califica su experiencia como empresa Socialmente Responsable?



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

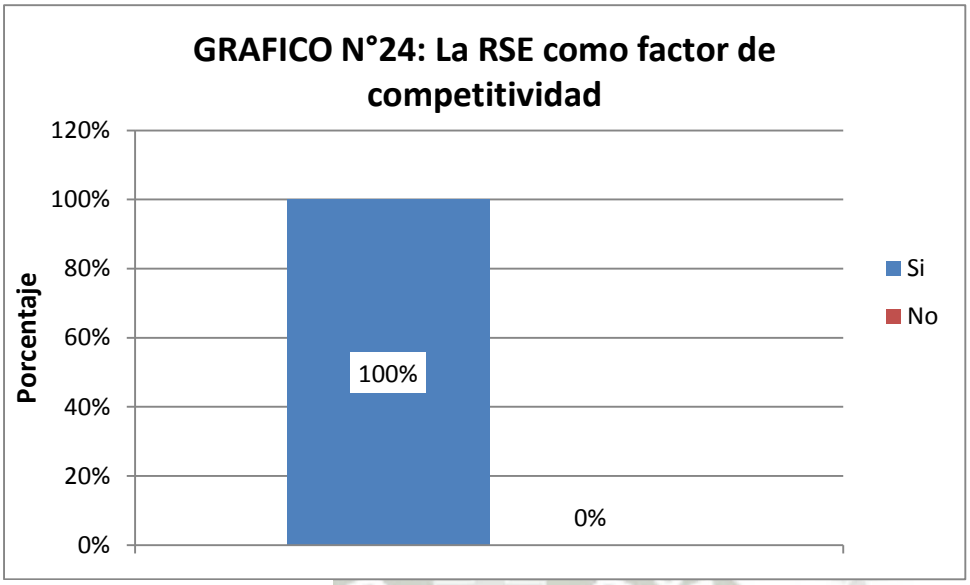
De las 18 empresas que aplican la Responsabilidad Social Empresarial, el 55,6% de ellas consideran que su experiencia aplicando dicho modelo es muy buena, mientras que un 44.4% afirmó que son buenas. Ninguna empresa declaró tener una mala experiencia siendo una empresa socialmente responsable, es porque poco a poco se dan cuenta que lo que parece absurdo, costoso e intrascendente es muy importante y necesario.

17. ¿Cree Ud. que su empresa al ser Socialmente Responsable es más competitiva que las demás del sector?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

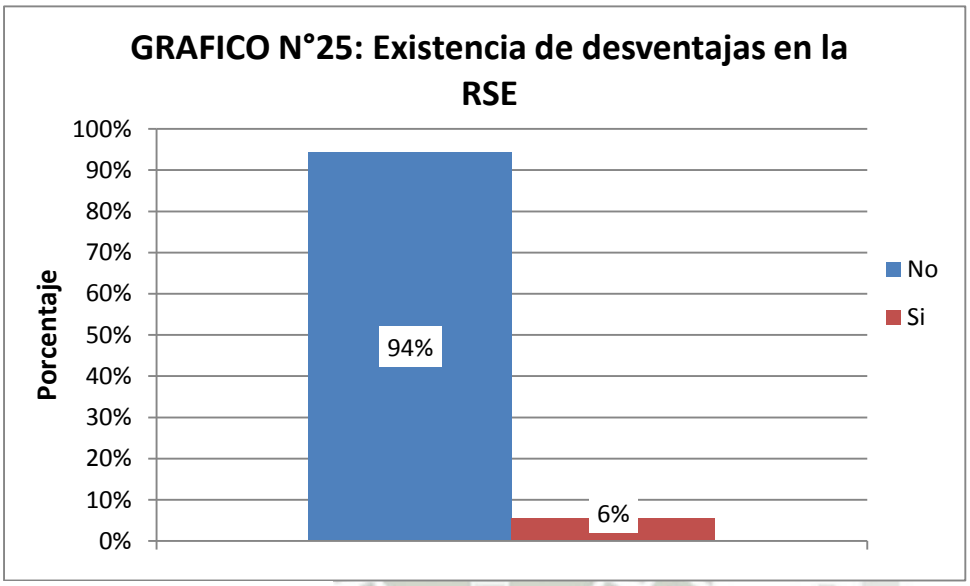
Las 18 empresas que si aplican acciones de Responsabilidad Social Empresarial, afirmaron que aplicándolas son más competitivas que otras empresas del mismo sector. Definitivamente es una ventaja competitiva y las empresas lo notan de manera inmediata, el siguiente paso para las empresas del sector es convertir esta ventaja en oportunidades de seguir captado mayores clientes internacionales y fidelizarlos, de esta manera se ganaría oportunidades en cuanto al incremento de las exportaciones.

18. ¿Considera que existen desventajas al momento de ser una empresa Socialmente Responsable en el sector textil?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA



Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

De las 18 empresas entrevistadas, el 94.4% considera que no existen desventajas al ser una empresa socialmente responsable, mientras que solo una empresa (5.6%) mantiene que si existe alguna desventaja. Las empresas que sienten desventajas lo ven desde el punto de vista de costos y en algunos casos la dificultad de encontrar proveedores, materiales, personal capacitado que esté dentro del esquema de responsabilidad social. Cabe mencionar que las empresas exportadoras coincidieron en que es muy difícil ser Socialmente Responsable cuando sus clientes, proveedores, personal, comunidad y otros stakeholders no lo son.

2.4 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Esta investigación tiene como finalidad demostrar la siguiente hipótesis:

"Dado que existe una tendencia en las empresas importadoras de textiles al exigir la aplicación de la RSE, es probable que las empresas exportadoras implementen dicho programa."

Luego de haber identificado y analizado los resultados de la investigación, pasaremos a recopilar la información más relevante para la demostración de la hipótesis expuesta y mostraremos el

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

comportamiento de la variable "Implementación de la RSE" en las empresas exportadoras de la Región Arequipa en el periodo 2014, la cual muestra que un 43.90% de las empresas encuestadas desarrollan e implementan acciones socialmente responsables. A partir de esta premisa, se pudo analizar el comportamiento de las empresas Socialmente Responsables con la variable "Exigencia de las empresas importadoras de textiles".

CUADRO N°15
Aplicación y Exigencia en la práctica de la RSE

¿Su empresa aplica RSE?				**¿Sus clientes le mencionaron/exigieron que su empresa desarrolle actividades que involucren RSE?**		
Aplicación	**Nº**	**Porcentaje**		**Exigencias**	**Nº**	**Porcentaje**
Si	18	43.9		**Si**	8	44.4
No	23	56.1		**No**	10	55.6
Total	**41**	**100,0**		**Total que aplican RSE**	**18**	**100.0**

Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

Como se observa en el cuadro anterior, solo un 43.9% de empresas textiles de la región Arequipa implementan RSE, dentro de este porcentaje se encuentran las empresas que indicaron que durante el diálogo con sus clientes estos pusieron como requisito la aplicación de acciones Socialmente Responsables.

El cumplimiento y práctica constante de estas exigencias se puede demostrar a través del cuadro N° 15, donde las empresas exportadoras de textiles manifiestan que reciben algún tipo de seguimiento por parte de sus clientes cada año, ya sea realizando llamadas o visitas directas a la planta de sus principales clientes, los cuales usan estos medios para verificar la práctica y buen desarrollo de las condiciones pactadas.

