



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017”

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTORA EN GESTIÓN PÚBLICA Y
GOBERNABILIDAD
AUTOR:**

Mg. PAMELA BARRIONUEVO ALOSILLA

ASESOR:

DR. HUGO SIERRA VALDIVIA

SECCIÓN:

CIENCIAS EMPRESARIALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

PERÚ- 2019

PÁGINA DEL JURADO

DR. RAZA URBINA SEGUNDO RODOLFO

Presidente

DR. QUISPE BARRA MARCO ANTONIO

Secretario

DR. SIERRA VALDIVIA HUGO

Vocal

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Pamela Barrionuevo Alosilla, estudiante de la Escuela de posgrado, de la Universidad César Vallejo, sede filial Trujillo – Región La Libertad; declaro que el trabajo académico titulado “Factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado EMAPAT- Puerto Maldonado 2017”. Presentada, en (124) folios para la obtención del grado académico de Doctor en Ciencias Empresariales, es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificado correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Trujillo, 12 de mayo del 2019

Pamela Barrionuevo Alosilla

DNI N° 24005285

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación es dedicado a mi padre Jesús Federico Barrionuevo Mujica y madre María Presentación Alosilla Sánchez, quienes son el pilar fundamental en todo momento y circunstancia que voy desarrollando como persona y profesional en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Con mucho cariño reitero el agradecimiento a mis padres Jesús Federico Barrionuevo Mujica y María Presentación Alosilla Sánchez, porque gracias a su apoyo y consejos puedo avanzar un escalón más en mi vida.

A mis hijos Piero Marcelo y Luana Pamela, mi esposo Marcopolo y mis hermanas Vania y Marité, quienes también formaron parte del avance y culminación de esta investigación.

Al Dr. Martin Manuel Grados Vásquez, quien desde el inicio de esta tesis, me ayudó con sus conocimientos a consolidar y mejorar el avance de la presente investigación.

Al Dr. Hugo Sierra Valdivia, quien aportó en la culminación de la presente tesis, afinando los aspectos de conocimiento científico en la elaboración de la presente investigación.

PRESENTACION

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, para obtener el Grado Académico de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad, pongo a vuestra consideración la tesis titulada “Factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado EMPAT- Puerto Maldonado 2017”, con el objetivo de determinar y analizar cuáles son los principales factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

La responsabilidad social empresarial se puede definir como el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar, y el mejoramiento de la calidad de vida. Es un asunto en donde la empresa no sólo ha de tener una visión empresarial, sino también una visión social para optimizar sus resultados en un contexto dado.

La orientación fundamental de la investigación es hacer tomar conciencia de la importancia del desarrollo de planes estratégicos y programas de responsabilidad social empresarial que se deben tener en el interno y entorno de la empresa de agua y saneamiento EMAPAT, con todos los involucrados en esta actividad, el medio ambiente y el desarrollo sostenible y de esta manera mejorar las condiciones y calidad de vida en la sociedad a la que se sirve.

La Autora

ÍNDICE

	Pág.
Página del Jurado	ii
Declaración de autenticidad	iii
Dedicatoria	
Agradecimiento	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIO	
1.1. Realidad Problemática	11
1. 2. Trabajos Previos	23
1.3. Teorías relacionadas al tema	28
1.4. Formulación del problema	56
1.5. Justificación del estudio	56
1.6. Hipótesis	58
1.7. Objetivos	59
II. MÉTODO	61
2.1. Diseño de investigación	61
2.2. Variables, operacionalización	62
2.5. Población, muestra y muestreo	65

2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	67
2.7. Métodos de análisis de datos	69
2.8. Aspectos éticos	70
III. RESULTADOS	72
IV. DISCUSIÓN	85
V. CONCLUSIONES	97
VI. RECOMENDACIONES	99
VII. PROPUESTA	100
VIII. REFERENCIAS	128
ANEXOS	135
Anexo 1. Matriz de sistematización de variables	135
Anexo 2. Cuestionario	143
Anexo 3. Guía de entrevista	146
Anexo 4. Confiabilidad de los ítems y dimensiones del instrumento	147
Anexo 5. Matriz de validación del instrumento	150

RESUMEN

El problema de investigación se ha planteado en la siguiente interrogante ¿Cuáles son los factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017?, consecuentemente su objetivo general es: determinar y analizar cuáles son los principales factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. La investigación es de enfoque mixto, tipo no experimental y el diseño de triangulación concurrente. Se tomó como muestra cuantitativa a 372 pobladores y usuarios; como muestra cualitativa a 10 trabajadores de EMAPAT; se elaboraron dos instrumentos válidos y confiables (Cuestionario y guía de entrevista) para el recojo de los datos de las variables analizadas, la información se procesó haciendo uso de Excel.

Se encontró que el 83.5% de los pobladores y el 72.5% de los usuarios en la población considera que está de acuerdo en que la Ley N° 30640, Ley que modifica la Ley 29338, Ley de recursos Hídricos, mediante el establecimiento de los criterios técnicos para la identificación y delimitación de las cabeceras de cuenca, el impacto de la responsabilidad social, las inversiones sociales en un contexto competitivo, el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado y la Filosofía empresarial de responsabilidad social pueden considerarse factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017; con ello se acepta la hipótesis de investigación. Se puede concluir que es fundamental que las empresas de servicios públicos domiciliarios incluyan a la responsabilidad social como eje de su proyección al futuro para planear y construir organizaciones sostenibles y competitivas.

La responsabilidad social, tiene un alto impacto en el contexto de las empresas de

servicios públicos, en especial de las de agua y saneamiento básico, por su cercano vínculo con el medio ambiente y con las comunidades impactadas. Se debe apoyar la responsabilidad social a través de un compromiso compartido, con una conducta transparente y ética, que contribuya y oriente hacia el desarrollo sostenible, que incluya la salud y el bienestar de la sociedad, con leyes y normas de conducta que buscan ser integradas en la organización.

Palabras Claves: factores, actitud socialmente responsable, entidad prestadora de servicios y alcantarillado, responsabilidad social.

ABSTRACT

The research problem has been raised in the following question: What are the factors and to what extent do they affect the socially responsible attitude of the service provider and sewage system “EMAPAT”-Puerto Maldonado 2017?, consequently its general objective is: to determine and analyze what are the main factors and to what extent they affect the socially responsible attitude of the service provider and sewer system “EMAPAT”-Puerto Maldonado 2017. The research is of mixed approach, non-experimental type and concurrent triangulation design. 372 inhabitants and users were taken as a quantitative sample; as a qualitative sample of 10 EMAPAT workers; Two valid and reliable instruments (Questionnaire and interview guide) were prepared for the collection of the data of the analyzed variables, the information was processed using Excel.

It was found that 83.5% of the population and 72.5% of the users in the population consider that they agree that Law 30640, Law that amends Law 29338, Law on Water Resources, by establishing technical criteria for the identification and delimitation of watershed headwaters, the impact of social responsibility, social investments in a competitive context, the Municipal Water and Sewerage Master Plan and the Corporate Philosophy of Social Responsibility can be considered as factors that significantly affect the socially responsible attitude of the lending entity services and sewerage system "EMAPAT"- Port Maldonado 2017; with this the research hypothesis is accepted. It can be concluded that it is essential that public home utilities include social responsibility as the axis of their projection into the future to plan and build sustainable and competitive organizations.

The social responsibility, it has a high impact in the context of the public utility companies, especially of those of water and basic reparation, as its nearby link with the environment and with the impressed communities. It is necessary to support the social responsibility across a shared commitment, with a transparent and ethical conduct, which it contributes and orientates towards the sustainable development, which includes the health and the well-being of the company, with laws and policies that seek to be integrated to the organization.

Key words: factors, socially responsible attitude, entity providing of services and sewer, social responsibility.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Es relevante reconocer que la responsabilidad social empresarial (RSE) tiene un gran compromiso en el comportamiento de todas las empresas de servicios públicos, en especial de las de agua y saneamiento básico, debido a que actúan altamente vinculadas con el medio ambiente y claro está con las poblaciones a las que sirven las cuales tienen un impacto directo de sus actividades. Entonces, queda por sobrentendido que las concepciones, decisiones y prácticas de la gerencia y de las actividades que desempeñan hacia la comunidad deben ser realizadas en el contexto de un adecuado marco de planeamiento estratégico, porque se tiene que reconocer que involucran aspectos relacionados con el ambiente, la salud poblacional y ocupacional de sus trabajadores, sin dejar de lado los resultados la generación de valor económico esperado por la organización que le permitan asociados a los presupuestos públicos que reciban ser importantes para valorar los niveles de apropiación del gran compromiso con sus grupos de interés o actores involucrados.

Los movimientos e instituciones, nacionales e internacionales dedicados a desarrollar la responsabilidad social empresarial, y el desarrollo sostenible han apoyado de manera compartida, para que la acción de gerencia tenga una conducta transparente y ética, pensando en la salud y el bienestar de la sociedad a la que se sirve, desde el punto de vista holístico es decir como un todo interdependiente, en esta línea de conducta y su cumplimiento han emergido leyes y normas que se deben cumplir y que buscan ser integradas en la organización y ser aplicadas en todas las relaciones de la misma. La responsabilidad social empresarial es un concepto que ha tenido un proceso evolutivo en el tiempo, no sólo para poder entender su significado; sino también para poder evidenciar cuáles son las implicancias de su contenido.

Inicialmente es necesario tener un concepto coherente y quizás sintetizado de todo lo estudiado y leído sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que implica dos aspectos fundamentales; dar cuentas que es toda una obligación, porque aquí las empresas no pueden eludir a ser cada vez más

transparentes en la información que ofrecen a la sociedad en relación con sus prácticas y formas de gestionarse. Y al mismo tiempo, dar respuesta, a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa.

El análisis de la responsabilidad social en las organizaciones como categoría de estudio conlleva, en primer lugar a entender que su puesta en práctica conduce a las organizaciones a desarrollar una visión integral de futuro, en la que no sólo está incorporada la comunidad y sus trabajadores sobre la cual se asientan, sino también su país o su sociedad. En segundo lugar, que nazca una nueva forma de organización que promueva el liderazgo internamente, a los fines de que los mismos contribuyan a reforzar la misión que se traza la organización y logren la descentralización de los niveles de autoridad con el fin de perfeccionar los niveles de productividad y competitividad empresarial.

La responsabilidad social empresarial (RSE) cada día está tomando más importancia en las organizaciones y empresas en el mundo. Las empresas buscan una mayor responsabilidad con la sociedad porque ésta le ayuda a generar valor y mejorar su imagen, al integrar los elementos que hacen parte de los procesos o se ven afectados por ellos. Las empresas prestadoras de servicios públicos de saneamiento en las últimas dos décadas han incrementado la cobertura del servicio de agua potable, es así que la cobertura promedio del servicio de agua potable pasó de 69%, en el año 1996, a 89%, en el año 2011. Las empresas de servicios públicos deben presentar gran responsabilidad social con el ambiente, algunas utilizan como materia prima recursos naturales, por ejemplo la energía y el agua, de recursos no renovables como el gas natural, otras empresas desempeñan actividades de recolección de desechos y basuras para las que se hace importante un buen manejo del ambiente.

Las ventajas de implementar prácticas de responsabilidad social empresarial en relación con el medio ambiente radican en prevenir potenciales accidentes que lo afecten con costosas consecuencias para todos los involucrados; evitar graves sanciones y multas por parte de las autoridades que pueden llegar hasta el cierre de operaciones; mejorar la imagen y asegurar la supervivencia de la empresa a largo plazo; al igual que posicionarse para competir en los mercados

globalizados de hoy en día. Es claro que, reducir la generación de residuos evita costosas inversiones en sistemas de manejo y tratamiento de los mismos y los costos de operación asociados a estos. Por lo general menores consumos de materias primas, energía, agua y suministros inciden favorablemente en costos bajos y a su vez mejora la eficiencia al obtener mayores conversiones en los procesos industriales.

Toda actividad empresarial está relacionada con el medio ambiente. Los impactos ambientales no respetan barreras de tiempo, lugar o jurisdicción. Es un asunto que interesa a todo el mundo y por lo tanto el medio ambiente es un tema universal. Es necesario implementar un nuevo enfoque con prácticas de responsabilidad social empresarial basadas en prevención, control primario en la fuente, enfoque sistémico, reducción de la generación de residuos, manejo integral y planeación estratégica. De esta forma se logra la conservación de los recursos, menores costos, generación de valor agregado, posicionamiento estratégico para la competitividad global, optimización de la calidad de los productos y servicios y mejora de la calidad de vida de la sociedad.

Es necesario considerar que la responsabilidad social empresarial se encuentra ligada a la existencia de un ente institucional anterior, sea una organización, una institución con personalidad jurídica lucrativa (empresa), o carezca de esta finalidad (ONG). Al mismo tiempo, es muy importante considerar su origen, puesto que toda forma organizativa (institución, ONG, asociación, empresa, etc.) está vinculada con el accionar humano mediante la participación de una persona con capacidad de decisión o investida de facultades, producto de la representación, que le permitan interactuar con su entorno y en contacto con diversos agentes involucrados; claro está, dentro de un medio u espacio geográfico.

La revisión exhaustiva del conocimiento existente sobre responsabilidad social de empresas públicas nos permite entender que desde el siglo XIX (denominado también como siglo de la industrialización), las organizaciones y gobiernos comienzan a desarrollar prácticas que se enmarcan en el concepto de Responsabilidad Social y tratan de que se tangibilicen especialmente en empresas públicas que están directamente relacionadas con el servicio al

público que no pueden ser realizadas por su carácter estratégico por empresas privadas. Pero se investigó que es la década de 1970 que el término comenzó a utilizarse.

Hasta la actualidad, que se entiende a la responsabilidad social como una filosofía de gestión. Es cuando se reconoce que la globalización y las nuevas herramientas de comunicación que posee el ser humano desafían a la exposición y reputación de las organizaciones. Con ello, todos los seres humanos en todo tipo de sociedades en todos los continentes al conocer cada decisión o actividad que realicen las empresas son escrutados y evaluados. En cuanto a la conceptualización de responsabilidad, la empresa es una institución social que, como tal, necesita estar legitimada para seguir manteniendo su papel en la sociedad y, por tanto, para perdurar en el tiempo. Esta legitimidad la alcanza dando respuesta a lo que se espera de ella y asumiendo los valores y pautas de comportamiento que la propia sociedad le marca. Y en ello la RSE abarca cuatro aspectos fundamentales: económico - social - medioambiental - ético.

Por eso es necesario desarrollar un programa de RSE, debido a que, hay que dar cuenta por el lugar que se ocupa. Las empresas ya no son solo parte de un mercado, ahora son parte de una sociedad global, que demanda información sobre su accionar. Entonces, es necesario incorporar prácticas de RSE en la estrategia misma del negocio y en los procesos de gestión, además de desarrollar instrumentos adecuados para supervisar y comunicar las acciones que se llevan adelante en este sentido.

La empresa puede demostrar su voluntad y capacidad para generar valor para sí y para la sociedad, y el impacto de la relación con su entorno y con sus públicos. La empresa que hace transparentes sus acciones y decisiones está más capacitada para construir lazos de confianza con sus grupos de interés, pues demuestra su apertura al diálogo y sus esfuerzos por responder a los intereses de todos sus públicos. Hacia adentro, el desarrollo de un programa de RSE implica un proceso de aprendizaje y de intercambio, que beneficia a toda la organización. A partir de este trabajo, se facilita el planeamiento de la gestión y el desarrollo de proyectos. En la empresa que investigamos se debe hacer

conciencia que la responsabilidad significa brindar servicios esenciales para la salud y el bienestar de la población, los cuales se encuentran en el centro mismo de la problemática ambiental. Creemos que deben cumplir eficientemente con esa misión y dar cuenta de ello a la sociedad.

La concepción que se tiene de la RSE es el modo en que se gestionan, todo el proceso de planeamiento, producción y prestación de los servicios; buscando cumplir con su misión al tiempo que fomentan el desarrollo sustentable de la sociedad, promoviendo la reducción de las desigualdades sociales y preservando los recursos naturales.