CUADRO N°16
Exigencias y seguimiento de sus actividades Soc. Responsables

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

¿Les mencionaron o exigieron que apliquen RSE?	Visitas, llamadas				Total
	No	Porcentaje	Si	Porcentaje	
No	10	100.0	0	0.0	10
Si	3	37.5	5	62.5	8
Total	13	72.2	5	27.8	18

Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia

En el Cuadro N°16, se observa que de las 18 empresas que aplican RSE, un 62.5% afirman tener un seguimiento constante por parte de sus clientes.
El 37.5% restante, mencionó que a pesar que les exigen tomar acciones Socialmente Responsables, sus clientes no están pendientes a la verificación (visitas, llamadas) de las exigencias.

CUADRO N°17
Motivo por el que aplica RSE

Respuesta	Nº	Porcentaje
Tendencia del mercado	3	16,7%
Exigencias	8	44,4%
Iniciativa propia	7	38,9%
Total	**18**	**100,0**

Fuente: Entrevista realizada
Elaboración propia.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CUADRO N°18

Descripción de las exigencias

DIMENSIÓN INTERNA	37.5 %	N °	DIMENSIÓN EXTERNA	25.0 %	N°
Gestión de Recursos Humanos		5	Comunidades locales		3
Seguridad y salud en el trabajo		3	Socios, proveedores y consumidores		2
Adaptación al cambio		0	Derechos Humanos		0
Gestión del impacto amb. y Rec. Naturales		5	Problemas Ecológicos		0

Fuente: Entrevista realizada

Elaboración propia.

Al lograr conocer que al 44.4% **(**Cuadro N°17) de las empresas exportadoras de textiles y confecciones se les exige que implementen acciones socialmente responsables, dichos requerimientos fueron clasificados en las dimensiones internas y externas de la RSE, es así que se ha podido determinar que las exigencias se refieren más a las de la dimensión interna y están representadas por un 37.5%, las más significativas fueron: gestión de recursos humanos, seguridad y salud en el trabajo y gestión del impacto ambiental.

Las dimensiones internas se representan por un 25.0%, las que se destacan son comunidades locales y socios, proveedores y consumidores.

Como se mencionó inicialmente, la mayoría de las empresas que aplican RSE son Mypes y están representadas por el 51.22% y solo el 48.78% son grandes y medianas empresa. Sin embargo, como se observa en el Cuadro N°17, EL 44.4% de las empresas indicaron que su implementación es por exigencia de sus clientes internacionales. A partir de esto, se demuestra que las empresas que se encuentran en capacidad de responder frente a las exigencias de sus clientes son en su mayoría empresas grandes, las cuales pueden enfrentar la aplicación de normas, seguimiento, preparación, etc. que implica ser una empresa socialmente responsable.

Es así que, en base al análisis de la información y datos anteriores, queda demostrado que: las Empresas exportadoras de textiles responden de forma positiva frente a las exigencias de las empresas importadoras, independientemente de recibir seguimiento de parte de las mismas, por lo que se demuestra que ambas variables tienen relación directa ya que las exigencias y requisitos que los importadores de textiles tienen para con las empresas exportadoras al momento de negociar influyen en la decisión de aplicar RSE en las empresas exportadoras de textiles de Arequipa.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CONCLUSIONES

CONCLUSIÓN N°1

A partir del estudio y análisis de la implementación de la RSE en las empresas exportadoras de textiles de Arequipa, durante el periodo 2014 y las exigencias de sus clientes, queda demostrado que dichos requerimientos y posteriores acciones Socialmente Responsables están relacionados en su mayoría a las dimensiones internas de RSE, lo cual implica que las actividades realizadas para cumplir con lo pactado, estén relacionadas con la productividad y capacidad administrativa de la empresa, por lo tanto se tiene un efecto positivo en la generación de valor agregado de los productos exportados y la organización, por lo que concluimos que las empresas textiles que aplican RSE se muestran más competitivas y atractivas frente al mercado extranjero.

CONCLUSIÓN N°2

Los requisitos relacionados con actividades de RSE que proponen los clientes de las empresas importadoras de textiles de la Región Arequipa según los resultados de la entrevista, están en su mayoría relacionados a los aspectos internos de la empresa como son: la gestión de recursos humanos, gestión del impacto ambiental y recursos naturales y seguridad y salud en el trabajo. Es también importante considerar que las grandes empresas en su mayoría son quienes atienden estos requerimientos, es por ello que poseen mayor facilidad de gestión de sus recursos para cumplir con lo acordado. Sin embargo, pocas son las empresas que se encuentran usando certificaciones relacionadas con los requisitos y que avalen el cumplimiento constante de los mismos, siendo los más usados el ISO 9001 y el GOTS.

CONCLUSIÓN N°3

Ha quedado demostrado mediante la información documental y entrevistas realizadas que, a pesar que el sector textil de la Región Arequipa esta principalmente representado por Mypes con un 51.22%, los niveles más altos de RSE son desarrollados por las empresas textiles consideradas como grandes empresas. Teniendo en cuenta este hecho, las grandes empresas textiles tienen mayores ventajas sobre las pequeñas debido a que, su alto nivel de trabajo en base a actividades de RSE, ya habrían abarcado la mayoría de aspectos básicos que involucran a los grupos de interés (stakeholders) relacionados con el medio ambiente y colaboradores. Asimismo, las empresas pequeñas no han sabido aprovechar la asesoría que brindan hoy en día las entidades públicas y privadas para implementar modelos y medidas Socialmente

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Responsables, para consecuentemente lograr mejoras en el sistema administrativo de las empresas.

CONCLUSIÓN N°4

Con base a los resultados de la entrevista, queda demostrado que las empresas exportadoras de textiles de la Región Arequipa, no poseen un concepto completo y adecuado de Responsabilidad Social Empresarial, ya que muchas de ellas no consideran dicho modelo como una triple línea de acción, apenas consideran aspectos básicos que son fácil de confundir con filantropía; como los programas sociales (30%) y cuidado del medio Ambiente (23%), los cuales involucran a sus grupos de interés (stakeholders) y no todos en su totalidad (medio ambiente, comunidad, clientes, trabajadores, proveedores, gobierno y sociedad). Por todo esto, concluimos que el entendimiento sobre Responsabilidad Social Empresarial en las empresas exportadoras de textiles de la Región, no es absoluto por ende no es bien empleado ni aplicado por los empresarios.

CONCLUSIÓN N°5

La razón de ser y la importancia del presente estudio, se fundamentan en que el sector textil al ser uno de los más importantes en la Región Arequipa por su gran capacidad productiva, demanda variedad de recursos y por ende aumenta la responsabilidad por el entorno. Así mismo, hoy el comercio internacional involucra un enfoque que va más allá del simple intercambio comercial en el cual, es importante el análisis de la RSE en las empresas exportadoras de textiles de nuestra Región ya que nos permite tener un panorama claro del desarrollo de este modelo de gestión, el cual nos puede permitir desarrollar estrategias para aprovechar de mejor manera las oportunidades detrás de la RSE, como la generación de valor y refuerzo de la competitividad ante un entorno global que presenta cambios acelerados.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIÓN N°1

Para la implementación de la RSE en las Mypes y grandes empresas del sector textil de la Región Arequipa se recomienda que, desarrollen un plan de implementación de RSE enfocado

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

a acciones vinculadas con los grupos de interés interno para posteriormente relacionarla con los grupos de interés (stakeholders) restantes. Por otro lado, al momento de poner en práctica las actividades planificadas es necesario contar con el compromiso de la alta dirección y disposición de los agentes involucrados para el logro de los objetivos de la organización y las metas trazadas según el plan de implementación tanto a mediano y largo plazo.

RECOMENDACIÓN N°2

El sector textil en la Región Arequipa está conformado en su mayoría por Mype las cuales no poseen certificados o siguen modelos que avalen sus actividad constante como empresa Socialmente Responsable, por lo complejo de estos métodos; por ello se recomienda la adopción de métodos más sencillos y baratos que se encuentran al alcance de una pequeña y micro empresa, como la elaboración de reportes de sostenibilidad, que pueden brindan una ventaja competitiva, ya que mejora su imagen y reputación por registrar los impactos sociales, ambientales y económicos.

RECOMENDACIÓN N°3

Para poder gestionar el marco correcto de Responsabilidad Social, es indispensable que las empresas tanto grandes como pequeñas, conozcan el concepto y relevancia de dicha práctica. Es por ello que se recomienda que las empresas textiles aprovechen los proyectos de capacitación, información y ayuda que ofrecen los organismos públicos y privados respecto a este tema, además de considerar los proyectos que distintas entidades financian para el desarrollo de RSE. Con el trabajo integrado que se logre hacer, las empresas podrán mejorar su modelo organizacional, comprometerse más con las partes interesadas, trabajar en base las dimensione y stakeholders para lograr atraer a mayores compradores internacionales.

RECOMENDACIÓN N°4

Se recomienda que para la elaboración de futuros estudios, fuera interesante evaluar el impacto de la Implementación de RSE y la evolución de una empresa textil donde se brinde un contexto más estable para el estudio del comportamiento de las variables.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Argandoña, A. (2012). *Otra definición de Responsabilidad Social* .Recuperado de http://www.iese.edu/en/files/catedra%20abril_tcm4-79450.pdf

Canessa, G. y García, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Lima, Perú.

Centro de Escritura Javeriano (s.f). Normas APA Sexta Edición. Recuperado de http://www.uees.edu.sv/editorial/publicaciones/Normas%20APA%20Sexta%20Edici%C3%B3n.pdf

Comisión De Las Comunidades Europeas. (2001).*Libro Verde, Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*.Luxemburgo.

Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder Approach.* Boston: Pirman.

Global Reporting Initiative (2011). *Gri e ISO 26000: Como usar las Directrices del GRI en conjunto con la Norma ISO 26000.* Recuperado de https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-GRI-ISO-Linkage-Document-Updated-Version.pdf

Global Organic Textile Standard. (2012). *Ecología y Responsabilidad Social.* Recuperado de http://www.global-standard.org/es/the-standard.html

Gonzales, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial, Una guía para comprender el fenómeno que está revolucionando a las empresas de Latinoamérica y el mundo*. México: Grupo Editorial Norma.

Hernández, R., Fernández C. y Baptista, M. (2015). *Metodología de la Investigación.* México: Editorial Mc Graw Hill.

La Caixa Chair of Corporate Social Responsibility (2009). *La Evolución del concepto stakeholders en los escritos de Ed Freeman.* Recuperado de http://www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%C3%B3n%20del%20concepto%20de%20stakeholders%20seg%C3%BAn%20Freeman_tcm5-39688.pdf

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo Industrial.**(**2006). *Acceso a los Mercados y Comercio Responsable*. Recuperado de http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Acceso_a_los_mercados_y_comercio.pdf

Perú 2021. (2010) *Indicadores ETHOS-Perú 2021de Responsabilidad Social Empresarial.* Recuperado de http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/indicadoresethoscompleto/indocadores%20ethos%20actualizado%202014.pdf

Solano, D. (2005). *Responsabilidad social corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse*. Lima, Perú. Recuperado de http://jefas.esan.edu.pe/index.php/jefas/article/view/177/168

REVISTAS Y PUBLICACIONES

Angulo, M. (2004). *Análisis del clúster Textil en el Perú.* Sistema de Bibliotecas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/bibvirtual.asp

Anónimo. (2014). *Ministerio de Trabajo capacitó a más de 500 mypes en responsabilidad social*. Diario Gestión. Recuperado de http://gestion.pe/economia/ministerio-trabajo-capacito-mas-500-mypes-responsabilidad-social-2112415

Bestraten, M. & Pujol, L. (2005). *Responsabilidad Social de las empresas: conceptos generales. CIRIEC-España, 2005, N° 53.*

Court, E. (2010). Reporte financiero Burkenroad Perú - Sector Textil. *CENTRUM de la pontificia Universidad Católica del Perú.* Recuperado en http://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Peruvian%20Textile%20Industry

Ministerio de empleo o seguridad social de España. (2007). *Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas*. Recuperado de http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/resposocempresas/foro_expertos/index.htm

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Organización Mundial De Comercio. (2014). *Estadísticas del comercio internacional 2013*. Organización Mundial del Comercio. Recuperado en https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2014_s/its2014_s.pdf

Pease, M. (2012) *Hoy, las compañías que tienen mala reputación empiezan a perder clientes.* Suplemento Responsabilidad Social Empresaria de Grupo la república. (2012), pp.2- 4.

Roadmap, Excelencia y Responsabilidad. (2010) *Estudio de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas turísticas de la provincia de Málaga.* Cámara oficial de Comercio, Industria y Navegación de la provincia de Málaga. Recuperado en http://www.camaramalaga.com/fileadmin/doc/turismo/estudios/informe_RSE_Turismo.pdf

Scade, J. (s.f.) *Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial*. Wiki EOI de la Escuela de Organización Industrial. Recuperado de http://www.eoi.es/wiki/index.php/P%C3%A1gina_principal

Segura Y., Plate F., Barreto M., Duarte J., Vasquez C. & Guerra D. (2015). *Boletín Informativo mensual elaborado por la Gerencia de Manufacturas-Adex*. Manufacturas News. pp. 3-6.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

ANEXOS

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

ANEXO N°1
PLAN DE TESIS

CAPÍTLO I:

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

"Análisis de la implementación de la RSE en empresas exportadoras de Textiles y la exigencia del mismo por las empresas importadoras; Región Arequipa. 2014"

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante los últimos años, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), aparece con mucha más frecuencia en las publicaciones y anuncios de más empresas, debido a que existe una tendencia a la aplicación de políticas alineadas con principios éticos que generen un respeto hacia la comunidad y el entorno donde se desarrollan.

Según Vallejo (2008) "La responsabilidad social empresarial representa, tanto para los exportadores como para cualquier empresario en general, una filosofía y una estrategia de negocios. Pero a diferencia de cualquier empresario, un exportador está más expuesto a ser escudriñado por sus clientes actuales y potenciales."

Este hecho quiere resaltar el poder o la presión que los clientes ejercen en sus proveedores internacionales, los cuales desean que cumplan con los estándares de calidad como carácter principal, seguido del cuidado del medio ambiente y sociedad. En definitiva, los clientes internacionales desean que cada eslabón de la cadena productiva de sus proveedores contribuya satisfactoriamente con la misión y visión de la empresa; entregar un producto de calidad lo que significa que nada se haya contaminado o dañado en la elaboración de dicho producto ya sea de manera directa o indirecta.