Cuando se trata de conocer la actitud de la responsabilidad social (RS) de quienes gestionan una organización empresarial pública, lo primero que encontramos es que tiene un alto impacto en su contexto ya que fundamentalmente son empresas de servicios que se dan directamente al consumidor o al público, en especial de las de agua y saneamiento básico, porque precisamente su actividad no puede ser desligada del medio ambiente y las comunidades impactadas a las que otorga el servicio.

Es por ello que la actitud de quienes la gestionan debe estar enmarcada involucrando, las concepciones, decisiones y prácticas de la gerencia y de las actividades que desempeñan hacia la comunidad, que comprenden aspectos relacionados con el ambiente, la salud ocupacional y los resultados económicos esperados por la organización resultan importantes para valorar los niveles de apropiación de este importante compromiso con sus grupos de interés o actores implicados.

La existencia de los movimientos e instituciones, tanto internacionales como nacionales, que han buscado apoyar, a través de un compromiso compartido hacia la responsabilidad social, con una conducta transparente y ética, la contribución y la orientación hacia el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, vista como un todo, han desarrollado un conjunto de leyes y normas de conducta que deben tratar de ser integradas en la organización y ser aplicadas en todas las relaciones de la misma.

Por ello, es que se entiende que el grado de compromiso y conocimiento por parte de la gerencia y la totalidad de los miembros de una organización frente a

la responsabilidad social, debe llevar al impulso de su cumplimiento voluntario, como parte de su pensamiento estratégico, su visión y misión y como condición de principios y valores. Por ello, la investigación tiene como objetivo la evaluación de los factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017, esto implica necesariamente, el estudio de las concepciones sobre Responsabilidad Social de los directivos de la empresa; luego conocer las directrices y las decisiones de gerencia en materia de Responsabilidad Social a partir de las cuales esta empresa gestiona sus planes, programas y proyectos. De igual forma, analizar sus prácticas en materia de responsabilidad social dentro de los planteamientos de la Guía de responsabilidad social ISO 26000:2010.

En lo referente al impacto ambiental: cuando se observa la calidad del agua que es un tema técnico operacional cotidiano y de alto impacto en las personas y familias a las que se sirve, la incidencia de la calidad del agua mayormente solo se orienta a la clorificación del mismo, escasamente se ha tenido en cuenta en la antigüedad de las redes de distribución de agua, y en el manejo de residuos en pro de la conservación de condiciones ambientales favorables para futuras generaciones. Si bien es cierto que tienen ideas sobre manejo ambiental no tienen planes de manejo ambiental y de tratamiento de aguas residuales con los que si se lograrían incidencias positivas ambientales. Aquí es menester que se desconoce de la medición frecuente de la calidad del agua. Frente al manejo de residuos, que se generan en las operaciones del servicio de agua potable y administrativos esta recolección no se realiza de acuerdo a las exigencias de la normatividad en cuanto a medio ambiente se refiere.

En Perú, la Ley N° 30640, Ley que modifica la Ley 29338, Ley de recursos Hídricos, mediante el establecimiento de los criterios técnicos para la identificación y delimitación de las cabeceras de cuenca (2017) establece en su Artículo n° 1 que tiene por objeto regular la conservación y protección de las cabeceras de cuenca, incorporando en el artículo 75 de la Ley 29338, Ley de Recursos Hídricos, el establecimiento de los criterios técnicos para la identificación y delimitación de las cabeceras de cuenca, a fin de evaluar la

implementación de medidas especiales para su protección y conservación según su vulnerabilidad.

Los principales organismos que integran el sector saneamiento son el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, a través de la Dirección Nacional de Saneamiento (DNS), la cual tiene como objetivo principal la formulación de políticas y estrategias destinadas al desarrollo del sector y la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS) cuya función es normar, regular y fiscalizar la prestación de los servicios.

Actualmente, el aporte económico referido especialmente al presupuesto institucional para la responsabilidad social empresarial, se tienen iniciativas que en la actualidad no se tangibilizan como montos reales presupuestados para ejecutar actividades de Responsabilidad Social, en todo caso no se tienen en cuenta este tipo de rubros, con acciones definidas desde los planes y documentos financieros de las empresas. Se tienen ideas mas no se encontraron enfoques de inversión en: trabajo con comunidades, medio ambiente y salud ocupacional. Se realizan proyectos pero escasamente se tienen en cuenta el Impacto de los proyectos, al realizar escasos contactos con la población beneficiada con los proyectos de agua y saneamiento ambiental, difícilmente se puede evaluar en cuanto a la forma en que se llega a las poblaciones en las cuales la organización impacta con sus proyectos y servicios. En realidad no se realiza ninguna Gestión Social que este identificado y documentado dentro del Sistema de Gestión de Calidad, tampoco la realización de procesos de acercamientos con los grupos de interés, a través de las Juntas de Acción Comunal.

En cuanto a los lineamientos o directrices en materia de responsabilidad social existentes documentos estratégicos, tales como los diferentes planes que no cumplen con los requisitos generales esperados en términos de estructura y de contenido, si cuentan con lineamientos o directrices en materia de responsabilidad social, no se puede gerenciar con responsabilidad social de materia tangencial e empírica, en materia de partes interesadas y en materia ambiental y de salud y seguridad ocupacional.

Por todo lo anterior, es posible afirmar que en la empresa “EMAPAT”, desde sus prácticas de gestión, no aportan mayores desarrollos para el cumplimiento de los principios establecidos en el estándar internacional Guía de Responsabilidad Social ISO 26000:2010. Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés. La responsabilidad social empresarial se refiere a cómo las empresas son gobernadas respecto a los intereses de sus trabajadores, sus clientes, proveedores, sus accionistas y su impacto ecológico y social en la sociedad en general, es decir, a una gestión de la empresa que respeta a todos sus grupos de interés y supone un planteamiento de tipo estratégico que debe formar parte de la gestión cotidiana de la toma de decisiones y de las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.

Por lo tanto, la responsabilidad social de las empresas tiene que ver fundamentalmente con las decisiones de las organizaciones que afectan a terceros, es decir, son las acciones de la organización para influir en la sociedad en la que existe. En materia del ambiente natural se necesita de una normatividad que garantice un desarrollo sostenible, entendido este como el enfoque en el que las organizaciones realizan actividades que se pueden sostener a largo plazo o renovarse a largo plazo en forma automática. El desarrollo sostenible se fundamenta en la premisa Satisfacción de necesidades en el presente sin comprometer la capacidad para satisfacer las necesidades de las generaciones futuras.

A través de la siguiente investigación se determinó y analizó cuáles son los principales factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. Las entidades prestadoras de servicios como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. Sin embargo, desde los imaginarios colectivos, se percibe que lo privado no tiene relación con lo público y que las problemáticas sociales son responsabilidad exclusiva del Estado. Por lo cual, esta investigación busca indagar sobre este supuesto, a

través del acercamiento a entidades prestadoras de servicios y alcantarillado EMAPAT ubicadas en Puerto Maldonado, a fin de observar si se cumplen los principios de responsabilidad social que debería tener toda empresa.

1.1.1. Marco normativo

a. Constitución Política del Perú

El artículo 59 de la Constitución establece que el Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

Con este artículo el Estado estimula la reacción de riquezas y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresas, comercio e industria pero con Responsabilidad Social.

b. A nivel del Tribunal Constitucional

El Pleno Jurisdiccional N° 0048-2004-PI-TC; Demanda de inconstitucionalidad interpuesta por José Miguel Morales Dasso, en representación de más de cinco mil ciudadanos, contra los artículos 1 0, 2°, 3°, 4° Y 5° de la Ley N. 28258 -Ley de Regalía Minera - sus modificatorias y las demás normas que por conexión sean materia de la causa; precisa que “La responsabilidad social se constituye en una conducta exigible a las empresas, de forma ineludible.

La resolución del máximo tribunal en materia constitucional entiende que lo social debe verse desde tres aspectos, a saber: como mecanismo para establecer legítimamente algunas restricciones a la actividad de los privados; como una cláusula que permite optimizar al máximo el principio de solidaridad, corrigiendo las posibles deformaciones que pueda producir el mercado de modo casi “natural”; y como una fórmula de promoción del uso sostenible de los recursos naturales.

c. Leyes

- Ley N° 29381, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, establece que la entidad promueve las normas y estándares nacionales de responsabilidad social empresarial en material laboral.
- La Ley de Radio y Televisión al hablar sobre los principios para la prestación de los servicios de radiodifusión alude en su artículo II a la responsabilidad social de los medios de comunicación.
- La Ley General del Ambiente define a la responsabilidad social empresarial por cuanto en su artículo 78, que trata sobre la responsabilidad social de la empresa, establece que “El Estado promueve, difunde y facilita la adopción voluntaria de políticas, prácticas y mecanismos de responsabilidad social de la empresa.

d. Decretos Supremos

- Decreto Supremo N° 004-2012-TR, el cual tiene como propósito promover la responsabilidad social empresarial generadora de empleo decente, cuyo objetivo es promover empleo, empleabilidad y emprendimiento con énfasis en población vulnerable, asimismo administra el Registro y otorga la Certificación de Empresas Socialmente Responsables.
- El Decreto Supremo N° 207-2004-EF señala que el Banco de la Nación en su calidad de empresa estatal necesita establecer políticas de gestión que contemplen la responsabilidad social de la empresa, apoyando la ejecución de proyectos y actividades de proyección social y cultural.
- El anexo del Decreto Supremo N° 059-2005-EM en el numeral 4.2. Señala que los bonos de Responsabilidad Social Ambiental son un instrumento de financiamiento para la remediación ambiental de las áreas impactadas por los pasivos ambientales mineros. Tiene carácter de no reembolsable y sin intereses.
- Decreto Legislativo N° 1292; Decreto legislativo que declara de necesidad pública y de interés nacional la operación segura del oleoducto norperuano y dispone la reorganización y mejora del gobierno corporativo de Petroperú S.A.;

en su Artículo 6.- Participación de Petroperú S.A. en el desarrollo de acciones de responsabilidad social.

- Decreto Supremo N° 040-2014-EM; Reglamento de Protección y Gestión Ambiental para las Actividades de Explotación, Beneficio, Labor General, Transporte y Almacenamiento Minero; en su Artículo 16.- De la responsabilidad ambiental, señala que el titular de la actividad minera es responsable por las emisiones, efluentes, vertimientos, residuos sólidos, ruido, vibraciones y cualquier otro aspecto de sus operaciones, así como de los impactos ambientales que pudieran generarse durante todas las etapas de desarrollo del proyecto, en particular de aquellos impactos y riesgos que excedan los Límites Máximos Permisibles y afecten los Estándares de Calidad Ambiental, que les sean aplicables o afecten al ambiente y la salud de las personas.

e. Ley de Recursos Hídricos N° 29338

El propósito de la Ley es el de regular el uso y gestión de los recursos hídricos y las responsabilidades tanto del Estado como de los particulares frente a esa gestión. Cuenta con 125 artículos organizados en doce Títulos y un Título Preliminar que incluye 11 principios, de los cuales se destacan los siguientes:

1. Principio de valoración del agua y de gestión integrada del agua: El agua tiene valor sociocultural, valor económico y valor ambiental, por lo que su uso debe basarse en la gestión integrada y en el equilibrio entre estos.
2. Principio de prioridad en el acceso al agua: El acceso al agua para la satisfacción de las necesidades primarias de la persona humana es prioritario por ser un derecho fundamental sobre cualquier uso, inclusive en épocas de escasez.
3. Principio de participación de la población y cultura del agua: El Estado crea mecanismos para la participación de los usuarios y de la población organizada en la toma de decisiones que afectan el agua en cuanto a calidad, cantidad, oportunidad u otro atributo del recurso. Fomenta el fortalecimiento institucional y el desarrollo técnico de las organizaciones de usuarios de agua. Promueve programas de educación, difusión y sensibilización, mediante las autoridades del sistema educativo y la sociedad civil, sobre la importancia del agua para la

humanidad y los sistemas ecológicos, generando conciencia y actitudes que propicien su buen uso y valoración.

4. Principio de sostenibilidad: El Estado promueve y controla el aprovechamiento y conservación sostenible de los recursos hídricos previniendo la afectación de su calidad ambiental y de las condiciones naturales de su entorno, como parte del ecosistema donde se encuentran. El uso y gestión sostenible del agua implica la integración equilibrada de los aspectos socioculturales, ambientales y económicos en el desarrollo nacional, así como la satisfacción de las necesidades de las actuales y futuras generaciones.

5. Principio de eficiencia: La gestión integrada de los recursos hídricos se sustenta en el aprovechamiento eficiente y su conservación, incentivando el desarrollo de una cultura de uso eficiente entre los usuarios y operadores (Congreso de la República del Perú 2009, p. 2).

F. Ley Nº 30640, Ley que modifica la Ley 29338, Ley de recursos Hídricos, mediante el establecimiento de los criterios técnicos para la identificación y delimitación de las cabeceras de cuenca (2017)

Artículo 1. Objeto de la Ley; la presente ley tiene por objeto regular la conservación y protección de las cabeceras de cuenca, incorporando en el artículo 75 de la Ley 29338, Ley de Recursos Hídricos, el establecimiento de los criterios técnicos para la identificación y delimitación de las cabeceras de cuenca, a fin de evaluar la implementación de medidas especiales para su protección y conservación según su vulnerabilidad.

Artículo 2. Modificación del artículo 75 de la Ley 29338, Ley de Recursos Hídricos.

Modifíquese el artículo 75 de la Ley 29338, Ley de Recursos Hídricos, en los siguientes términos: “Artículo 75. Protección del Agua(...)

El Estado reconoce como zonas ambientalmente vulnerables las cabeceras de cuenca donde se originan los cursos de agua de una red hidrográfica. La Autoridad Nacional, con opinión del Ministerio del Ambiente, puede declarar zonas intangibles en las que no se otorga ningún derecho para uso, disposición o vertimiento de agua. Asimismo, debe elaborar un Marco Metodológico de

Criterios Técnicos para la Identificación, Delimitación y Zonificación de las Cabeceras de Cuenca de las Vertientes Hidrográficas del Pacífico, Atlántico y Lago Titicaca”.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. A nivel internacional

Orozco (2014). En su tesis: *Comunicar la RSC y la incidencia en la reputación de las empresas de comunicación. El caso de la maratón de Tv3*. Tesis Doctoral de la Universidad Autónoma de Barcelona. Refiere que el constante cambio en el que se suscribe la sociedad actual, y por ende la gestión empresarial, ha permitido el advenimiento de múltiples enfoques de análisis y desarrollo de las teorías relacionadas con la responsabilidad social corporativa (RSC). Bajo estas circunstancias, se asumen diversas perspectivas, que van desde la simple etimología del concepto hasta incluso las implicaciones que RSD tiene sobre la estrategia organizacional o el desarrollo sostenible. En este estudio, se asume la RSC desde la perspectiva de la comunicación, la gestión de intangibles y la reputación. Si bien no se trata de nuevas miradas, estas han sido poco abordadas en comparación con otros estudios asociados, como los que lo relacionan con el marketing, la respuesta de los consumidores o el desempeño empresarial. Orozco (2014), refiere que la época que vive la RSC en la actualidad está influenciada por factores de gran importancia, que no solo están afectando a las empresas, a las organizaciones, o a los medios sino también a la sociedad misma.

Polo (2015). En su tesis: *Integración del Mercadeo con la responsabilidad social empresarial (R.S.E) en las empresas de servicios públicos domiciliarios (E.S.P) del Municipio de Manizales*. Tesis para optar al Grado en Magister en Ciencias y Administración de la Universidad Nacional de Colombia Sede Maizales. Considera que la evolución del concepto de Responsabilidad Social ha abierto camino para generar lo que hoy en día se conoce como responsabilidad social empresarial (RSE), siendo la dimensión social la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial. Es por ello, que el tema de la R.S.E. es un recurso estratégico para la supervivencia de las organizaciones públicas y privadas, lo que convierte su

práctica en una cuestión rentable, siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales. La mayor parte de la doctrina sobre la responsabilidad social de la empresa (RSE) adopta una perspectiva global de la organización; sin embargo, existen motivos para justificar una aplicación específica a determinadas áreas funcionales.