En el caso de las empresas exportadoras del sector Textil, es importante que abarquen y cumplan los estándares que sus clientes internacionales desean, en este caso los importadores de Textiles Arequipeños, quienes se preocupan por el desarrollo económico sostenible,

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

mejoramiento de la calidad de vida de sus empleados así como de la comunidad local y de la sociedad.

Adicionalmente, se sabe que debido a la crisis internacionales y otros factores externos, las exportaciones Peruanas han sido afectadas, pero que mejor oportunidad que analizar si efectivamente los factores externos afectan las exportaciones o que otros factores que forman parte de la globalización, una de ellas la implementación de acciones Socialmente Responsables, vienen afectando este importante sector, que es uno de los más importantes en la Región Arequipa.

Con dicha investigación, se pretende demostrar y describir si efectivamente ciertas empresas Exportadoras de textiles de la Región de Arequipa se encuentran aplicando de manera efectiva y correcta la RSE, para obtener beneficios y no se encuentren perdiendo oportunidades de obtener mejores contratos y relaciones con sus clientes las empresas importadoras que exigen dicha conducta socialmente responsable en diferentes aspectos.

1.2.1 CAMPO, ÁREA Y LÍNEA DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1.1 Campo: Ciencias Económicas Administrativas
1.2.1.1 Área: Ingeniería Comercial
1.2.1.2 Línea: Negocios Internacionales.

1.2.2 VARIABLES DE ESTUDIO

1.2.2.1 ANÁLISIS DE VARIABLES

1.2.2.1.1 Variable Dependiente: Implementación de la RSE.
1.2.2.1.2 Variable Independiente: Exigencia de las empresas importadoras.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.2.3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	INDICADORES
DEPENDIENTE **Implementación de la RSE**	- Número de requisitos que se exigen para su aplicación
	- Número de empresas exportadoras de
	- Empresas Textileras de la Región que no aplican dicho Modelo.
INDEPENDIENTE **Exigencias de las empresas importadoras**	- Número de beneficios alcanzados por las empresas exportadoras que aplican RSE.
	- Número de empresas que recibieron exigencias de las empresas importadoras.
	-Número de clientes internacionales que exigen la aplicación del RSE.

Elaboración propia

1.2.3 INTERROGANTES BÁSICAS

1.2.3.1 INTERROGANTE PRIMARIA

- ¿Cómo se desarrolla la implementación de la RSE en las empresas exportadoras de textiles en la Región Arequipa ante las exigencias por parte de las empresas importadoras hasta el 2014?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

1.2.3.2 INTERROGANTE SECUNDARIA

- ¿Cuáles son las exigencias y requerimientos del entorno y clientes para la implementación de la RSE en las empresas exportadoras de textiles?
- ¿Cuántos son las empresas exportadoras de textiles de la Región Arequipa 2014?
- ¿Las empresas exportadoras de textiles, toman en cuenta las dimensiones internas externas de la RSE?
- ¿Cuáles son las ventajas para las empresas exportadoras de textiles la aplicación de RSE?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

En la actualidad las empresas enfrenta retos que van más allá de los tradicionales los cuales solo hacían referencia a la generación de valor económico, en pleno siglo XXI las empresas están empezando a concientizar la importancia de generar transparencia eficiencia y sobre todo sostenibilidad. Es por eso que, la globalización ha hecho de la RSE un atributo de competitividad a nivel internacional y un tema a considerar para incluirlo en la gestión de las empresas.

Por lo tanto, el análisis de la RSE en las empresas del sector textil en la región Arequipa así como la interacción que tienen estas con sus stakeholdes y las exigencias de sus clientes respecto a la aplicación de dicho modelo, es de suma importancia.

En este sentido, el desarrollo de la presente investigación es relevante ya que es de interés Práctico- Administrativa.

a) Justificación Prácticas

A través de esta investigación se obtendrán resultados los cuales ayudarán a conocer el estado de las empresas exportadoras de textiles en cuanto a la aplicación del modelo de responsabilidad social, describiendo así ,por qué se decide aplicar dicho modelo o por qué no.

Además esta investigación ayudará como base para la toma de medidas para mejorar el sector textil en cuanto a la aplicación de RSE y lograr mejorar volúmenes de exportación y competitividad en las empresas a nivel internacional.

b) Justificación Administrativa

Esta investigación permitirá conocer las ventajas de la aplicación de la RSE en las empresas exportadoras del sector textil, y la manera en que aplican un buen desarrollo del mismo dentro

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

de la empresa para poder generar un valor agregado en el producto y conseguir mejores negociaciones y mayores índices en ventas.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar cómo se implementa la RSE en las empresas exportadoras de textiles, al ser una exigencia por parte de sus clientes internacionales y los efectos que tiene dichas exigencias en las empresas exportadoras de la Región Arequipa 2014.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar cuáles son las exigencias y requerimientos del entorno y clientes para la implementación de RSE en las empresas exportadoras de textiles.
- Determinar la cantidad de empresas exportadoras de textiles de la Región Arequipa 2014, que aplican RSE.
- Determinar si las empresas exportadoras de textiles que aplican RSE toman en cuenta las dimensiones internas y externas que involucra la RSE.
- Identificar las ventajas que trae para las empresas exportadoras de textiles la aplicación de RSE.

1.5 MARCO TEÓRICO

1.5.1 ESQUEMA ESTRUCTURAL

a) IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial, viene de muchos siglos atrás, pero fue Howard R Bowen[22] (1953), el pionero del tema quien mediante su estudio, pudo sugerir que las acciones de la empresa tienen un efecto social, por lo cual deben tomar en cuenta las consecuencias de sus actos. A partir del aporte de Bowen, muchos autores y organismos públicos y privados han definido y analizado más a fondo el concepto, tal es el caso del

[22] Bowen, H. *Social Responsabilities of the Businessman.* Harper. Nueva York. 1953.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Consejo Económico y Social de los Países bajos el cual lo describe como: "Dirigir las actividades empresariales hacia la creación de valor a largo plazo en tres dimensiones, no solamente en magnitudes económicas financieras, sino también en el sentido social y ecológico."

Para ampliar más el tema, a continuación se presenta la Teoría de la Pirámide de Carroll (1991), la cual plantea que la empresa no solo debe preocuparse por obtener utilidades, sino que debe obedecer la ley, ser una organización responsable con sus actos y ser ética.
La estructura de esta Pirámide se basa en que la RSE implica cuatro responsabilidades que son la base para otras responsabilidades.

- *Responsabilidades Económicas:*
  Comprende la producción bienes y servicios, según las necesidades de los consumidores y por ello, la empresa obtendrá una ganancia.

- *Responsabilidades Legales:*
  Implica el cumplimiento de las leyes, normas y regulaciones estatales para el normal desempeño de la empresa.

- *Responsabilidades Éticas:*
  Este punto incluye respetar las actividades normales que realiza la sociedad que lo rodea y a su misma vez minimizar algún daño que se pueda ocasionar, es decir la empresa está dispuesta a cumplir con las normas éticas de la sociedad.

- *Responsabilidades Filantrópicas:*
  Se refiere a la labor voluntaria que llevan a cabo las empresas con las buenas prácticas, preocupación por el bienestar social, etc.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Fuente y Elaboración: Perú 2021

Para Perú 2021 (2005), la asociación que representa al World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), grupo de empresas del mundo organizadas para trabajar por la RSE, define al concepto como:

La forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los grupos relacionados a la empresa, para lograr el desarrollo sostenible. (p.16)

Es Perú 2021, quien en base a diferentes estrategias de RSE, ha logrado consolidar y desarrollar un modelo de RSE aplicable para empresas del Perú, dicho esquema involucra a los stakeholders, grupos de interés involucrados directa o indirectamente con la empresa, quienes brindan apoyo a la empresa o guardan algún vínculo directo con ella. Los siete stakeholders que desarrolla son los siguientes: accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, gobierno, comunidad y medio ambiente.

Así como existe Perú 2021, el agente que busca fomentar la implementación de la RSE en las empresas de diferentes sectores, existen otros organismos que buscan el mismo objetivo planteando modelos, acciones y normas de RSE. Diez (1982) afirma que:

> En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. La consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico-

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su contribución a los objetivos generales de la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar Económico y social deseable por la comunidad. (p. 38-39)

A continuación se presenta una aclaración del concepto de RSE:

- La responsabilidad social empresarial es un reto y una obligación que la empresa debe gestionar tomando en cuenta el aspecto interno de la empresa y las obligaciones con la sociedad, pero también se ocupa de promover el bienestar social y una mejor calidad de vida a sus trabajadores y su entorno.
- Para su implementación, la empresa debe trabajar conjuntamente para que cada área de la organización y sus proveedores se identifiquen plenamente y tengan una sola posición en su tarea para trabajar por el beneficio común relacionado con la responsabilidad social, donde los valores sociales forman parte de su propia filosofía, sus objetivos y la misión en la empresa.

b) EXIGENCIA DE LAS EMPRESAS IMPORTADORAS

Las empresas exportadoras de textiles y de confección, son las llamadas a seguir con las exigencias que el mercado requiere, pero para ello es importante analizar el sector.

El sector textil y de confecciones involucra diferentes actividades que incluye el tratamiento de fibras naturales o artificiales para la elaboración de hilados, seguidamente procede con la fabricación, acabado de telas y culmina el proceso con la confección de prendas de vestir y otros artículos. Dicho sector productivo representa uno de los sectores con producción y exportación equilibrada, sin embargo debido a la gran ventaja competitiva de otros países ha perdido clientes. Entre ellos Colombia y la máxima potencia, China.

La industria textil y de confecciones es uno de los sectores con mayor importancia en el País, debido a que su cadena logística es más larga y utiliza diferentes recursos naturales y genera más empleo. Genera una demanda directa a otros sectores con los que se relaciona, por ejemplo, el sector agrícola y ganadero con el cultivo de algodón y para obtener lanas y pelos finos, industria química por la utilización de insumos para mejorar la materia prima y la industria que provee de botones, cierres necesarios para la confección.

La producción del sector se basa en la producción de algodón en los Valles de la costa peruana, mientras que la producción de lana y tejidos en las Regiones de la Sierra como Puno, principalmente. El proceso productivo de los hilados depende de cada empresa, las empresas

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

más grandes ya han mecanizado su proceso productivo mientras que las medianas y más pequeñas lo hacen a mano, por lo cual requieren más personal.

Si bien la producción sigue activa, la demanda de los productos textiles y confecciones por parte de los clientes internacionales se ha reducido, según la información proporcionada por el Banco Central de Reserva del Perú, las exportaciones entre el 2012 y 2013 se vio reducida en un 11.4%, mientras que entre el año 2013 y 2014, la caída fue de un 7,1%.

Los productos que se demandan más son prendas de vestir y confecciones, tejidos, fibras textiles e hilados. Entre ellos, se hicieron más envíos de fibras textiles, en el último año incrementándose en un 31% entre 2013 y 2014.

En cuanto a la situación Regional, las exportaciones de textiles y confecciones se redujo en un 32.7% entre los dos últimos años.

Entre los principales países hacia donde van dirigidas las exportaciones comprende: Estados Unidos, principalmente, Venezuela, Ecuador, otros países de Latinoamérica y Europa en pequeños porcentajes.

La principal razón de la caída de las exportaciones de textiles en la Región se debe principalmente a que empresas exportadoras se rigen a lo estipulado en los acuerdos comerciales, sin embargo otros países como Colombia, un fuerte competidor, ha logrado atraer a más compradores gracias a la mejora en sus procesos productivos que gestiona y el marketing estratégico que ha creado en cuando a sus nuevas actividades.

1.5.2 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- **TEXTOS**

Canessa, G. y García, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Lima, Perú.

Hernández, R., Fernández C. y Baptista, M. (2015). *Metodología de la Investigación.* México: Editorial Mc Graw Hill.

Hupperts, P. (2005). *Responsabilidad Social Empresaria*. Argentina: Ediciones Valleta.

- **TEXTOS EN VERSION ELECTRONICA**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

BNP Paribas Real Estate. (2009) El *Glosario de la Sostenibilidad.* Recuperado de http://www.corresponsables.com/download/memorias/GLOSARIO_DE_LA_SOSTENIBILIDAD.pdf

Court, E. (2010). *Sector Textil del Perú*. Recuperado de http://centrum.pucp.edu.pe/adjunto/upload/publicacion/archivo/burkenroadsectortextil.pdf

Cuba B, Marina. (2012) *Responsabilidad Social Empresarial.* Recuperado de: http://www.urp.edu.pe/urp/modules/facultades/feconomicas/escuelas/esc_administracion/conferencias/Presentaci%C3%B3n%20RSE-CMCuba.pdf

IZAITE, Asociación de empresas Vascas por la Sostenibilidad. (2010) *Guía para la implementación de la RSE en la empresa.* Recuperado de http://www.izaite.net/pdf/guiarse.pdf

Vallejo Aldo. (2008, 24 de Agosto) *Exportaciones y Responsabilidad Social Empresarial (2da parte)* [Web log post]. Recuperado de http://aldovallejo.blogspot.com/2008/08/exportaciones-y-responsabilidad-social_24.html

1.5.3 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Luego de hacer una revisión en diferentes fuentes bibliográficas, artículos web, organismos en Arequipa, Latinoamérica y el Mundo, pudimos constatar que: no se ha realizado una investigación previa acerca de la implementación de la RSE en una empresa en específico o en algún sector, por el contrario, sí existen estudios en los cuales plantean modelos y guías para la implementación de acciones socialmente responsables, análisis sobre la RSE y las empresas de diferentes partes del mundo y otros más. Dichos estudios se van a detallar a continuación debido a su importancia en la presente investigación.