Palacios (2017). En su tesis: *El comportamiento del consumidor y la inversión socialmente responsable*. Tesis para optar al grado de Doctor en Dirección de Empresas y Sociología, de la Universidad de Extremadura, España. Reseña que el conocimiento sobre el comportamiento socialmente responsable de los consumidores ayudará a las administraciones públicas y a ciertas organizaciones no lucrativas a diseñar sus campañas de comunicación para promocionar el consumo responsable. Podrán conocer el perfil de los individuos con mayor predisposición a actuar, así como las variables que influyen en dicha predisposición. De forma similar, las empresas que deseen posicionarse como empresas y marcas socialmente responsables podrán conocer aspectos relevantes para el diseño de sus productos y de su política de comunicación. En el caso concreto el sector financiero, las encargadas de impulsar la inversión socialmente responsable son tanto las entidades financieras como las instituciones de inversión colectiva.

Gil (2013). En su tesis: *La responsabilidad social universitaria desde la perspectiva ambiental: universidad y desarrollo sustentable*. Tesis para optar el Grado de Maestro en Administración, de la Universidad Nacional Autónoma de México. Precisa que la sociedad contemporánea enfrenta las consecuencias de cambios sociales sufridos en las últimas décadas. El fuerte impacto de la globalización, el desarrollo de Tecnologías de la Información y comunicación (TIC), el cambio climático, entre otros, son hechos que van definiendo el acontecer y desarrollo de las sociedades, ante la destrucción de los ecosistemas, cambiar los actuales procesos de desarrollo hacia uno que se ocupe de la conservación de los recursos, que hasta ahora se han usado de manera irracional Gil (2013), refiere que la responsabilidad social empresarial (RSE) es una tendencia que ha ido adquiriendo importancia en el mundo

empresarial internacional. El compromiso social adquirido debe ir más allá de aspectos económicos y legales.

Kalaydjian&Riznyk (2012). En su tesis:*Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en la decisión de compra del consumidor*. Tesis para obtener una Maestría en Administración de Empresas, de la Universidad Argentina de la Empresa, Buenos Aires-Argentina, señala que las empresas invierten grandes sumas de dinero en realizar acciones de responsabilidad social empresarial como un nuevo atributo para diferenciarse, por eso es necesario conocer si las mismas son valoradas por los consumidores y si influyen en su decisión de compra, ya que por mucho que las empresas realicen en materia de responsabilidad social empresarial, si el consumidor no les da importancia, la diferenciación no tendría lugar. Las personas actúan y toman decisiones sobre los productos y servicios que adquieren en función de las percepciones que tienen de éstos y de sus empresas ofertantes. A su vez, los consumidores forman parte de comunidades, y prestan cada vez más atención a los comportamientos de las empresas con relación al medio ambiente, la producción limpia, el reciclaje, abuso patronal, enriquecimiento sin contrapartida a la sociedad, entre otros.

1.2.2. A nivel nacional

Cubeños (2017). En su tesis:*Incidencia de las prácticas socialmente responsables internas en la formación de la identidad corporativa del colaborador obrero: Aplicación de la metodología del balance social en la empresa privada Postes del Norte, S.A.* Tesis para obtener una Maestría en Trabajo social. De la Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Indica que al hablar de prácticas socialmente responsables internas, hace referencia a diferentes acciones que toma la empresa privada para mejorar el desempeño laboral, y que siendo parte de la perspectiva laboral inciden en la identidad corporativa que tiene el colaborador o trabajador en representación a su institución laboral. Para medir la identidad corporativa es indispensable evaluar no solo las condiciones de trabajo bajo las cuales se labora y las actividades que a diario se desempeña; sino conocer las prácticas socialmente responsables internas que impulsa la empresa, esto determinará si hay un superávit o un déficit social. Las

prácticas socialmente responsables internas empresariales están únicamente vinculadas con la identidad corporativa, un trabajador identificado con su centro de trabajo es más productivo en términos empresariales.

García & Gastulo (2018). En su tesis: *Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor para la marca Metro – Chiclayo*. Tesis para obtener una Maestría en Administración de Empresas, de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lima-Perú. Señala que el análisis del comportamiento del consumidor y específicamente el estudio de los factores que inciden en su decisión de compra de ellos, es un tema de gran importancia para todas las empresas a nivel mundial, pues a través del estudio del comportamiento de sus clientes, éstas podrán mejorar sus estrategias de marketing y ofertar a los mismos lo que ellos desean y no lo que la empresa les quiere imponer, pues de acuerdo a estudios realizados se ha demostrado que las compañías exitosas se adaptan a las necesidades cambiantes de los consumidores, éstos cambios influyen significativamente en las estrategias de mercadotecnia refieren que existe abundante información acerca de teorías, características, procesos de compra y factores culturales, sociales y psicológicos que afectan e influyen directamente en el comportamiento de compra del consumidor y por ende en su toma de decisiones, por lo tanto conocer a los clientes y sobretodo el qué, el cuándo y el cómo de su comportamiento se convierte en información de gran utilidad para la toma de decisiones en una empresa, a pesar de que entender el comportamiento de compra de los consumidores no es una tarea fácil.

Quispe (2015). En su tesis: *Responsabilidad social empresarial y satisfacción laboral de los colaboradores del Hipermercado Tottus, S.A, Pacasmayo: 2015*. Tesis para optar el Título profesional de Licenciada en Trabajo Social de la Universidad Nacional De Trujillo- Perú. Considera que, la responsabilidad social empresarial es el medio por el cual los empresarios pueden comprometerse a participar activamente en el desarrollo sostenible del país y del mundo. La empresa como ser vivo dentro de la sociedad debe asumir su rol como agente de cambio para mejorar el entorno en el que se desenvuelve y así lograr un país próspero, democrático, pacífico y justo, pilares de toda organización. Quispe, precisa que existe un gran interés por comprender el fenómeno de la

satisfacción o la insatisfacción en el trabajo, sin embargo resulta paradójico que, a pesar de la espectacular proliferación de literatura científica sobre la satisfacción en el trabajo, no pueda hablarse de un progreso paralelo en las investigaciones, por cuanto los avances conseguidos resultan poco gratificante y significativos.

Pastor (2014). En su tesis: *Evaluación de la satisfacción de los servicios de agua y saneamiento urbano en el Perú: de la imposición de la oferta a escuchar a la demanda*. Tesis para optar el Grado de Magister en Gerencia Social, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima- Perú; considera que para convertir el agua natural en otra apta para el consumo humano se requieren procesos, tecnología, recursos humanos y económicos para garantizar la sostenibilidad de los procesos de producción y distribución de agua potable, recolección, tratamiento de aguas residuales y disposición final de excretas, todas las actividades empresariales son reguladas, supervisadas y fiscalizadas por la SUNASS, que ha desarrollado instrumentos de participación y transparencia con énfasis en el uso de los fondos públicos, y que aún no incluyen indicadores de satisfacción de la población en relación a la calidad de los servicios de agua potable y saneamiento. La falta de interés de los gobiernos y de la ciudadanía para exigir servicios de reconocida calidad, se explica por la debilidad de políticas públicas, que no han definido con claridad los niveles mínimos de calidad de los servicios; y de parte de la población por el desconocimiento o la indiferencia frente de los deberes y obligaciones que como cliente y ciudadano tiene para contribuir a alcanzar dichos niveles.

Kobashikawa (2015). En su tesis: *Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Tambopata-EMAPAT S.R.L. Ltda*. Tesis para optar el Título profesional de ingeniero Sanitario de la Universidad Nacional de Ingeniería, Lima-Perú. Considera que la fijación de metas óptimas de gestión se establece a partir de una mejora gradual en la calidad de los servicios de agua potable y alcantarillado, orientado principalmente hacia la expansión de la cobertura de agua potable y alcantarillado, la reducción de agua no contabilizada y el incremento de la cobertura de micromedición. Por otra parte, Kobashikawa refiere que EMAPAT S.R.Ltda. Se constituyó con base en la

antigua Unidad Operativa "Puerto Maldonado", del Servicio Nacional de Agua Potable y Alcantarillado (SENAPA), que dependía del Ministerio de Vivienda y Construcción. Los servicios que estaban a cargo de esa unidad operativa se transfirieron a la Municipalidad Provincial de Tambopata en abril del año 1992. En el año 1995 la SUNASS reconoce a EMAPAT S.R.Ltda. Como empresa prestadora de servicios de Saneamiento. El más alto nivel de decisión de EMAPAT S.R.Ltda. Es su Junta General de Socios, conformada por el Alcalde Provincial y dos representantes designados en el Consejo Municipal. El capital social está constituido por dos millones doscientos cincuenta y ocho mil ciento trece (2'258, 113.00) participaciones, de un valor nominal de un nuevo sol para cada acción, lo que totaliza S/. 2'258, 113 como valor del mencionado capital social.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Teorías sobre responsabilidad social empresarial

a. Teorías Instrumentales (Primer Enfoque)

Gómez (2012) se sustenta en el paradigma ortodoxo Neoclásico de la economía y de la gestión estratégica de la administración, que enfatizan en la obtención de beneficios en el corto, mediano y largo plazo, en donde la responsabilidad social empresarial puede llegar a convertirse en la palanca impulsora para el logro de los objetivos y metas establecidas por los directivos de las empresas.

Estas teorías se concentran en estudiar las distintas actividades sociales que permiten cumplir de mejor forma con los objetivos de creación de riqueza empresarial, es decir, las empresas buscarán desarrollar acciones socialmente responsables siempre que las actividades estén articuladas a la obtención de mayores rendimiento y rentabilidad para sus propietarios o accionistas. Bajo estas teorías instrumentales, existe una relación directa entre Responsabilidad Social Empresarial – RSE y generación de riqueza y sólo el aspecto económico de la interacción entre la sociedad y la empresa, es realmente lo relevante al momento de llevar a cabo el negocio (Gómez, 2012).

b. Enfoque de maximización del valor para el accionista

Friedman (1970) expresa que las contribuciones filantrópicas deben ser realizadas por los accionistas o propietarios o empleadas, como una decisión independiente a la empresa. Sostiene que las organizaciones empresariales han sido creadas exclusivamente para generar utilidades y obtener la máxima rentabilidad para los accionistas, atendiendo a una ética en donde se respeten las leyes y normas que regulan las actividades económicas de las empresas.

Cancino&Morales (2008) en términos generales sus planteamientos conducen a afirmar que existe una separación entre las empresas y los individuos que la conforman, o sea, es una entidad aislada de la sociedad, cuya función es la de crear riquezas para los inversionistas; y quienes realmente deben realizar acciones socialmente responsables son los individuos; lo que se traduce en una oposición tajante a la intervención de la empresa en el terreno social.

Friedman (1970) concluye que la realización de actividades socialmente responsables son simples obras de caridad, y para los propietarios de las empresas es una injusta y costosa carga que no deben asumir; además priva la libertad y la capacidad de decidir por ellos mismos, en cuanto a qué hacer con sus utilidades y a quien destinarlos.

c. Enfoque de estrategia de las empresas para lograr ventajas competitivas

Desde este enfoque se distinguen tres perspectivas:

- Inversiones sociales en un contexto competitivo

Porter&Kramer (2002) refieren que éste enfoque plantean que la promoción de la responsabilidad social empresarial puede ser útil para aumentar la ventaja competitiva de una empresa, dado que estas son capaces para crear un valor social y mejorar las condiciones del entorno en que compiten.

La responsabilidad social empresarial es parte del posicionamiento estratégico que deben implementar las empresas en la gestión de las operaciones de su cadena de valor, por tanto, debe disponer de un proceso específico para la toma de decisiones, dado que la organización empresarial tiene múltiples opciones donde ejecutar acciones socialmente responsable, pero solamente debe

enfocarse en aquellas que sean más favorables en la medida en que le agreguen valor, y a su vez sean susceptibles de convertirse en ventaja competitiva con relación a la competencia; y de esta manera lograr beneficios compartidos tanto para la empresa como para la sociedad.

Adicionalmente argumentan, que cuando los inversionistas valoran la rentabilidad a largo plazo, es más propicio para la empresa desarrollar acciones de responsabilidad social empresarial, que cuando tienen una visión de corto plazo, pues los recursos involucrados en actividades de responsabilidad social empresarial son considerados como gastos en los estados de resultados y no como inversiones posibles de activar.

- **Una perspectiva de la firma y las capacidades dinámicas basadas en los recursos naturales**

Litz (1996) sostiene que el principal recurso de la empresa es el conocimiento y su gestión adecuada mejora las capacidades competitivas; por tanto, la empresa para lograr mayores resultados en comparación a sus competidores del mercado, depende de la interacción de los recursos humanos, organizativos y físicos a lo largo del tiempo y en las rutinas organizativas y estratégicas, por las cuales los directivos adquieren dichos recursos, los modifican, integran y combinan para poder generar nuevas estrategias creadoras de valor.

En este sentido se puede afirmar que la mejor manera de desarrollar acciones socialmente responsables, es mediante la administración del conocimiento, lo cual se constituye en fuente de riqueza para la empresa, ya que cuando los recursos humanos de la empresa se relacionan entre sí y con los diferentes grupos de interés, les permite compartirlo, acrecentarlo y mejorarlo constantemente.

- **Estrategias para la base de la pirámide económica o segmentos de bajos ingresos de la sociedad**

Prahalad&Hammond (2002) precisan que existe la oportunidad para innovar bienes o servicios para aquellos grupos sociales que tienen bajo poder adquisitivo y no poseen las condiciones de los mercados convencionales (ingresos medios y altos), por tanto, solo pueden adquirirlos o acceder a ellos

mediante aplicaciones nuevas o menos complicadas, con una producción de bajo costo, adaptados a las necesidades de estas poblaciones.

Seguidamente aseveran Prahalad&Hammond (2002), que es necesario reconocer que los colectivos humanos ubicados en la base de la pirámide, no se les puede seguir considerando como víctimas, y más bien, como grupos potenciales para la creatividad empresarial y consumidores conscientes, lo que permitirá a que se tenga un nuevo mundo de oportunidades; por tanto, sugiere que alrededor de cuatro mil millones de pobres pueden ser el motor del comercio y prosperidad globales, y pueden llegar a convertirse en una fuente de innovaciones, que también creará millones de nuevos empresarios, y para tal efecto, recomienda que las grandes empresas trabajen en colaboración con las organizaciones civiles de la sociedad y con las entidades gubernamentales locales.

En contraste a lo expresado con anterioridad Martínez (2011) señala que el banco mundial y otros organismos multilaterales adscritos a las naciones unidas, en los últimos 50 años, y en alianzas con los gobiernos de países donantes, las agencias de ayuda humanitaria y las organizaciones civiles, han llevado a cabo cientos de proyectos, pero no han podido erradicar la pobreza.

d. Teorías de carácter político

Martínez (2011) considera que en estas teorías se enfatiza el poder social que adquiere la empresa en la medida en que ella se inserta en una sociedad determinada. Específicamente, los estudios al respecto explican que existe una relación o contrato social entre las empresas y la comunidad en que participan, el cual viene dado por el poder e influencia que tiene cada organización sobre la economía. Bajo esta perspectiva la empresa se ve presionada por la sociedad a dirigir sus obligaciones y derechos o participar activamente en asegurar la colaboración social. En este enfoque no se requiere, necesariamente, la creación de riqueza para ser considerado como empresa responsable.

Entre las teorías de carácter político se contemplan tres enfoques:

- **El enfoque del constitucionalismo corporativo**

Davis (2004) precisa que este enfoque parte de la premisa de que la empresa es una institución social que debe ejercer el poder de forma responsable, dado que está sujeta a la ecuación del poder social – las responsabilidades sociales de los empresarios derivan del poder social que tienen – y la ley de hierro de la responsabilidad – quien no ejerce su poder social con responsabilidad lo pierde.

Este autor señala, que cuando aumenta la participación y tamaño de la empresa en una economía, las decisiones de negocio de una empresa afecta el entorno en que se desarrolla, sugiere entonces la idea de que los directivos deben analizar sus perspectivas con relación a las situaciones en que se enfrentan, ya que los entornos en que se desarrolla la empresa reina la incertidumbre, y por ende, cambiantes y turbulentos, lo que implica que será cada vez más frecuente que las empresas se encuentren comprometidas con la sociedad.

- **El enfoque del contrato social**

Se fundamenta en el pensamiento de Locke, quien considera que la responsabilidad social empresarial se deriva de un contrato social implícito firmado por todos los miembros de la sociedad. Este contrato social tiene dos niveles: un contrato macrosocial teórico que apela a todos los contrayentes racionales y constituye una hípernorma que reglamenta los contratos sociales; y un contrato micro-social real asumido por los miembros de numerosas comunidades locales y que genera normas de comportamiento y actitudes de las partes contratantes (Donaldson&Dunfee, 1994).