- Pierre Hupperts, en su Libro "Responsabilidad social empresaria: comunicación y cooperación en el área de la RSE" publicado en 2005, Reúne cierta información de su trabajo en Sudamérica y Norteamérica, gracias a ello, pudo determinar que en los países a los cuales visito se utilizaba el concepto erróneo de RSE cuando en realidad era Compromiso Empresarial. Así mismo, muchas empresas pretenden implementar

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

la RSE sin embargo no integran sus acciones a su estrategia empresarial (misión, visión, procesos y resultados). En cuanto a las empresas más grandes de los países más desarrollados, son las que implementan más la RSE y por ende buscan que sus filiales implementen una política de RSE y a su misma vez, aliarse a las fundaciones para financiar proyectos pero con el objetivo principal de mejorar su imagen. Por otro lado, las mypes no están interesadas, esto debido a que no cuentan con el personal adecuado y no tienen los recursos necesarios. En cuanto a las importaciones que realizan los empresarios norteamericanos prefieren tener proveedores internacionales que estén comprometidos con el medio ambiente y el tema social.

- El crecimiento del número de las mypes en el Perú, ha servido para analizar cómo ellas implementan también la RSE, el estudio se presenta en el libro "La Responsabilidad Social y su relación con las pymes en el Perú y su entorno económico" (2011), donde se hacen ciertas aclaraciones de la situación de la RSE en el Perú y su relación con las empresas, como deberían implementar el concepto en sus acciones y cuáles serían sus ventajas y las dificultades que deben atravesar las pequeñas empresas en dicho proceso. Con el estudio se pudo constatar que las empresas extractivas fueron las que primero implementaron la RSE en su actuar, las pequeñas empresas también aplican la RSE, sin embargo no son conscientes que sus acciones forman parte de dicho concepto.
- En las conclusiones del estudio que se hizo sobre las Tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial de países en vías de desarrollo. Caso Chile. (2013), se encontró que la industria exportadora de fruta fresca de ese país centra sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial sobre tres ejes: responsabilidad con los consumidores, trabajadores y medio ambiente. Así mismo, considera que sus acciones están alineadas a los estándares establecidos por Eurep (Euro-Retailer Produce Working Group) y BRC en Europa y otros estándares que son exigidos en los supermercados de Norteamérica. Otro punto importante en el estudio es que en dicha industria existen leyes y normas tanto para la producción y procesamiento que esto les ha permitido alcanzar mercados altamente exigentes y competitivos. Así mismo, han desarrollado capacidades para desarrollarse con transparencia, ética empresarial que esté relacionada con la calidad de vida/calidad laboral.
- En el libro del Equipo de Perú 2021, "ABC de la RSE en el Perú y el mundo", (2012) dan a conocer los principales stakeholders para las empresas y los beneficios de las acciones que son expresadas en su Modelo de RSE, así mismo aseguran la efectividad de su modelo y la importancia de que las empresas hagan un Balance Social para saber los resultados y analizar si se están experimentando un crecimiento en cuanto a los criterios contables, sociales y éticos de la Empresa.

1.6 HIPÓTESIS

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Dado que existe una tendencia en las empresas importadoras de textiles al requerir la aplicación de la RSE, es probable que las empresas exportadoras implementen dicho programa, Región Arequipa 2014.

CAPÍTULO II

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	ESCALAS
DEPENDIENTE **Implementación de la RSE**	Número de requisitos que se exigen para su aplicación.	Análisis Documental	Ficha de observación documental	Ordinal
	Número de empresas exportadoras de Textiles de la Región que no aplican dicho Modelo.	Entrevista	Guia de Entrevista	Nominal
INDEPENDIENTE **Exigencias de las empresas importadoras**	Número de beneficios alcanzados por las empresas exportadoras que aplican RSE.	-Análisis Documental - Observación Hechos	Ficha de observación documental	Ordinal
	Número de empresas que recibieron exigencias de las empresas importadoras.	Entrevista	Guia de Entrevista	Nominal
	Número de clientes internacionales que exigen la aplicación del RSE.	Observación Documental y Entrevista	Ficha de observación documental y Guía de Entrevista	Nominal

Elaboración propia

2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

El estudio se define como una investigación de tipo cualitativa, ya que la investigación propia se va a desarrollar en los ambientes naturales para poder observar y describir cómo las empresas se desarrollan y actúan ante las variaciones del entorno en el que se desarrolla el estudio, como son las exigencias por parte de sus clientes internacionales y permita comprender de mejor manera el fenómeno a estudiar. Asimismo, la investigación busca analizar, explorar y profundizar el estudio, utilizando la entrevista como un instrumento de recolección de datos que permitirá ahondar en la investigación y la amplia información que puedan describir las empresas exportadoras haciendo que nuestros objetos de estudio cumplan más con un papel activo.

El estudio busca especificar cómo las empresas exportadoras de textiles son Socialmente Responsables, las características de dichas empresas, los beneficios que han alcanzado al implementar la RSE, describir las exigencias de las empresas importadoras y explicar cómo los requerimientos de los clientes pueden afectar y hacer cambiar el accionar de la propia empresa textil de Arequipa.

2.2.1 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Según el nivel de complejidad de nuestra investigación, esta califica como:

a) Descriptivo: busca especificar cómo las empresas exportadoras de textiles son Socialmente Responsables, cuáles son sus acciones relacionadas con la RSE, a que se debe dicha implementación y los beneficios que esto le conlleva.
b) Explicativo: como las decisiones o normas estipuladas por los clientes pueden afectar y hacer cambiar el accionar de la propia empresa de textil y confecciones. Entender y explicar cómo la implementación de la RSE se ha convertido en un punto importante en el asunto comercial.

2.2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según los aportes de Hernández, Fernández y Baptista (2014), podemos determinar que el diseño de nuestra investigación es **fenomenológica**, dado que nuestro estudio pretende describir y explorar a fondo la situación de las empresas exportadoras de textiles, ante un fenómeno[23], en este caso, *la exigencia de la implementación de la RSE por parte de sus clientes internacionales*. El objetivo no es llegar a generar un modelo, como otros diseños lo hacen, sino revisar la información recabada en el marco teórico y las entrevistas con los representantes de

[23] Entiéndase fenómeno como un suceso un hecho que ocurre en un determinado momento

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

las principales empresas exportadoras, para entender un panorama completo y profundizar más el tema, y cuáles son las acciones que las exportadoras tienen que aplicar para cumplir con las medidas socialmente responsables, con respecto a las exigencias y requerimientos de los importadores.

La forma en que se llevará a cabo dicha acción es primero: identificar el fenómeno, en este caso "La exigencia de la implementación de la RSE por parte de las empresas importadoras de textiles y confecciones en la Región", seguidamente, se recopilará la información de las empresas exportadoras que han experimentado o no dichos requerimientos para finalmente describir las acciones que llevaron a cabo en base a dichas exigencias.

Las acciones que se llevaron a cabo para basarnos en este tipo de diseño se muestran a continuación con la descripción de los pasos para el abordaje en el proceso de investigación[24]:

1. Primero, hemos definido del problema: "La implementación de la RSE en las Empresas exportadoras de textiles y la exigencia del mismo por las empresas importadoras"
2. A partir del problema, los individuos involucrados en el fenómeno son las empresas exportadoras de textiles y las empresas internacionales que emplean y exigen la RSE.
3. Inmersión en el campo: Región Arequipa.
4. Para la recolección de datos, se utilizó una cédula de entrevistas para aplicarla a los representantes de las empresas exportadoras de textiles, grabación de audios, revisión de documentos, periódicos o páginas web de las empresas que implementaron la RSE en su accionar.
5. Para reunir la información proporcionada por los empresarios exportadores, se agregara lo recolectado en la base de datos del programa SPSS Stadistics.
6. Mediante dicho programa, se va a relacionar la información de todas las empresas entrevistadas, reunir la información en tablas combinadas y tablas comparativas. Los testimonios que se hayan recogido de las preguntas abiertas de la entrevista, se analizaran individualmente, tratando de descubrir la conexión entre empresas.
7. Relacionar los datos recolectados con el marco teórico, desarrollando una narrativa que sustente el fenómeno, es decir el efecto que tiene la implementación de las acciones socialmente responsables en las empresas exportadoras de textiles en la Región Arequipa, dado que actualmente sus clientes exigen dicha implementación.
8. La comprobación de la hipótesis, servirá para determinar si se cumple o no la premisa, es decir si las empresas exportadoras reciben tales exigencias por parte de sus clientes, cuáles son dichos requerimientos y según la teoría que tipo de exigencias son.

[24] R. Hernández, C. Fernández y P. Baptista (2014) Metodología de la Investigación, p.495. Editorial McGraw- Hill.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

9. Finalmente, los investigadores podremos recopilar la información obtenida en un informe final, se podrá evaluar y validar el estudio con expertos, en este caso con un asesor y los jurados.

2.3 CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.3.1 ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN: Región Arequipa

2.3.2 TEMPORALIDAD: 2014

2.3.3 UNIDADES DE ESTUDIO:

El trabajo tiene como unidad de estudio a las empresas exportadoras de textiles que operan en la Región Arequipa.

2.3.3.1 UNIVERSO

Nuestro universo estará delimitado por los datos registrados en la base de datos de la Asociación de Exportadores (ADEX) sede Arequipa, siendo un total de 106[25] las empresas exportadoras registradas del sector textil.

Se tomó en cuenta la información de dicha Asociación de Exportadores debido a que contiene la base más actualizada y confiable de las empresas exportadoras de Arequipa.

2.3.3.1.1 Criterios de Inclusión

- Empresas exportadoras que operan en la Región Arequipa.

2.3.3.1.2 Criterios de Exclusión

- Empresas que se encuentran Inactivas según SUNAT
- Empresas del sector que no han registrado exportaciones en los años recientes.
- Empresas que no se encuentren operativas.
- Empresas que no operaban en la Región Arequipa.

[25] Información obtenida a través de la presentación de una solicitud a la oficina de ADEX en Arequipa. Anexo N° 4

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Según los criterios de exclusión antes mencionados, las empresas exportadoras de textiles de la Región Arequipa para el periodo 2014, quedan reducidas a un total de 41[26] empresas de 106. Esto, debido a que la mayoría de las empresas fueron excluidas por no registrar operaciones de exportaciones por lo menos en los últimos 3 años, seguidas de no registrar su centro de operaciones principal en la región de Arequipa.

2.3.3.2 MUESTRA

Para el caso de la presente investigación, debemos considerar que el tamaño del universo es reducido, el cual hace de la población finita. Así que, para obtener un mejor resultado y conseguir un nivel de confianza alto, se tomó como muestra la totalidad del universo. Entonces resulta posible estudiar cada uno de los elementos que componen la población o universo, haciendo posible la realización de un censo.

2.4 ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

a) OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA

Se Realizará una entrevista a las empresas exportadoras de textiles de la región Arequipa para poder evaluar la mayoría de indicadores de ambas variables. El universo tomado en cuenta es el 100% de las empresas tanto Mypes como medianas y grandes empresas registradas en la base de datos de la Asociación de Exportadores.

La información obtenida por la entrevista será procesada a través del programa SPSS y plasmada en cuadros estadísticos que servirán para poder analizar los resultados de las características de las empresas que aplican o no RSE, las exigencias que reciben por parte de sus clientes, etc. para poder obtener información más detallada de estos aspectos la cual será plasmada e interpretada en un documento Word para el informe final.

b) OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para obtener información más profunda sobre nuestras variables y el mercado en el cual se involucran, se realizará la técnica de observación documental, la cual recaudará información de libros, artículos y documentos los cuales serán registrados según su importancia y relevancia en un documento Word.

[26] Listado de Empresas Exportadoras Entrevistadas de la Región Arequipa 2014, Anexo N° 2

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Además se tomarán en cuenta los datos estadísticos obtenidos de los estudios publicados por las entidades más representativas de la RSE en el Perú, como Perú 2021; además las estadísticas del sector textil brindadas por SIICEX, ADEX, TRADEMAP, Banco Central de Reserva del Perú, SUNAT, La Organización Mundial de Comercio, etc. todo esto para mejorar el conocimiento del entorno donde se desarrolla el fenómeno.

Toda esta información será utilizada para la elaboración del marco teórico y será analizada para la obtención de resultados y conclusiones y recomendaciones de la investigación

2.5 RECURSOS NECESARIOS

2.5.1 HUMANOS: Todo el trabajo de investigación estará a cargo de las investigadoras

2.5.2 MATERIALES: Los equipos, materiales y suministros necesarios para la recolección y análisis de documentos necesarios, como por ejemplo

- Libros, reportes, artículos periodísticos o documentos de consulta.
- Puertos USB
- Material de escritorio (Papel Bond para la impresión del plan y tesis, etc.)
- Dos Computadoras o Laptops
- Grabadora para las entrevistas

2.5.3 FINANCIEROS: El desarrollo de la presente investigación será financiado en su totalidad por las investigadoras.

MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL (S/.)
Impresiones	300 hojas	0.10	30.00
Fotocopias	70 hojas	0.10	7.00
Empastes	3	12.00	36.00
Movilidad y Traslados	60 viajes	0.80	48.00
Papel Bond	150 hojas	0.10	15.00
Libros	3 ejemplares		100.00
TOTAL (S/.)			**236.00**

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

2.6 CRONOGRAMA

TIEMPO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Elaboración del proyecto de investigación						
Desarrollo de la Investigación						
Recolección de Datos						
Sistematización de información						
Estudio de Datos						
Redacción de Resultados						
Elaboración de Conclusiones						
Presentación del Borrador de Tesis						

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

ANEXO N°2
EMPRESAS EXPORTADORAS DE AREQUIPA

Empresas exportadoras entrevistadas de Arequipa			
1	Alpaca Azul S.A.C.	22	Kollalpaca S.A.C.
2	Alpaca Esscence S.R.L.	23	La Alpaca S.R.L.
3	Alpasur AQP EIRL.	24	MFH Knits SAC.
4	Alproser S.A.C.	25	Michell y CIA S.A.
5	Ampato Invest S.A.C.	26	Millma's E.I.R.L.
6	Andesland SAC	27	NYM'S E.I.R.L.
7	Art Atlas S.R.L.	28	P & P E.I.R.L.
8	Asto Contreras Walter Warton	29	Peru Etniko S.R.L.
9	Cabrera and Company Corporation S.R.L.	30	Pitata S.A.C.
10	Calicampo S.A.C.	31	Qori Exports S.R.L
11	Clasificadora de Lanas Macedo S.A.C.	32	R y P textiles de alpaca S.A.C.
12	Confecciones Lancaster S.A.	33	Taurus Peru S.R.L.
13	Consorcio Textil de Mujeres emprendedoras	34	Texiles Allpaka S.R.L.
14	Corporacion Misti S.A.	35	TEXTILES ARVAL S.A.C.
15	Distribuciones Lorac S.A.C.	36	Ticona Alvarez Ramon
16	Fibras Peruanas E I R LTDA	37	Ulexandes S.A.C
17	Franky y Ricky S.A.	38	UMTECH SA.C.
18	Inca Tops S.A.	39	Waka's Textiles Finos S.A.C.
19	Incalpaca Textiles Peruanos de exportacion S.A.	40	Wallo & Lily S.A.C.
20	Inka Trends SRL.	41	ZH Vani Inversiones y Servicios S.A.C.
21	Katu Andean Exports S.A.C		