- **El enfoque de la ciudadanía corporativa**

Es un concepto que contiene tres enfoques distintos: Wood&Lodgson (2002) indican que una visión limitada, que comprende la filantropía corporativa, la inversión social y el asumir ciertas responsabilidades con respecto a la comunidad, una segunda visión correspondiente a la RSE y una tercera visión amplia, según la cual las empresas empiezan a tratar del tema de la ciudadanía corporativa, cuando el estado incumple en la protección de la ciudadanía, e incluso en el ámbito global. No obstante las diferencias existentes en éste grupo de teorías, se identifican algunos aspectos compartidos: un fuerte sentido de

responsabilidad de la empresa con respecto a las comunidades, la consideración de formar parte de asociaciones para promover el desarrollo de las comunidades y la creciente responsabilidad por el medio ambiente. Como consecuencia del proceso de globalización, la preocupación de la comunidad local se ha convertido paulatinamente en una preocupación en el ámbito global.

e. Teorías integradoras

En este grupo se desarrollan una serie de propuestas que buscan explicar el desarrollo de actividades de responsabilidad social empresarial por el deseo de captar, identificar y dar respuestas para integrar diversas demandas sociales, las cuales son consideradas como la forma en que se expresa la comunicación entre la empresa y la sociedad. Entre estas demandas se destaca el cumplimiento de las leyes, las políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa. El cumplimiento de las normas y obligaciones establecidas por una sociedad representan las instituciones que estructuran las interacciones políticas, económicas y sociales, por consiguiente, la ejecución de la responsabilidad social empresarial implica que las organizaciones deben respetar las instituciones establecidas en cada sociedad.

f. Teorías éticas

Las teorías éticas plantean en términos generales los requerimientos éticos que combinan la relación entre la empresa y la sociedad. Se basa en principios que expresan que se debe y que no se debe hacer o la necesidad de construir una sociedad mejor. En estas teorías se estudia el desarrollo de acciones socialmente responsables como respuesta al cumplimiento de derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, los derechos de los trabajadores, el respeto del medio ambiente, la preocupación por el desarrollo sostenible, considerando como actividades de negocios que presten atención al progreso tanto de las generaciones presentes como futuras. En conclusión estas teorías se basan en el desarrollo de acciones correctas en beneficio del bien común.

Entre los enfoques de las teorías éticas se incluyen los siguientes:

- **El enfoque normativo de grupos involucrados**

Donaldson & Preston (1995), refieren que este enfoque analiza las obligaciones fiduciarias de la empresa hacia todos sus grupos de interés, tales como: clientes, consumidores, proveedores, trabajadores, accionistas y comunidad. Su puesta en práctica requiere tomar como referencia alguna teoría ética, ya sea la kantiana, utilitarista, teoría de la justicia, entre otros. Las empresas al llevar a cabo sus actividades no solo deben considerar la gestión interna de sus recursos y operaciones, sino que además deben tener consideración a todos los actores que puedan afectar directa o indirectamente el desarrollo de sus actividades.

- **El enfoque de los derechos universales**

Annan (1997), indica que están basados en los derechos humanos y laborales y el respeto al medio ambiente conocida con el nombre de Pacto Global, cuya finalidad es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que posibilite conciliar intereses de empresas, con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), sindicatos y ONG, sobre la base de 10 principios que transversalizan el conjunto de actividades que materializan las empresas y que están relacionadas con los valores fundamentales en materia de: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente, lucha contra la corrupción.

- **El enfoque de desarrollo sostenible**

Sen (1999), precisa que el sistema productivo y la economía en general están estrechamente vinculados con el medio natural; por lo tanto, a medida que el sistema económico crece ocasiona permanentemente mayores tensiones sobre el medio ambiente, al exigir de él mayores volúmenes de recursos naturales y a la vez, arrojarle mayores cantidades de contaminantes que en últimas instancias va en detrimento de bienestar de la población.

Por lo anterior, se plantea la necesidad de promover un desarrollo humano que tenga en cuenta a las generaciones presentes y futuras. Para evaluar su propia sostenibilidad, la empresa debe buscar un triple resultado, que además de

incorporar los aspectos económicos de la empresa, también incluya los impactos sociales y los del medio ambiente.

- El enfoque del bien común

Plantea que la empresa debe contribuir al bien común, debido a que ella también es parte de la sociedad. Al respecto, expresa que la empresa dispone de una serie de medios para conseguirlo, y por tanto, está en condiciones de crear riqueza y ofrecer productos y servicios de una manera justa, equitativa y eficiente que simultáneamente, respeten la dignidad y los derechos fundamentales de los individuos, es decir, lo que le brinda valor a una sociedad no solo es la eficiencia, sino los valores de justicia y solidaridad compartidos, lo que facilita el desarrollo humano de quienes la integran (Martínez, 2004).

1.3.2. Factores que inciden en la actitud socialmente responsable

a. Conceptualización de la responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial ha sido estudiada desde una amplia diversidad de disciplina y ámbitos empresariales, generándose, por un lado, un caudal conceptual importante, pero al tiempo una profusión terminológica (García –Maza, 2004) que ha terminado por enrarecer el panorama de estudio y aplicación de sus teorías.

Uno de los inconvenientes identificados para que se genere esta confusión terminológica reside en el hecho que cada investigador asume la responsabilidad social empresarial desde su propia perspectiva (Valor & Hurtado, 2009), e incluso, como lo corrobora Ramiro (2009), se define desde ópticas diferentes según se trate de una multinacional, una organización no gubernamental (ONG), un sindicato o una escuela de negocio. Además, todavía se discute si la RSC se trata de una teoría, movimiento, filosofía o una tendencia (Arenas & María, 2010).

El problema no solo radica en la concepción desde diferentes ámbitos, sino también en que dentro de la responsabilidad social empresarial tienen cabida un gran número de perspectivas. Se pueden encontrar teorías asociadas desde la sostenibilidad, el marketing, la comunicación, la ética y la economía, entre

muchos otros. Para Mullerat (2010), el problema radica en variados aspectos, entre ellos el principal se refiere a que se trata de una teoría relativamente nueva, con muchas caras y diversas visiones sobre un mismo fenómeno. Pero la dificultad más importante proviene de que la responsabilidad social empresarial ha sido utilizada en tan diversos contextos que ésta ha perdido todo su significado (Freeman, 1998).

La significación de responsabilidad social corporativa (RSC) o empresa socialmente responsable (RSE) ha pasado de ser un concepto abstracto y mal entendido, a ser un apellido que otorga prestigio a las empresas que deciden adoptarlo. Las empresas han adoptado y adaptado esta concepción con el objetivo de seguir lucrándose con sus actividades empresariales, pero poseyendo un argumento perfecto para venderse ante una sociedad cada vez mejor educada en temas sociales y medioambientales: ser socialmente responsable o, lo que es lo mismo, buena con el entorno más próximo que le rodea y en el que crece (Gómez & Martínez, 2016).

Se puede afirmar que una empresa es socialmente responsable cuando su modelo de actuación promueve el desarrollo de prácticas transparentes en el foro interno y externo de la empresa, marco de actuación que no solo se limita al área de confort de la organización sino a un saber hacer ético. Los códigos éticos y corporativos deben ser accesibles y comunicados correctamente ante todos los públicos de una empresa (Gómez & Martínez, 2016).

b. El origen de la responsabilidad social empresarial

Según Lozano (1999) se puede considerar el inicio de la responsabilidad social empresarial sumado al impacto originado por el calvinismo en la medida en que ambos contribuyeron a la identificación de la empresa con la maximización de los beneficios. De este modo, si se toma como base la teoría de Lozano, la responsabilidad social empresarial tendría ya un largo recorrido, lo que la hace una disciplina bastante madura, por lo menos desde una consideración cronológica. En contraposición, Navarro (2008) asegura que la responsabilidad social empresarial establece sus antecedentes históricos varios siglos atrás en

los orígenes de las organizaciones que conjugaron capital y trabajo para generar riqueza y beneficio.

Villalonga & Server (2006) al interpretar como las empresas privadas en Estados Unidos reconocen que también son responsables de los riesgos sanitarios de sus trabajadores. En la misma época, pero en una perspectiva distinta, Marín (2008) expresa que la responsabilidad social empresarial solo surge en el momento en que las empresas comienzan a asumir sus responsabilidades en el marco de un mundo globalizado. Y desde una orientación más académica, Hernández et al. (2007) advierte que es en este momento cuando se producen las primeras contribuciones teóricas relevantes sobre el concepto de responsabilidad social empresarial en su sentido moderno. Aunque no hay consenso entre investigadores sobre el momento exacto en que surge la RSC, se puede advertir que son múltiples las razones y las circunstancias por las que ha pasado este concepto para convertirse en lo que significa hoy en día en los ámbitos académicos y empresariales. Ahora, para complementar el marco histórico, se dará paso a una visión general de las etapas cronológicas más reconocidas de la RSC.

c. La evolución de la responsabilidad social empresarial

A pesar de que no existen episodios marcados y definidos de la evolución de la responsabilidad social empresarial de manera oficial, se pueden establecer algunos momentos de cambio, que algunos autores han señalado como posibles etapas por las que la responsabilidad social empresarial ha ido evolucionando. En uno de los casos Yepes, et al. (2007), toman como base estudios de otros investigadores para señalar la existencia de seis etapas: fase precursora (1776-1900), fase filantrópica (1900-1950), fase crítica (1950-1967), fase de problemas (1967-1973), fase de reconocimiento (1973-1980), y fase de compromiso (1980-actualidad). Como hecho digno de mención se interpreta que estos investigadores toman fechas exactas, basadas en acontecimientos reconocidos de orden empresarial. Por otro lado, Garrigues y Trullenque (2008) asumen tres etapas, con una postura mucho más concreta, y a las que han denominado como responsabilidad social empresarial desintegrada,

responsabilidad social empresarial comunicativa y responsabilidad social empresarial estratégica.

En una perspectiva diferente, la de las multinacionales, Ramiro (2009) no precisa etapas, sino que basa su propia teoría en fechas concretas como por ejemplo el año 1976, en el que se publican las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para empresas multinacionales, o la manera como en 1995 la empresa Shell es denunciada por su impacto ecológico y social en Nigeria. De todos los investigadores analizados, quienes pueden materializar una visión más aglutinadora son Araque & Montero (2006), quienes optan por etapas separadas por décadas, lo que permite una visualización exacta de los procesos por los que ha transcurrido la responsabilidad social empresarial, y en la cual se tienen en cuenta además aspectos relacionados con la ética, la investigación, el desarrollo conceptual o la injerencia de los directivos.

d. La actualidad de la responsabilidad social empresarial

Hollender & Breen (2010), indican que es indudable que la época que vive la responsabilidad social empresarial en la actualidad está influenciada por factores de gran importancia, que no solo están afectando a las empresas, a las organizaciones, o a los medios, sino también a la sociedad misma. Aunque estos factores pueden ser variados, se consideran cuatro elementos que están permeando constantemente el desarrollo de la responsabilidad social empresarial. Estos son: la ética, la globalización de la crisis económica, las comunicaciones y los valores intangibles; con una condición que hace que estos elementos sean aún más relevantes: el hecho de que todas están íntimamente relacionadas.

Ramiro (2009) refiere que la ética ha sido utilizada de manera recurrente por parte de grandes y pequeñas organizaciones, como caballo de batalla desde la estrategia de comunicación y marketing, pero con una precaria aplicación práctica en la gestión empresarial. Este hecho, sumado a la falta de ética de los dirigentes, provocó una gran avalancha de escándalos, en especial de multinacionales, que han sido ampliamente referenciados en la literatura

empresarial y económica, tales como Shell, Mitsubishi, Arthur Andersen, Nike, Parmalat, Exxon, News of theWorld, Enron, British Petroleum, entre otras. Estos escándalos empresariales terminaron por socavar la confianza de los stakeholders (Miralles, 2006), y sobre todo provocaron la puesta a prueba de la responsabilidad social empresarial como práctica responsable (Vives, 2010).

Incluso Fundación Alternativas (2009) entiende que la crisis económica se convierte en una prueba de fuego para medir la verdadera relevancia de la responsabilidad social empresarial dentro de las compañías, lo que supone un momento de ruptura, en el que la ética y la labor de la RSC ya no son parte de la denominada “moda pasajera”. Ahora se han convertido en una prioridad de las compañías, de tal forma que la crisis termine generando un efecto “limpieza”, como lo interpreta Arenas (2010), cuando asegura que los sacrificados serán los programas costosos, mal ideados, meramente decorativos y que crean poco valor para la sociedad y para la empresa.

e. Ética empresarial

- La ética asociada a la responsabilidad social empresarial

La ética empresarial ha sido asociada a una forma de desarrollar acciones de responsabilidad social empresarial. Como se mencionó anteriormente, muy a menudo la responsabilidad social empresarial se confunde con las acciones éticas de las empresas. Sin embargo, el problema no subyace en la dicotomía terminológica, o en la etimología de los conceptos, sino en la manera en que algunos teóricos (Cortina, 2006; Garay & Sánchez, 2006; Stoll, 2008; Tascón, 2008; Ramiro, 2009; Doane, 2010; Mercader, 2010) han considerado que las acciones éticas complementadas con la puesta en marcha de acciones de responsabilidad social empresarial son más un lavado de cara que busca generar beneficios aumentando el valor intangible de la marca.

Las organizaciones que han optado por implementar la RSC como un lavado de cara han entendido que la ética empresarial es una oportunidad para contrarrestar los efectos de una crisis de imagen o para aumentar el valor de sus intangibles. Esta actuación, que Mercader (2010) denomina como “Business ethics” y que Ramiro (2009) llama “cosmética de los negocios” puede provocar

importantes perjuicios a las empresas, ya que en el momento en que los stakeholders reconocen una acción de esta índole reaccionan y su poder se evidencia, no solo en la pérdida de usuarios o consumidores, sino, y aún más importante, en posibles boicots y divulgación de sus malas políticas en las redes sociales y en los medios de comunicación masiva.

- Problemas éticos y responsabilidad social empresarial

La falta de ética empresarial ha sido uno de los factores más importantes para la generación de crisis que han tenido que afrontar un número importante de empresas en los últimos años. Algunas han alcanzado grandes magnitudes, sobre todo por el nuevo poder de los stakeholders, el uso de las TIC y una globalización caracterizada por una situación de interdependencia en donde lo que ocurre en un lugar influye en las vidas de personas en todo el mundo (Bauman, 2010).

Según Miralles (2006), estos problemas de orden empresarial han incitado la mirada de los medios de comunicación, de los gobiernos y sobre todo de los stakeholders, pues es innegable que el auge actual de la responsabilidad social empresarial encuentra una de sus razones en los escándalos que han sacudido el mundo empresarial en los últimos años. Uno de los aspectos más graves de estos casos es el hecho que los malos manejos y las faltas éticas parecen ser generalizadas, es decir, no han respetado tipos de organizaciones, no han respetado tampoco países de procedencia, ni mucho menos dimensiones de dichas empresas.

La idea de Ráfols (2007) de la necesidad de ser una empresa ética en vez de hacer ética en la empresa cobra cada día mayor vigencia. Dadas estas circunstancias, las empresas deberán reconocer cuál es la mejor manera de llevar a cabo sus acciones de RSC, cómo vincularlas de una manera ética y cómo comunicarlas a sus stakeholders.

f. Impacto de la responsabilidad social empresarial

Yepes, et.al. (2007) indica que las prácticas de responsabilidad social empresarial son acciones que están tomando impulso a nivel mundial, y últimamente ha cobrado fuerza en Latinoamérica. Por eso, hay que destacar que

la comprensión moderna de la responsabilidad social empresarial tiene su origen en Europa y los Estados Unidos.

Flores&Peinado (2007) refiere que los casos en que se han incorporado prácticas de responsabilidad social no siempre se han limitado a esfuerzos de tipo individual, sino que en algunas ocasiones han involucrado a grupos de empresarios de una misma industria, a gobiernos o a otros actores. Incluso, en muchos casos, la responsabilidad social se ha aplicado producto de las presiones del entorno en donde operan las empresas.

f.1. Impacto de la responsabilidad social empresarial en América Latina

El asistencialismo y la filantropía han sido y son aún características tradicionales en países de la región, pues siempre han surgido ante la necesidad de cubrir la falta de presencia del Estado para solucionar diversas necesidades de la comunidad donde operan las empresas. En medio de dicha tradición, la práctica de la RSE viene creciendo en Latinoamérica. Uno de los países más destacados es Brasil, pionero en incorporar la RSE a sus modelos de gestión, al igual que Chile.

En Brasil, cerca de 500 empresas ofrecen reportes públicos siguiendo las líneas propuestas por el Instituto Ethos (llamados "balance social"), la Bolsa de Valores de San Paulo ha iniciado una clasificación de empresas similar al Dow Jones Sustainability Index, que refleja el compromiso con la RSE de empresas cuyas acciones son transadas en bolsa, y el tema de la RSE hace parte de la agenda pública del sector privado, la sociedad civil y el gobierno. Grandes empresas locales, como Natura, por ejemplo, no solo publica reportes de sostenibilidad siguiendo las guías de la Global Reporting Initiative (GRI) sino que efectivamente han integrado la RSE como parte de su estrategia empresarial. La responsabilidad social empresarial surge en Latinoamérica a principios del siglo XX. Su concepción como parte de la gestión de negocios y dentro de un concepto integral es un tema con casi 10 años de presencia en la región.

En este contexto, Social Enterprise Knowledge Network (SEKN)(2004) detalla las siguientes etapas:

- **Etapa filantrópica;** se trata del tipo más tradicional y habitual de relaciones entre las organizaciones de la sociedad civil y empresas. Se refiere a las relaciones basadas en las donaciones de dinero o en especie que realizan las compañías, en respuesta a los pedidos de las organizaciones. El nivel de compromiso y recursos es relativamente bajo, con escasa frecuencia, administración sencilla y sin fines estratégicos. El donante corporativo tiene mentalidad benefactora y el receptor sin fines de lucro, una actitud agradecida.
- **Etapa transaccional:** Una cantidad significativa de empresas ha avanzado hacia esta etapa posterior, en la cual, la interacción tiende a concentrarse en actividades más específicas, que involucran un importante intercambio bilateral de valor. Los beneficios para ambas partes no son necesariamente los mismos. La relación pasa a ser importante para las misiones y estrategias de cada una de las instituciones. Esta etapa abarca actividades tales como programas de marketing de causas, auspicios de eventos, proyectos especiales y actividades de voluntariado de empleados.
- **Etapa integrativa:** Una cantidad menor, aunque creciente, de colaboraciones evoluciona hasta convertirse en alianzas estratégicas, con misiones conjuntas, estrategias sincronizadas y valores compatibles. Las organizaciones comienzan a interactuar con mayor frecuencia y desarrollan una mayor cantidad y variedad de actividades en común. Se multiplican los tipos y cantidades de recursos institucionales utilizados. Las competencias básicas no sólo se aplican, sino que convergen para crear combinaciones únicas de alto valor.

f.2. Impacto de la responsabilidad social empresarial en Estados Unidos

Navarro (2009), reseña que en Estados Unidos existe una larga tradición de filantropía corporativa, de compañías que realizan donaciones a entidades benéficas. La mayoría de las principales fundaciones actuales surgieron de la beneficencia de hombres de negocios y sus riquezas corporativas: Rockefeller, Mellon, Ford, Gates, Kellogg, Packard, entre otros. Todas las compañías importantes realizan donaciones a las ONG.

Sin embargo, el mayor desarrollo del concepto de responsabilidad social corporativa, tal y como se concibe actualmente, se ha hecho notar a finales del

siglo XX a raíz de sonados escándalos financieros en importantes empresas (Enron, WorldCom, Parmalat, etc.) unido a prácticas poco ortodoxas en los procesos de fabricación con flagrantes incumplimientos de los derechos humanos y laborales, favorecidos por el fenómeno de la globalización. Es entonces que adquirió relevancia documentos como los Informes Olivencia (1998) y Aldama (2003), los cuales consolidan el auge de la responsabilidad social corporativa y los códigos de buen gobierno, que han desembocado en el Código Unificado de Buen Gobierno.

En 2002, las corporaciones norteamericanas donaron un total de US\$ 12.200 millones en efectivo y especies a organizaciones benéficas. Este monto representó un aumento real de 8,8% en comparación con el año anterior. No obstante, se ha observado un giro significativo, que ha transformado las típicas relaciones basadas en la “entrega de cheques” en modelos de interacción más amplios y profundos. Las nuevas modalidades de colaboración involucran flujos de recursos bilaterales, y generan a sus protagonistas y a la sociedad mayor valor que las relaciones tradicionales.

Este crecimiento hacia formas de colaboración más robustas, no es un fenómeno exclusivo de Estados Unidos, también ha surgido en otros países del mundo. Por ejemplo, en un estudio realizado en la República de Sudáfrica, el 48% de las corporaciones estudiadas tenía alianzas con organizaciones de la sociedad civil (y 30% con el gobierno). También se observa el mismo fenómeno en muchos países europeos y en Japón.

Empresas para la Responsabilidad Social (Business for Social Responsibility, BSR), la principal organización de los Estados Unidos, establecida en la ciudad de San Francisco, desempeñó un papel importante en la provisión de modelos para las organizaciones latinoamericanas, y fue su asesora en las primeras etapas. Todas ellas han constituido una alianza, a través de Empresa, cuyo Consejo de Administración está formado por los líderes principales de BSR, Instituto Ethos, Perú 2021, Prince of Wales International Business Leaders Forum (Foro Internacional de Líderes Empresariales Príncipe de Gales) de Inglaterra, Fundemas (El Salvador), Empresa Privada para la

Responsabilidad Social (Panamá). Acción Empresarial (Chile) y Cemefi (México).

f.3. Impacto de la responsabilidad social empresarial en Europa

Fernández & Martínez (2003), consideran que en Europa la responsabilidad social ha empezado con un cierto retraso, muy al contrario de lo ocurrido en Estados Unidos, y con importantes diferencias entre los países europeos. Cabe simplemente citar como ejemplo, el fuerte impulso que ha tenido en el Reino Unido, frente a las propuestas todavía incipientes en España.

Una fecha clave para la responsabilidad social en Europa ocurrió en 1993 cuando el presidente Delors hizo un llamado para luchar contra la exclusión social. Su importancia radica en la fuerte repercusión que tuvo en la iniciativa privada, desembocando en el desarrollo de redes europeas de empresas. Habrá que esperar todavía unos años hasta marzo de 2000 para que se haga una referencia explícita a la Responsabilidad Social. En marzo de ese año, el Consejo Europeo de Lisboa resaltó la necesidad para el desarrollo de la Responsabilidad Social de las empresas, de que se establezcan buenas prácticas en educación, formación continua, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inserción social y desarrollo sostenible (Fernández & Martínez,2003).

El compromiso europeo de renovación de la política económica y social tuvo un fuerte impulso en el Consejo Europeo de Gotemburgo en junio de 2001. En este Consejo se aprobó una estrategia para el Desarrollo Sostenible y, además se añadió una dimensión ambiental a los acuerdos anteriores, especialmente importante para completar la estrategia de Lisboa en materia de Responsabilidad Social.

Fernández & Martínez (2003), sostienen que para ello la Comisión propuso una serie de medidas que completan la estrategia de Gotemburgo con una perspectiva internacional. Entre las mismas cabe destacar:

- El comercio al servicio del desarrollo sostenible

Se deberá mejorar la integración de los países en desarrollo en la economía mundial dentro del marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Se

contribuirá a que los países en desarrollo se beneficien del sistema mundial de comercio, modificando el Sistema de Preferencias Generalizadas y los acuerdos bilaterales y regionales de acuerdo con criterios de sostenibilidad. Se promoverá que las empresas asuman estrategias de Responsabilidad Social.

- **Lucha contra la pobreza y fomento del desarrollo social:** se propone reducir la pobreza extrema en el mundo antes de 2015.
- **Gestión sostenible de los recursos naturales y medioambientales;** en particular las acciones se centrarán en los sectores del agua, el suelo, la energía y la biodiversidad.
- **Aumento de la coherencia en las políticas de la UE;** diseñar un sistema de valoración de los efectos económicos, sociales y medioambientales de las acciones comunitarias y proseguir en la adaptación de las políticas orientadas al Desarrollo Sostenible.
- **Fijación del desarrollo sostenible;** se plantea como objetivo incrementar la ayuda pública al desarrollo al 0,7 por 100 de la renta nacional bruta y, paliar la deuda de los países pobres muy endeudados. Un paso definitivo, fue la publicación del “Libro Verde, Promover un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, en 2001 y, la Comunicación de la Comisión de 2002 relativa a la Responsabilidad Social de las empresas, en los cuales finalmente se aborda el tema de Responsabilidad Social propiamente dicho.

1.3.3. La entidad prestadora de servicios y alcantarillado

a. Las empresas prestadoras de servicios

Según el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2005) las Entidades Prestadoras de Servicios (EPS), son las encargadas de la producción, distribución y comercialización de agua potable, así como la recolección, tratamiento y disposición final de las aguas servidas. Por estos servicios se cobran tarifas y se toman todas las acciones necesarias para que dichos servicios sean sostenibles en el tiempo.

Savedoff&Spiller (2000) indican que la estructura actual del sistema de EPS que atienden a nivel provincial es consecuencia del proceso de municipalización

implementando en los últimos seis meses del gobierno de Alan García y profundizado en la primera etapa del gobierno de Alberto Fujimori. Se esbozan factores políticos como los principales determinantes de la municipalización de las EPS y la desaparición del SENAPA (Servicio de Agua Potable y Alcantarillado), el cual centralizaba la toma de decisiones y el manejo de los servicios de agua y alcantarillado de las grandes ciudades. De esta forma, a pesar de los beneficios de una reestructuración horizontal de los servicios, los factores políticos al parecer pesaron más que los económicos.

De acuerdo a la Ley General de Servicios de Saneamiento y al Texto Único Ordenado del Reglamento de la mencionada ley, las EPS se rigen por criterios fundamentales que ordenan su accionar e influyen en su conducta. Desde el punto de vista corporativo, toda entidad prestadora de servicios que supere las 10 mil conexiones se debe constituir como una sociedad anónima, y su capital social, y las acciones que lo representan, serán emitidas a nombre de las municipalidades de los distritos que conforman cada una de las provincias. Esta repartición de acciones se hace de acuerdo al porcentaje de población que tiene cada distrito, en relación al total. Esto genera un incentivo a que los distritos más poblados se vean favorecidos a través de sus representantes en la Junta General de Accionistas, órgano máximo de las entidades prestadoras de servicios. El Directorio de las EPS es a su vez elegido por la Junta General de Accionistas y el Gerente General es elegido por el Directorio. De esta manera, las jurisdicciones más pobladas tendrán mayor poder dentro de cada entidad prestadora de servicios.

Si bien es el regulador el encargado de conducir el Sistema Tarifario, la normativa establece que son las EPS las encargadas de aprobar y aplicar las tarifas. En este sentido, el regulador no puede ejercer un poder coercitivo sobre las EPS ni obligarlas a cobrar mayores precios sobre sus servicios. El marco normativo que rodea la operación de las EPS se puede prestar a un uso político de las tarifas y de las empresas.

b. El regulador

La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS), creada en 1992, es un organismo descentralizado adscrito a la Presidencia del Consejo

de Ministros que se guía por el objetivo general de normar, regular, supervisar y fiscalizar la prestación de los servicios de saneamiento, cautelando en forma imparcial y objetiva los intereses del Estado, de los inversionistas y del usuario.

Complementarios al objetivo general, se reconocen en total siete objetivos específicos, de los cuales es importante señalar el tercero: Propiciar, mediante las tarifas, la consecución y mantenimiento del equilibrio económico-financiero de las Empresas Prestadoras, así como su eficiencia y la expansión de los servicios.

b.1. Principales funciones de la SUNASS son

- Fijar las tarifas de los servicios que brindan las empresas.
- Dictar reglamentos, directivas y normas aplicables a la empresa y los usuarios.
- Supervisar el cumplimiento, imponer sanciones y medidas correctivas como parte de su función fiscalizadora.
- Resolver controversias y reclamos de los usuarios a través del Tribunal Administrativo de Solución de Reclamos de los Servicios de Saneamiento (TRASS).

El encargado de aprobar la política general de la SUNASS y a su vez encargado de aprobar el régimen tarifario es el Consejo Directivo. Una Comisión de Evaluación elige a los cinco (05) miembros que conforman el Consejo Directivo, dos a propuesta de la Presidencia del Consejo de Ministros, uno a propuesta del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, otro a propuesta del Ministerio de Economía y Finanzas y otro a propuesta del INDECOPI, es decir, se trata de un cargo político que cuenta con la confianza del Poder Ejecutivo. La Comisión de Selección le presenta máximo tres candidatos al Presidente del Consejo de Ministros, los cuales son luego presentados al Presidente de la República. Siguiendo el Artículo 16°, el Presidente de la República designa al miembro o a los miembros del Consejo Directivo de los Organismos Reguladores (SUNASS en nuestro caso) mediante Resolución Suprema.

c. Bienes públicos

Nicholson (2010) precisa que los bienes públicos se caracterizan por dos atributos fundamentales: la no exclusividad y la no rivalidad. Este tipo de bienes

se asume como los producidos por los gobiernos, en tanto no son adecuados para los mercados privados. La mayoría de bienes privados pueden ser excluyentes en la medida que los usuarios pueden excluir al resto de usuarios de los beneficios de consumir dicho bien. En el caso de los bienes públicos, la exclusión del resto de usuarios es demasiado costosa como para implementarse, tal es el caso de las carreteras, o de la defensa nacional por ejemplo. En el caso de los bienes públicos, los beneficiarios no necesariamente son los que pagan por él. Un bien público no excluyente plantea problemas para los mercados, porque las personas caen en la tentación de que otro se encargue de pagar.

Los bienes no rivales son aquellos que permiten ofrecer beneficios a usuarios adicionales, con cero costo social marginal, esto significa que el consumo adicional del bien por parte de un usuario no reduce la capacidad de consumo de otras personas. Si bien algunos bienes públicos pueden tener una propiedad pero no la otra, la definición más aceptada de bienes públicos recae en aquellos bienes que tengan ambas propiedades, y por lo tanto el mercado privado no puede producirlos en cantidades adecuadas.

El agua es considerada un bien público a pesar de que existe un costo (la mayoría de veces oneroso) por la provisión a usuarios adicionales. Sin embargo, el agua actúa como no excluyente una vez instalado el servicio en piletas públicas o sistemas de consumo masivo, y como no rival si es que la provisión del agua viene de una fuente de abastecimiento continuo (por ejemplo si es una ciudad pequeña con un río cercano). Asimismo, alrededor del mundo hay buenos ejemplos de compañías privadas encargadas del abastecimiento de agua a grandes ciudades.

La sociedad tiende a organizarse alrededor de fuentes seguras y continuas de agua apta para el consumo y uso (restricción superada en los últimos años gracias a grandes proyectos de infraestructura), y por las características de este abastecimiento más probable es que sea eficiente que un solo operador maneje su producción y distribución. La naturaleza privada o pública del operador dependerá de las condiciones políticas, sociales y económicas para tal situación.

d. Estructura organizacional de las empresas prestadoras de servicio

La estructura organizacional de las empresas prestadoras de servicio, con las diferencias propias del tamaño y complejidad de sus operaciones, es similar en todo el país. Las empresas prestadoras de servicio realizan actividades: operacionales, comerciales, de inversión y administrativas. La tecnología utilizada por cada empresa, condiciona su estructura organizacional y la complejidad de sus procesos, el mayor nivel de contacto del cliente se produce en las dos primeras.