Fuente: Adex Data Trade.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ANEXO N°3
CEDULA DE ENTREVISTA

CÉDULA DE ENTREVISTA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EMPRESAS EXPORTADORAS DE TEXTILES, AREQUIPA 2014

Datos Generales:
Nombre de la Empresa: _____
Nombre del Entrevistado: _____
Cargo: _____
Clasificación de tipo de empresa:

- Grande.
- Mediana.
- Micro y pequeña empresa

Introduccion:
Muy buenas días/tardes, somos egresadas de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Universidad Católica de Santa María. Estamos muy agradecidos por haber aceptado acceder a la siguiente entrevista, la cual será de mucha importancia, ya que su respuesta es importante para poder alcanzar los objetivos propuestos en dicho trabajo de investigación.

La presente entrevista tiene como objetivo recoger su apreciación sobre la Responsabilidad Social Empresarial, en cuanto a su aplicación, sus conocimientos sobre ella y sus acciones empresariales relacionadas al tema.

- Bloque A: Información General.

1. ¿Cuántos años de antigüedad tiene la Empresa?
2. ¿A partir de qué año empezaron a exportar?
3. ¿Cuáles son los principales países a dónde exporta?
4. ¿Fue fácil llegar a un acuerdo con sus clientes en el extranjero para llegar a concretar un acuerdo de exportación?
   - Si
   - No
5. Nombre 5 condiciones referentes al producto que sus clientes pusieron al momento de negociar.

- Bloque B: Sobre RSE.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

6. ¿Qué entiende por Responsabilidad Social Empresarial? Defina algunos conceptos que considera que forman parte de ella.
7. ¿Su empresa aplica hoy en día la Responsabilidad Social Empresarial?
   - Si
   - No
8. ¿Por qué su empresa no aplica RSE?
   - Económico
   - Tiempo
   - Desconocimiento.

- Bloque C: Aplicación de RSE.

9. ¿En qué aspectos cree que su empresa es Socialmente Responsable? Considere los siguientes aspectos:
   - Recursos Humanos
   - Normas Laborales
   - Medio Ambiente
   - Anti corrupción
10. ¿Sus clientes le mencionaron o exigieron que su empresa desarrolle actividades que involucren RSE?
    - Si
    - No
11. Describa cuales fueron esas exigencias
    - Gestión de Recursos Humanos
    - Seguridad y salud en el trabajo
    - Adaptación al cambio
    - Gestión del impacto ambiental. y Recursos Naturales
    - Comunidades locales
    - Socios, proveedores y consumidores
    - Derechos Humanos
    - Problemas Ecológicos
12. ¿En algún momento sus clientes hicieron llamadas, visitas o alguna clase de seguimiento de sus actividades como empresa Socialmente Responsable?
    - Si
    - No
13. ¿Cuál es el motivo por el cual actualmente aplica RSE?
    - Por tendencia del mercado
    - Por Exigencias
    - Por iniciativa propia

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

14. ¿Su empresa posee un plan anual de RSE que direccione sus acciones hacia el cumplimiento de este?
    - Si
    - No
15. ¿Qué recursos se utilizan para llevar a cabo su plan de RSE?
    - Recursos Humanos.
    - Financieros.
    - Tiempo.
16. ¿Cuenta su empresa con algún tipo de certificación que desarrolle campos que involucren la RSE?
    - Si
    - No
17. ¿Afectó significativamente a sus costos la aplicación del RSE?
    - Si
    - No
18. ¿Cree Ud. Que el valor de sus productos exportados se ven afectados por la práctica de la RSE?
    - Si
    - No
19. ¿Su empresa exige que sus proveedores desarrollen la Responsabilidad Social Empresarial?
    - Si
    - No

- Bloque D: Experiencia como empresa socialmente responsable

20. ¿Cómo califica su experiencia como empresa Socialmente Responsable?
    - Muy Buena
    - Buena
    - Regular
21. ¿Cree Ud. Que su empresa al ser Socialmente Responsable es mucho más competitiva que las demás en el sector, ante los ojos de los importadores?
    - Si
    - No
22. ¿Considera que existen desventajas al momento de ser una empresa Socialmente Responsable en el sector textil?
    - Si
    - No
23. ¿Qué recomienda a las empresas que desean aplicar la RSE?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

ANEXO N°5
MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Análisis de la implementación de la RSE en empresas exportadoras de textiles y las exigencias del mismo por las empresas importadoras, Región Arequipa 2014

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores	Instrumento	Muestra	Método
General: ¿Cómo se desarrolla la implementación de la RSE en las empresas exportadoras de textiles en la Región Arequipa ante las exigencias por parte de las empresas importadoras hasta el 2014?	**General:** Analizar cómo se implementa la RSE en las empresas exportadoras de textiles, al ser una exigencia por parte de sus clientes internacionales y los efectos que tienen dichas exigencias en las empresas exportadoras de la Región Arequipa 2014.	**General:** Dado que existe una tendencia en las empresas importadoras de textiles al requerir la aplicación de la RSE, es probable que las empresas exportadoras implementen dicho programa.	**Dependiente:** *Implementación de la RSE* - Número de requisitos que se exigen para su aplicación. - Número de empresas exportadoras de Textiles de la Región que no aplican dicho Modelo.	Guía de entrevista Ficha de Observación Documental	**Población:** Empresas de exportadoras de la Región Arequipa **Muestra:** 41 empresas exportadoras de textiles en la Región Arequipa.	**Tipo de investigación:** Cualitativo **Nivel de Investigación:** - Descriptivo: busca especificar cómo las empresas exportadoras de textiles son Socialmente Responsables, cuáles son sus acciones relacionadas con la RSE, a que se debe dicha implementación y los beneficios que esto le conlleva. - Explicativo: como las decisiones o normas estipuladas por los clientes pueden afectar y hacer cambiar el accionar de la

						propia empresa de textil y confecciones. Entender y explicar cómo la implementación de la RSE se ha convertido en un punto importante en el asunto comercial.
	Específicos: - Identificar cuáles son las exigencias y requerimientos del entorno y clientes para la implementación de RSE en las empresas exportadoras de textiles. - Determinar la cantidad de empresas exportadoras de textiles de la Región Arequipa 2014, que aplican RSE. - Determinar si las empresas exportadoras de textiles que aplican RSE toman en cuenta las dimensiones internas y externas que involucra la RSE. - Identificar las ventajas que trae para las empresas exportadoras de textiles la aplicación de RSE.		**Independiente:** *Exigencias de las empresas importadoras* ▪ Número de beneficios alcanzados por las empresas exportadoras que aplican RSE. ▪ Número de empresas que recibieron exigencias de las empresas importadoras. ▪ Número de clientes internacionales que exigen la aplicación del RSE.			**Diseño:** El diseño de nuestra investigación es **fenomenológico.**