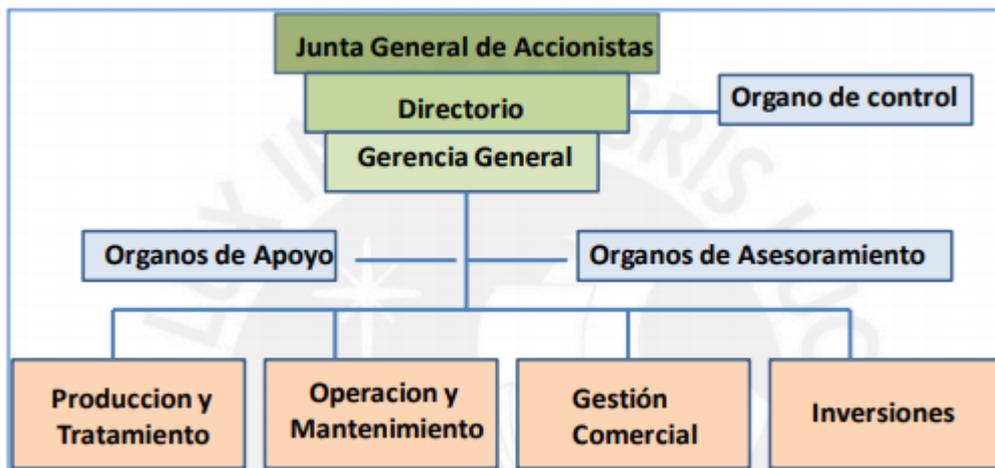


Figura 1: Organigrama típico de una EPS

Fuente: Paredes (2017).

e. Procesos organizacionales

Las actividades operacionales comprenden la captación y transporte de agua cruda hasta la planta de producción de agua potable; conducción, almacenamiento y distribución hasta el consumidor final; recolección de aguas residuales hasta la planta de tratamiento, la evacuación de los efluentes líquidos y la disposición final de excretas.

Estas actividades tienen dos procesos de producción:

1. El que recibe el agua cruda y la convierte en potable.
2. El que recibe el agua residual y la devuelve a la naturaleza con características diferentes.

La operación de los sistemas de distribución de agua potable y recolección de aguas residuales, no han sido construidos para ser gestionados con elevados estándares de automatización, las incidencias, tienen gran repercusión en la

población y tienen una relación directa con el posicionamiento de las EPS en relación a la calidad de servicios, la población asume que todas las emergencias son producto de una deficiente operación.

Las actividades comerciales se inician con la venta de una nueva conexión a los no clientes, siguen las de lectura o medición de consumo, facturación, distribución de recibos y cobranza estas actividades como se mencionó son las que generan mayor contacto con el cliente. La tecnología de gestión comercial privilegia la relación entre la EPS y los organismos encargados del control y supervisión del Estado.

Una actividad que las EPS abordan de forma diferente, en tanto puede realizarse por terceros o por la misma empresa, es la relacionada a las inversiones, su magnitud depende de los ingresos propios y de los que se gestionen en los diferentes niveles de gobierno. La modalidad de ejecución de las inversiones está normada, condiciona las políticas de la EPS y se plasma en la estructura organizacional.

Las actividades administrativas, de planificación, asesoría legal, relaciones públicas y de control, son desarrolladas con las particularidades propias de cada EPS, el margen y la capacidad para implementar sistemas modernos de gestión son los mismos que se observan en toda la administración pública, con altos niveles de centralización y dependencia.

f. Procesos de contacto con el cliente en las empresas prestadoras de servicio

Las empresas prestadoras de servicio desarrollan diversos procesos que inciden en la calidad de servicio, las actividades presenciales tienen mayor importancia en la percepción de la calidad, que es condicionada por las opiniones de líderes y los medios de información. Los eventos coyunturales también influyen en la calificación que los clientes tienen de las EPS, como demuestran los estudios realizados por el PAS, tanto los clientes como los no clientes tienen una opinión negativa de las EPS, que se fundamenta precisamente en los procesos de contacto.

Los procesos en los cuales el cliente participa o es afectado, son fuente potencial de reclamos y malestar. Estos procesos reciben poca atención al momento de asignar recursos.

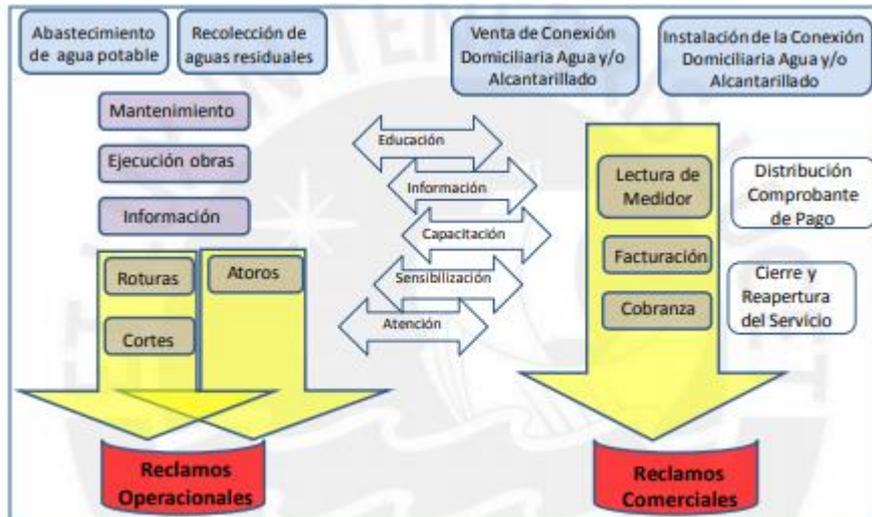


Figura 2: Procesos cercanos al cliente en la EPS

Fuente: Paredes (2017).

g. Instrumentos de gestión; las empresas prestadoras de servicio elaboran diversos planes institucionales como: estratégico, de inversiones, operacional, de compras, entre otros; tienen diversos instrumentos de gestión como: TUPA, manuales, reglamentos, directivas; utilizan software general y especial para actividades comerciales, operacionales y de inversiones; cada una de las EPS ha desarrollado tecnología de atención al cliente y procedimientos de respuesta con altos niveles de independencia.

El nivel de automatización de los procesos es diverso y podría decirse que su desarrollo está en función a la capacidad económica y a la cercanía de los directivos y funcionarios con los centros de decisión política. A pesar que todas las EPS realizan los mismos procedimientos y requieren soporte tecnológico similar, es poco frecuente emprendimientos corporativos para el desarrollo o adquisición de tecnología, por tanto se puede observar soluciones diferentes para problemas similares.

El PMO es preparado para un horizonte de treinta años, que es aprobado, luego de un largo proceso técnico y participativo, cada cinco años, “contiene las proyecciones económicas financieras a costo eficiente de las operaciones de la

EPS, y la programación de las inversiones ligada a incrementos tarifarios. Regula débilmente las relaciones de agencia. La elaboración del PMO está sustentada en los indicadores de gestión actuales y futuros, por tanto son utilizados como meta y control. En esencia el plan combina las necesidades de inversión futura con la capacidad de las EPS de generar flujos económicos, siendo la tarifa el elemento articulador.

El incremento de tarifas está condicionado al cumplimiento de las metas acordadas y es autorizada previo informe de conformidad. Una rápida revisión de los PMO muestra una vez más el énfasis de las inversiones orientadas a la ampliación de la cobertura y la ausencia de la voz de los clientes en la planificación.

h. Indicadores nacionales

La SUNASS es la entidad pública que registra, audita y publica los indicadores de gestión de las EPS, la información presentada corresponde al análisis del reporte a diciembre del 2011, se observa que:

1. El patrimonio neto de todas las EPS asciende a 5,227 millones de soles, el 70% corresponde a la ciudad de Lima.
2. La mitad del patrimonio de las EPS del interior del país está concentrado en las EPS de Arequipa, Chiclayo, Trujillo y Cusco, dentro de cada EPS se reproduce esta situación con sus administraciones zonales.

La cobertura de agua potable para las grandes ciudades es cercana al 90%, para las medianas y pequeñas 80%; en alcantarillado es 80% y 70% para los dos grupos. Desde el año 1995 el promedio nacional de las coberturas de agua y alcantarillado presentan una tendencia creciente, la primera se ha incrementado en 14 puntos y la segunda 21 puntos porcentuales, ambas por encima de la tasa de crecimiento poblacional en el mismo periodo; el crecimiento del alcantarillado en las ciudades medianas y pequeñas ha sido mayor porcentualmente que en las otras categorías, pero aún no alcanza a los promedios nacionales.

Las 50 EPS producen anualmente 1,300 millones de m³ de agua potable (el 50% en la ciudad de Lima) para un mercado de 3'186,809 conexiones, de las cuales el 61.5% tiene medidor de consumo. En la ciudad de Lima no se factura el 39% del agua producida y en el resto de ciudades del país el promedio es 46%, en varias EPS las pérdidas superan el 60% y en otras son menores a 30%. Los indicadores evidencian un sistema operativo en promedio ineficiente, la calidad del servicio por razones operacionales está garantizada, las EPS no están en condiciones de ofrecer servicios con altos estándares de calidad.

La calidad del producto agua potable está garantizada, así se desprende al observar los resultados de los muestreos permanentes realizados por las EPS y supervisados por SUNASS. La turbiedad y cloro residual alcanzan un nivel de cumplimiento del 100% para SEDAPAL y las empresas grandes; y entre el 97 y 99% para las otras categorías. El agua que se entrega a la población cumple con los requisitos de potabilidad; pero como veremos más adelante la percepción de la población referida a la calidad del agua potable basada en los sentidos, no muestra los mismos resultados.

Además de la calidad del agua potable hay otros factores que impactan positivamente en la calidad del producto, estos son la continuidad y presión. Los indicadores que impactan en forma negativa, porque condicionan la conducta, son la micro medición y consumo por habitante día.

i. Clasificación de las empresas prestadoras de servicios de saneamiento (EPS)

Las empresas prestadoras de servicios de saneamiento tienen la responsabilidad de suministrar los servicios de saneamiento en el ámbito geográfico determinado en los contratos de explotación celebrados por una o más Municipalidades Provinciales o por el Gobierno Nacional; o mediante contratos de concesión u otro documento. Asimismo, el reglamento de la Ley de Saneamiento clasifica a las EPSS de acuerdo a la población urbana dentro de su ámbito de responsabilidad bajo el criterio que las normas y los esquemas de regulación económica que sean aplicados a éstas consideren la responsabilidad

potencial que tienen sobre el tamaño de población que administran. De esta manera las EPSS son clasificadas en:

- Empresa de Saneamiento de mayor tamaño cuando la población urbana sea mayor a cuarenta mil (40 000) habitantes.
- Empresa de Saneamiento de menor tamaño cuando la población urbana esté entre cuarenta mil uno (40 001) y sesenta mil (60 000) habitantes.
- Pequeña empresa de saneamiento cuando la población urbana esté entre quince mil uno (15 001) y cuarenta mil (40 000) habitantes.

Las empresas prestadoras de servicios públicos de saneamiento en las últimas dos décadas han incrementado la cobertura del servicio de agua potable, es así que la cobertura promedio del servicio de agua potable pasó de 69%, en el año 1996, a 89%, en el año 2011.

j. Filosofía empresarial de responsabilidad social

Una filosofía empresarial de responsabilidad social con enfoque ambiental, podría considerarse una propuesta de actitud, gestión y comportamiento con bases filosóficas no lineales, complejas, necesarias y pertinentes para una época globalizada, cambiante, que busca afanosamente disminuir injusticias y desigualdades entre los seres humanos que forman parte de esa gran empresa que es la naturaleza.

La filosofía empresarial de responsabilidad social no puede quedar reducida a un modelo cuya aplicación pretenda mostrar la verdad o el camino indicado para el logro de los fines de los grupos de interés; tampoco puede esperarse que alguno de los elementos o componentes de la filosofía tenga preponderancia sobre los demás, pues la validez de la filosofía radica en que lo que importan son las relaciones de los elementos, sus resultados conjuntos como productos de las interacciones; incluso, cabe advertir que alguno de los elementos podría sobrar, o que falte otro, asunto que la misma dinámica y participación dialógica de los stakeholders habrá de definir, factor que confirma la legitimidad de la filosofía. Creer y esperar lo contrario es, caer peligrosamente en el reduccionismo que tanto se ha criticado y atacado a lo largo del trabajo.

La empresa socialmente responsable no se alinear  con ninguna religión, será una empresa no confesional y por tanto no le exigirá a ninguno de los stakeholders que practique alguna creencia en particular, pero busca y logra acuerdos mínimos de valores, para una satisfacción razonable de las expectativas de todos. La filosofía empresarial de responsabilidad social con enfoque ambiental es la consecuencia de la interacción sistémica de un conjunto de factores, unos globales y otros específicos que est n presentes en la realidad de cada empresa, lo que permite deducir sus componentes (Hill & Jones, 2000).

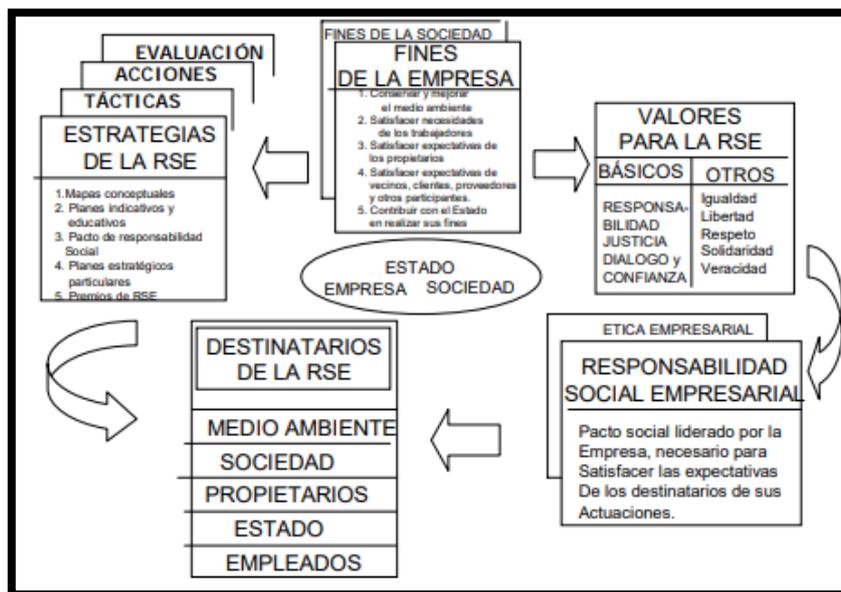


Figura 3: Filosofía Empresarial de Responsabilidad Social

Fuente: Hill & Jones (2000)

La empresa es la institución básica para la realización de los fines de la sociedad. La empresa ha demostrado que los anhelos humanos de progreso y aprovechamiento de la ciencia y la tecnología, son más factibles en virtud a su presencia y realizaciones. Sin embargo, los resultados obtenidos no han sido equitativos, ni justos, ni su cobertura ha abarcado a la mayoría de la humanidad. Por tanto, se requieren unos ajustes, unas modificaciones al sentido y realizaciones de la empresa.

Se requiere un cambio radical de enfoque, de manera que el fin no sea exclusivamente el interés del dueño y sus expectativas, sino todos los grupos de interés. Tendríamos entonces unos fines al estilo del imperativo categorico

kantiano, donde el hombre no sería medio sino fin, pero que no cometa el error kantiano de disponer de la naturaleza de manera ilimitada. Por el contrario que su interrelación sea tutelada bajo el principio del desarrollo sostenible. En tal sentido, el medio ambiente será parte de los fines, comoquiera que los daños causados al medio afectan a las personas.

De otra parte, los fines de la empresa han de ser compatibles con los fines de la sociedad, incluso desarrollarlos, pues en caso de haber conflicto entre los fines de la sociedad y los fines de la empresa, estaríamos por fuera del ámbito de la legalidad, siendo inviable su realización. Los fines de la empresa deben considerar todos los actores y afectados con las operaciones empresariales, es decir aquellos comprendidos en la trilogía sociedad, estado y sector privado, en donde está la empresa, cuyos componentes con sus interacciones forman un todo indivisible.

1.4. Formulación del Problema

¿Cuáles son los factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017?

1.5. Justificación

La orientación fundamental de la investigación es hacer tomar conciencia de la importancia del desarrollo de planes estratégicos y programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que se deben tener en el interno y entorno de la empresa de agua y saneamiento EMAPAT, con todos los involucrados en esta actividad, el medio ambiente y el desarrollo sostenible y de esta manera mejorar las condiciones y calidad de vida en la sociedad a la que se sirve. La responsabilidad social empresarial (RSE) se puede definir como el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar, y el mejoramiento de la calidad de vida. Es un asunto en donde la empresa no sólo ha de tener una visión empresarial, sino también una visión social para optimizar sus resultados en un contexto dado.

- **Valor teórico;** la presente investigación tiene un valor teórico motivado a que, brinda conocimiento en responsabilidad social empresarial (RSE) a todas las

personas que lo consulten; le informa desde los orígenes del tema hasta la actualidad, sirve de consulta de autores y bibliografía en caso de que se quiera ampliar los temas tratados; por otra parte, la investigación da a conocer la situación actual de la responsabilidad social empresarial (RSE) de EMAPAT con el medio ambiente en los servicios públicos domiciliarios, los programas que actualmente se desarrollan y el campos administrativo, como es el caso de la planeación estratégica, las entidades con las que se asesoran, la asignación de recursos económicos y de personal.

- **Relevancia social:** Indudablemente la responsabilidad social de las empresas son un conjunto de decisiones estratégicas de las empresas que están orientadas a impactar positivamente a terceros involucrados, es decir, son las acciones de la organización para influir en la sociedad en la que existe. Por lo tanto, la empresa puede tener un conjunto de beneficios que le permitan su sostenibilidad en el largo plazo o renovarse a largo plazo en forma automática. El desarrollo sostenible se fundamenta en la premisa satisfacción de necesidades en el presente sin comprometer la capacidad para satisfacer las necesidades de las generaciones futuras. Este trabajo aporta a nivel profesional una visión de responsabilidad social empresarial con todos los factores, comprometidos con tecnologías y producciones limpias, con economías más equilibradas y justas, con mayor participación de todos los medios de producción que intervienen en la actividad económica que desarrolla la empresa, respetando de una manera ética a los demás, generando transparencia en los procesos que se desarrollan. Además que servirá de base para la realización de otras investigaciones relacionadas con esta temática.
- **Implicaciones prácticas:** En la búsqueda de mejorar la actitud socialmente responsable de las entidades prestadoras de servicios, este trabajo busca orientar a las entidades prestadoras de servicios para mejorar la gestión operativa permitiendo gestionar y analizar la información espacial, que surge como resultado de la necesidad de disponer rápidamente de información para resolver problemas y contestar a preguntas de modo inmediato.

- **Utilidad metodológica:** La investigación aporta con un proceso metodológico que permite conocer las variables, dimensiones e indicadores con los que se puede medir el tema de responsabilidad social empresarial (RSE), utilizando para ello una adecuada operacionalización de variables que permiten desarrollar oportunamente los instrumentos de investigación, desde el punto de vista mixto es decir, cualitativa y cuantitativamente. Esto permite conocer las características de las acciones de la responsabilidad social empresarial de EMAPAT.
- **Conveniencia:** Este estudio resulta de gran utilidad para dar a conocer información referida a la responsabilidad social empresarial de las entidades prestadoras de servicios y alcantarillado de forma concreta y con bases científicas, de las graves repercusiones que ocasiona para la sociedad la falta de políticas de actitud socialmente responsable, la economía y el desarrollo y de la importancia que el gobierno hayan comenzado a adoptar una posición más firme ante este problema y a plantearse modalidades de acción viables y eficaces para mejorar estos aspectos que repercuten significativamente en la población.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos, el impacto de la responsabilidad socialmente responsable, las inversiones sociales en un contexto competitivo, el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado y la Filosofía empresarial de responsabilidad social pueden considerarse factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

1.6.2. Hipótesis nula (H₀)

Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos, el impacto de la responsabilidad socialmente responsable, las inversiones sociales en un contexto competitivo, el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado y la Filosofía empresarial de responsabilidad social no pueden

considerarse factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

1.6.3. Hipótesis específicas

H¹- Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

H²- El impacto de la responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

H³- Las inversiones sociales en un contexto competitivo puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

H⁴ –El Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

H⁵ –La filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Determinar y analizar cuáles son los principales factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

1.7.2. Específicos

- Determinar y analizar si la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- Determinar y analizar si el impacto de la responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- Determinar y analizar si las inversiones sociales en un contexto competitivo pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- Determinar y analizar si el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- Determinar y analizar si la filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

II. METODO

2.1. Diseño de Investigación

El diseño de la presente investigación es el diseño explicativo secuencial; este diseño se lleva a cabo en dos fases distintas interactivas. Se inicia el diseño con la recogida y análisis de los datos cuantitativos que tiene la prioridad en la dirección de las preguntas de investigación. Seguidamente se recogen y analizan los datos cualitativos en base a los resultados primeros de la fase cuantitativa. El investigador interpreta cómo los resultados cualitativos ayudan a explicar los resultados cuantitativos iniciales.



Dónde:

M : Muestra (trabajadores y usuarios de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado EMAPAT – Puerto Maldonado, 2017).

Variable independiente – Factores

Variable dependiente – Actitud socialmente responsable

r : Relación de las variables

2.1.1. Tipo de investigación

La investigación por su tipo es no experimental; señala Kerlinger (2002) que esta se basa en la búsqueda sistemática y empírica donde el investigador no tiene posibilidad de controlar las variables independientes, puesto que sus acciones ya se dieron o bien porque estas no pueden ser manipuladas. Mientras que, para Hernández, et. al. (2004); la investigación no experimental es aquella en que la variable independiente no se manipula puesto que está ya se dio. Las deducciones acerca de las relaciones que existen entre variables se dan sin la influencia o intervención directa observando esas relaciones tal como estas ocurren en su entorno natural).

La investigación es aplicada; suele denominarse también investigación empírica o práctica, y está caracterizada porque pretende el uso o aplicación de los conocimientos ya adquiridos, al mismo tiempo que se van adquiriendo otros nuevos, luego de la implementación y sistematización de la práctica apoyada en investigación (Murillo, 2008).

2.2. Variables, Operacionalización

2.2.2. Variables

a) Variable independiente: Factores

Aunque los factores pueden ser variados en la percepción de los factores que inciden en la responsabilidad social de las empresas, se considera que ha evolucionado debido a los mercados más competitivos y con mayores inversiones; la legislación y los rápidos avances tecnológicos; el fácil acceso a la información; la presión de los consumidores exige ser planificada; el desarrollo de una filosofía empresarial de responsabilidad etc. Estos hechos se observan en la evolución de las teorías que explican la razón de ser de las empresas, desde la primera aportación de Bowen en el año 1953, y pasan de un enfoque que defiende la maximización de las ganancias de las empresas (Friedman, 1970) a otra perspectiva que reclama la coordinación de los objetivos de las empresas con las expectativas de diferentes stakeholders, tanto internos como externos (Freeman, 1984).

Variable dependiente: Actitud socialmente responsable

La significación de responsabilidad social corporativa (RSC) o empresa socialmente responsable (RSE) ha pasado de ser un concepto abstracto y mal entendido, a ser un apellido que otorga prestigio a las empresas que deciden adoptarlo. Las empresas han adoptado y adaptado esta concepción con el objetivo de seguir lucrándose con sus actividades empresariales, pero poseyendo un argumento perfecto para venderse ante una sociedad cada vez mejor educada en temas sociales y medioambientales: ser socialmente responsable o, lo que es lo mismo, buena con el entorno más próximo que le rodea y en el que crece (Gómez & Martínez, 2016).

Se puede afirmar que una empresa es socialmente responsable cuando su modelo de actuación promueve el desarrollo de prácticas transparentes en el foro interno y externo de la empresa, marco de actuación que no solo se limita al área de confort de la organización sino a un saber hacer ético. Los códigos éticos y corporativos deben ser accesibles y comunicados correctamente ante todos los públicos de una empresa (Gómez & Martínez, 2016).

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable independiente: Factores	<p>Aunque los factores pueden ser variados. La percepción de los factores que inciden en la responsabilidad social de las empresas ha evolucionado debido a los mercados más competitivos y con mayores inversiones; la legislación y los rápidos avances tecnológicos; el fácil acceso a la información; la presión de los consumidores exige ser planificada; el desarrollo de una filosofía empresarial de responsabilidad etc. Estos hechos se observan en la evolución de las teorías que explican la razón de ser de las empresas, desde la primera aportación de Bowen en el año 1953, y pasan de un enfoque que defiende la maximización de las ganancias de las empresas (Friedman, 1970) a otra perspectiva que reclama la coordinación de los objetivos de las empresas con las expectativas de diferentes stakeholders (Freeman, 1984).</p>	<p>La percepción de los factores determinantes que inciden en la responsabilidad social de "EMAPAT", se operacionalizó con cinco dimensiones desde el punto de vista de los pobladores y usuarios y directivos de la empresa, son la Ley N°30640, el impacto de la empresa socialmente responsable, las inversiones sociales en un contexto competitivo, el Plan maestro municipal de agua y alcantarillado y la filosofía empresarial de responsabilidad social.</p> <p>Tienen una incidencia significativa en la responsabilidad social de la Empresa Municipal.</p>	Ley N° 30640	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acceso al agua (regulación) ▪ Satisfacción de necesidades primarias ▪ Participación ciudadana en toma de decisiones ▪ Efectos agua: calidad, cantidad y oportunidad ▪ Fomenta el fortalecimiento institucional ▪ Fomento del desarrollo técnico del usuario ▪ Programas de sensibilización a la sociedad civil ▪ Promoción y respeto a la inversión privada 	<p>Ordinal de tipo Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Totalmente de acuerdo. ▪ De acuerdo ▪ Regularmente de acuerdo. ▪ En desacuerdo. ▪ Totalmente en desacuerdo.
			Impacto de la empresa socialmente responsable	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplimiento a la legislación ambiental ▪ Correcto uso de los recursos ▪ Beneficios en su entorno ▪ Tiene enfoque socialmente responsable ▪ Gestión con impacto social y ambiental ▪ Compromiso: actitud socialmente responsable 	
			Inversiones sociales en un contexto competitivo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inversiones sociales competitivas. ▪ Inversiones de sostenibilidad ambiental ▪ Inversiones de sostenibilidad social ▪ Políticas de credibilidad y transparencia ▪ Acceso a financiamiento ▪ Gestión de riesgos potenciales ambientales 	
			Plan maestro municipal de agua y alcantarillado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de plan de manejo de agua ▪ Necesidad de un plan maestro ▪ Implementación de normas de calidad del agua ▪ Autonomía empresarial ▪ Gobernabilidad y transparencia 	
			Filosofía empresarial de responsabilidad social	<ul style="list-style-type: none"> ○ Responsabilidad social con enfoque ambiental ▪ Actitud a la mejora y conservación ambiental ▪ Certificación de procesos y productos ▪ Comprensión de la dinámica y problema social ▪ Paradigmas sociales ▪ -Solución de problemas sociales 	

Fuente: Elaboración Propia

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>Variable dependiente: Actitud socialmente responsable</p>	<p>La significación de responsabilidad social corporativa (RSC) o empresa socialmente responsable (RSE) ha pasado de ser un concepto abstracto y mal entendido, a ser un apellido que otorga prestigio a las empresas que deciden adoptarlo. Las empresas han adoptado y adaptado esta concepción con el objetivo de seguir lucrándose con sus actividades empresariales, pero poseyendo un argumento perfecto para venderse ante una sociedad cada vez mejor educada en temas sociales y medioambientales: ser socialmente responsable o, lo que es lo mismo, buena con el entorno más próximo que le rodea y en el que crece (Gómez & Martínez, 2016).</p>	<p>Esta variable ha sido operacionalizada a través de 5 dimensiones: competitividad responsable, sensibilidad social, cumplimiento de la legislación, preservación del medio ambiente y vinculación con la comunidad; lo que nos permitirá determinar y analizar cuáles son los principales factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017. Para su posterior medición se aplicará un cuestionario constituido por 25 ítems y una entrevista acorde a las dimensiones analizadas.</p>	<p>Competitividad responsable</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reforzar las empresas ▪ Afianzar el bienestar social ▪ Gestión del capital humano ▪ Implantación de soluciones ▪ Sanciones económicas 	<p>Ordinal de tipo Likert</p> <p>Excelente Bueno Regular Malo</p>
			<p>Sensibilidad social</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interacciones sociales ▪ Normas sociales ▪ Rendimiento grupal ▪ Problemas sociales ▪ Actitudes solidarias ▪ Sentimiento de pertenencia 	
			<p>Cumplimiento de la legislación</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervisión de cumplimiento ▪ Fijar tarifas ▪ Resolver controversias ▪ Brindar servicios ▪ Dictar reglamentos ▪ Buenas Prácticas ▪ Nivel de compromiso 	
			<p>Preservación del medio ambiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuidado del entorno ▪ Normas ambientales ▪ Fomentar valores ▪ Organismos especializados ▪ Generaciones futuras ▪ Energías limpias 	
			<p>Vinculación con la comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beneficiarios ▪ Cero costo social ▪ Servicio público ▪ Desarrollo de la sociedad ▪ Causas sociales ▪ Bienestar público ▪ Programas de apoyo 	

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

La población de esta investigación para el extremo cualitativo, los trabajadores y usuarios de la EMAPAT – Puerto Maldonado, 2017.

La población para el extremo cuantitativo, lo conforman los pobladores de Puerto Maldonado, 2017; como queda precisado en la tabla siguiente:

Tabla 1

Distribución de trabajadores, usuarios y pobladores de la EMAPAT de Puerto Maldonado, 2017.

	CONDICION	SEXO		TOTAL
		Hombres	Mujeres	
Cualitativa	Trabajadores	72	43	115
	Usuarios	38 823	30 504	69 327
	TOTAL			69 442
Cuantitativa	Pobladores	57 683	41 769	99 452
	TOTAL	-	-	99 452

Fuente: Portal web de EPS EMAPAT, S.A. / INEI, 2017.

2.3.2. Muestra

Bavaresco (2006), refiere que cuando se hace difícil el estudio de toda la población, es necesario extraer una muestra, la cual no es más que un subconjunto de la población, con la que se va a trabajar.

La muestra para el extremo cualitativo, queda conformada por 10 trabajadores de EMAPAT DE Puerto Maldonado, año 2017; los mismos que son fueron considerados a conveniencia de autor.

Para la muestra cuantitativa se usará el muestreo aleatorio simple, que es el que resulta de aplicar un método por el cual todas las muestras posibles de un determinado tamaño tengan la misma probabilidad de ser elegidas (Bavaresco, 2006). La fórmula que se aplicó fue la siguiente:

$$n_0 = \frac{Z^2 N . p . q}{(N - 1) E^2 + Z^2 . p . q}$$

Dónde:

n_0 = Tamaño de la muestra inicial

N = Población = 99 452

Z = Nivel de confianza (Dist. Normal = 1.96

E = Error permitido ($\alpha = 5\%$) = 0.05

p = Probabilidad de éxito = 0.5

q = Probabilidad de fracaso = 0.5

Remplazando valores:

$$n_0 = \frac{(99\ 452)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(99\ 452 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n_0 = 382$$

De esta forma, la muestra queda compuesta por 10 trabajadores de la EPS EMAPAT y por 382 personas entre usuarios y pobladores de Puerto Maldonado, año 2017; como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2

Distribución de la muestra de trabajadores, usuarios y pobladores de la EMAPAT de Puerto Maldonado, 2017.

	CONDICION	SEXO		TOTAL
		Hombres	Mujeres	
Cuantitativa	Pobladores	100	100	200
	Usuarios	100	72	172
	TOTAL			
Cualitativa	Trabajadores	6	4	10
	TOTAL	206	176	382

Fuente: Portal web de EPS EMAPAT, S.A. / INEI, 2017.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas

Las técnicas que se utilizaron en la investigación son las siguientes:

- **La encuesta.** Es una técnica de investigación mediante la cual los sujetos proporcionaron información acerca de si mismos en forma activa. Según Méndez (1995), la encuesta permitió el conocimiento de las motivaciones, actitudes, opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación. Esta técnica se considera pertinente en la investigación ya que permitió obtener información de la muestra seleccionada, con la finalidad de determinar y analizar cuáles son los principales factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- **La entrevista.** Es una técnica que permitió tener una interrelación de dialogo con los trabajadores de la EPS EMAPAT, seleccionados para la investigación. La entrevista es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un

cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio (Báez & Sequeira, 2006).

2.4.2. Instrumentos

Los instrumentos que se usaron son los siguientes:

- **El cuestionario.** Es uno de los instrumentos más utilizados para recolectar datos. Elaborado sobre la base de un conjunto de preguntas cerradas, se aplicará a los usuarios de EMAPAT y pobladores de puerto Maldonado, año 2017; seleccionados en la muestra. A través de su aplicación, se recogió información sobre las variables en estudio: factores y actitud socialmente responsable. Según Hurtado (2000) un cuestionario es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información.

El cuestionario referido a la variable independiente: Factores; está compuesta por 5 dimensiones: Ley N° 30640 de Recursos Hídricos, Inversiones sociales, contexto competitivo, Plan maestro, Filosofía empresarial, totalizando 25 ítems.

El cuestionario referido a la variable dependiente: actitud socialmente responsable; posee 5 dimensiones: competitividad responsable, sensibilidad social, cumplimiento de la legislación, preservación del medio ambiente y vinculación con la comunidad; las que hacen un total de 25 ítems.

- **Guía de entrevista.** En la guía de entrevista de la presente investigación se usaron preguntas abiertas, debidamente estructuradas de acuerdo a las dimensiones propuestas para los cuestionarios de cada una de las variables. De acuerdo con León (2006) la guía para la entrevista es una herramienta que permite realizar un trabajo reflexivo para la organización de los temas posibles que se abordaran en la entrevista. No constituye un protocolo estructurado de preguntas. Es una lista de tópicos y áreas generales, a partir de la cual se organizarán los temas sobre los que tratarán las preguntas.

2.4.3. Validación y confiabilidad del instrumento

El instrumento de recolección de datos debe resumir dos requisitos esenciales: validez y confiabilidad. Con la validez se determina la revisión de la

presentación del contenido, el contraste de los indicadores con los ítems (preguntas) que miden las variables correspondientes.

- La validez de los instrumentos de recolección de datos

Se estima la validez como el hecho de que una prueba sea de tal manera concebida, elaborada y aplicada y que mida lo que se propone medir. Para Baechle&Earle (2007) la validez es el grado en que una prueba o ítem de la prueba mide lo que pretende medir; es la característica más importante de una prueba. La validez de los instrumentos de recolección de datos, fue realizada por dos expertos en investigación del área de Gestión Pública y Gobernabilidad.

- Dr. Carlos Alberto Noriega Ángeles

- Dr. Pedro Otoniel Morales Salazar

- Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

La confiabilidad es la medida del grado de consistencia o veces de repetición de una prueba. Una prueba tiene que ser fiable para ser válida, porque los resultados muy variables tienen muy poco significado (Baechle&Earle, 2007). Los instrumentos fueron sometidos a una prueba piloto de observación, para lo cual se tomó a 20 personas entre trabajadores, usuarios de la EPS EMAPAT y pobladores de Puerto Maldonado, 2017; y se determinó la confiabilidad con el Coeficiente de Alfa de Cronbach mediante el uso del software de estadística SPSS V23.

Según George & Mallery (1995) mencionan que el coeficiente del Alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptables, si tomara un valor entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre, si se situara entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel débil; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel aceptable; en el intervalo 0,8 – 0,9 se podría calificar como un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente.

2.5. Métodos de análisis de datos

Los métodos usados para realizar el análisis de datos cuantitativos obtenidos fueron los siguientes:

- **Estadística descriptiva**

- Matriz de puntuaciones de las dimensiones de las variables: factores y actitud socialmente responsable.
- Construcción de tablas de distribución de frecuencias.
- Elaboración de figuras estadísticas.

- **Estadística inferencial**

- Para el procesamiento y obtención de los resultados de los estadísticos descriptivos y la contrastación de las hipótesis, se utilizó el software de estadística para ciencias sociales (SPSS V23).
- Se usó la Prueba de Kolmogorov - Smirnov con un nivel de significancia al 5%, para analizar la distribución de la muestra tanto en las variables como en sus dimensiones.

Para los datos cuantitativos, el procedimiento fue el siguiente:

La información obtenida a través de las entrevistas tuvo un tratamiento inicial de selección y análisis posterior acorde a las dimensiones y a los objetivos establecidos para la presente investigación. Por tanto, se obtuvieron resultados que posteriormente tuvieron la discusión correspondiente y que además condujeron a emitir algunas conclusiones.

Se usó además el software para metodologías cualitativas Atlas ti 8.5.

El análisis de la información recolectada debe seguir una secuencia y un orden (Álvarez-Gayou, 2005). Este proceso se resume en los siguientes pasos: obtener la información, capturar, transcribir y ordenar la información, codificar la información y finalmente integrar la información.

2.6. Aspectos Éticos

En esta investigación se protegió la identificación de los sujetos que participen en el estudio, tomando en consideración los siguientes aspectos éticos:

- Garantía del derecho a la intimidad de los sujetos: se tomaron las medidas apropiadas para evitar el acceso de personas no autorizadas a los datos obtenidos en la investigación. El investigador tuvo la obligación de prever

el destino final de los datos de forma que se garantice el anonimato y la intimidad de los sujetos.

- Consentimiento informado: se solicitó la autorización necesaria a los trabajadores, beneficiarios de EPS EMAPAT y pobladores de puerto Maldonado, para realizar el estudio logrando su participación en forma voluntaria.
- Participación voluntaria, libre e informada de los sujetos: implicó el consentimiento libre e informado del sujeto de participación después de recibir la información adecuada acerca de la naturaleza y finalidad de la investigación, los objetivos, los métodos, los beneficios calculados y los posibles riesgos o incomodidades que pueda implicar.
- Respeto a la dignidad, convicciones e intimidad del sujeto: Se trató a los sujetos participantes con el mayor respeto a su dignidad, creencias, intimidad y pudor.
- Responsabilidad individual del investigador: el investigador tuvo la responsabilidad de asegurar el bienestar de los sujetos participantes en las actividades de investigación.

III. RESULTADOS

La responsabilidad social de las empresas es observada por los gobiernos, investigadores y organismos con relación a su compromiso con el cuidado del medio ambiente, el apoyo a la sociedad y a su desarrollo económico. Por lo cual, las empresas deben implementar estrategias éticas y responsables con sus diferentes grupos de interés: socios, capital humano, clientes, comunidad, proveedores, autoridades gubernamentales y organismos. Se entiende entonces que para un actuar responsable de la empresa deben existir unas condiciones tanto de libertad, como de voluntad y de conciencia para la toma de las decisiones, es decir, la empresa debe tener conciencia de sus decisiones y sus consecuencias, además estas deben ser tomadas de forma voluntaria y libres. Lo que hace a la responsabilidad social un tema tanto actual como importante para las empresas, y aun más que actual e importante, lo que lo hace urgente, son las mismas exigencias del mercado. Ahora las empresas tienen que asumir sus responsabilidades, lo que les significa responder por sus decisiones ante ese mercado que ahora es tan exigente, que no perdona irresponsabilidades sociales. Esto se refiere a que la empresa que no cumpla con las exigencias del mercado difícilmente sobrevivir en él.

Una vez realizado el recojo de los datos producto de la aplicación de los instrumentos previamente elaborados (encuesta y cuestionario), se realizó el procesamiento y tabulación de los mismos para los datos cuantitativos, así como la clasificación y codificación para los cualitativos; esto de acuerdo con los objetivos e hipótesis propuestas; siendo con este criterio necesario el uso de metodología cuantitativa y análisis estadístico, de la misma forma la metodología cualitativa. Los datos han sido ordenados de forma tal que permitan cumplir con los objetivos de la investigación y principalmente con el objetivo general, el mismo que pretende determinar y analizar cuáles son los principales factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017. En las tablas que se presentan a continuación se encuentran los resultados obtenidos por cada una de las hipótesis.

3.1. Prueba de hipótesis general

Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos, el impacto de la responsabilidad social, las inversiones sociales en un contexto competitivo, el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado y la Filosofía empresarial de responsabilidad social pueden considerarse factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Tabla 3

Tabla comparativa de los factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Niveles	Pobladores		Usuarios		Total	
	P	%	P	%	P	%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Regulamente de acuerdo	10	5	10	6	20	5
De acuerdo	167	83.5	125	72.5	292	79
Totalmente de acuerdo	23	11.5	37	21.5	60	16
Total	200	100	172	100	372	100

Fuente: Base de **datos (2018)**

Interpretación: en la tabla antes mostrada se puede observar que el 83.5% de los pobladores considera que está de acuerdo en que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos, el impacto de la responsabilidad social, las inversiones sociales en un contexto competitivo, el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado y la Filosofía empresarial de responsabilidad social pueden considerarse factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado **2017**. Mientras que, el 72.5% de los usuarios también está de acuerdo y coincide en que los factores antes mencionados inciden significativamente en la actitud

socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. De forma global el 79% de los encuestados considera que los factores son significativos y tienen incidencia en la actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Por tanto se puede concluir que es fundamental que las empresas de servicios públicos domiciliarios incluyan a la responsabilidad social ambiental como eje de su proyección al futuro, como marco dentro del cual planear y construir organizaciones sostenibles y competitivas. Las empresas de servicios públicos deben presentar gran responsabilidad social con el ambiente, puesto que algunas utilizan como materia prima recursos naturales, por ejemplo la energía y el agua, de recursos no renovables como el gas natural, otras empresas desempeñan actividades de recolección de desechos y basuras para las que se hace importante un buen manejo del ambiente. De ahí la importancia de revisar que están haciendo las empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios para volver sostenible sus insumos y su producción, mostrar un diagnóstico de los planes y programas de responsabilidad social que tienen para disminuir el impacto que generan en el medio ambiente por el desarrollo de sus actividades.

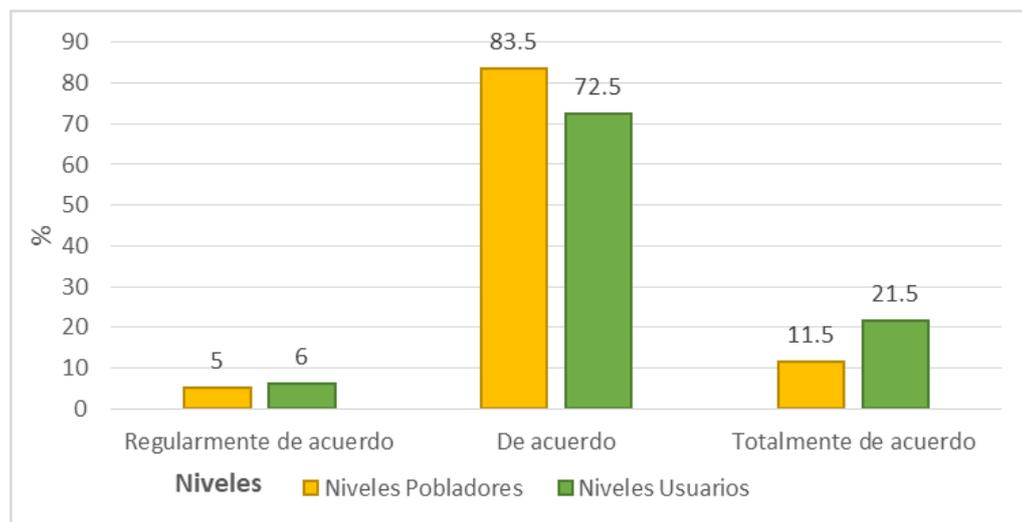


Figura 1. Niveles comparativos de los factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Fuente: Tabla 3

3.2. Prueba de hipótesis específicas

H¹- Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Tabla 4

Tabla comparativa de la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos comofactor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Niveles	Pobladores		Usuarios		Total	
	P	%	P	%	P	%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
En desacuerdo	9	4.5	10	5.8	19	5.1
Regularmente de acuerdo	38	19	25	14.5	63	16.9
De acuerdo	102	51	97	56.4	199	53.5
Totalmente de acuerdo	51	25.5	40	23.3	91	24.5
Total	200	100	172	100	372	100

Fuente: Base de datos (2018)

Interpretación: en la tabla antes mostrada se puede observar que el 51% de los pobladores considera que está de acuerdo en que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. En tanto que, el 56.4% de los usuarios también coinciden en que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. Del total de los encuestados, tenemos que el 53.5% considera que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la

actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta **¿La gestión integrada de los recursos hídricos debería sustentarse en el aprovechamiento eficiente y su conservación, incentivando el desarrollo de una cultura de uso eficiente entre los usuarios y operadores?;** obteniéndose como respuestas que: E1: Por supuesto, debería estar orientada en conservar el recurso del agua de forma responsable, porque el agua es de mucha importancia para la sobrevivencia de la población, al igual que es muy importante que se realicen proyectos en función de educar a la población sobre la importancia del aprovechamiento eficiente del agua. E2: Si, el agua hay que conservarla y darle un buen uso y la empresa realiza esfuerzos por realizar campañas de concientización en las comunidades. E3: Si, porque hay una porción de la población que les llega el agua de forma precaria, no es bueno que la población que se ve beneficiada despilfarre el agua, por ello es importante que se realicen programas de ahorro del agua. E4: Es necesario que la población reciba charlas educativas a fin de mejorar su cultura sustentable, porque ahorrar el agua es tarea de todos. E5: Correcto, es necesario que se elaboren herramientas a fin de crear conciencia en los vecinos de la importancia del vital líquido.

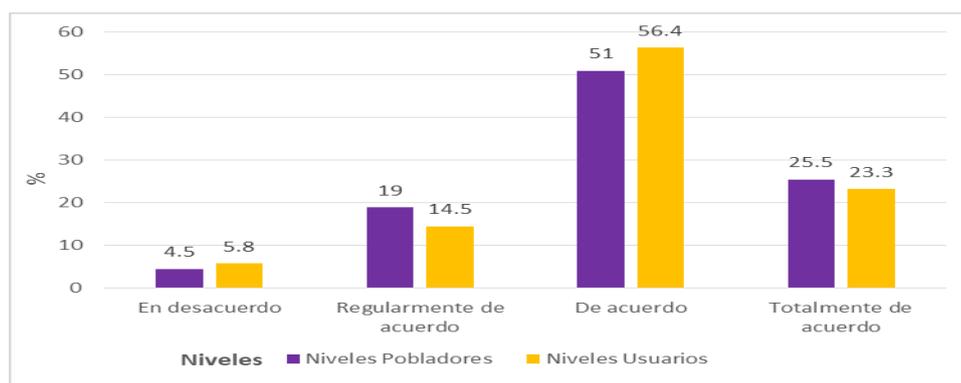


Figura 2. Niveles comparativos de la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos como factor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Fuente: Tabla 4

H² - El impacto de la responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Tabla 5

Tabla comparativa del impacto de la responsabilidad social como factor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Niveles	Pobladores		Usuarios		Total	
	P	%	P	%	P	%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
En desacuerdo	2	1	0	0	2	0.5
Regularmente de acuerdo	36	18	35	20.3	71	19.1
De acuerdo	77	38.5	70	40.7	147	39.5
Totalmente de acuerdo	85	42.5	67	39	152	40.9
Total	200	100	172	100	372	100

Fuente: Base de datos (2018)

Interpretación: En la tabla antes mostrada se puede observar que el 42.5% de los pobladores considera que está totalmente de acuerdo en que el impacto de la responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. De otro lado, el 40.97% de los usuarios considera que solo está de acuerdo en que el impacto de la responsabilidad social es uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado. Del total de los encuestados, el 40.9% de los encuestados considera que está totalmente de acuerdo en que el impacto de la responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable; esto permite aceptar la hipótesis de investigación. A las responsabilidades tradicionales de las empresas se añaden una serie de

demandas relacionadas con el impacto de sus actividades, existiendo un creciente importancia de la responsabilidad social y la vigilancia comprometida y permanente de los actores, para producir un comportamiento ético y responsable en el comportamiento de las empresas.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta **¿Considera usted qué EMAPAT – Puerto Maldonado debería identificar y gestionar de manera transversal los riesgos sociales y ambientales que se generan en torno a su gestión?**; obteniéndose como respuestas que: E1: Si la EMAPAT se debería preocupar por mejorar los procesos organizacionales de la institución para que la comunidad tenga servicio de calidad. E2: Si, la empresa debería estar preparada para enfrentar cualquier problema q se pueda presentar y siempre está pendiente de realizar mantenimientos al sistema hídrico. E3: Si, la empresa se debería preocupar por realizar mantenimientos continuos a fin de evitar cual problema. E4: Si a través de su equipo de trabajo se debería encargar de realizar seguimientos para evitar contratiempos. E5: La EMAPAT debería contar con un grupo de expertos que se preocupen por mejorar cada día los servicios.

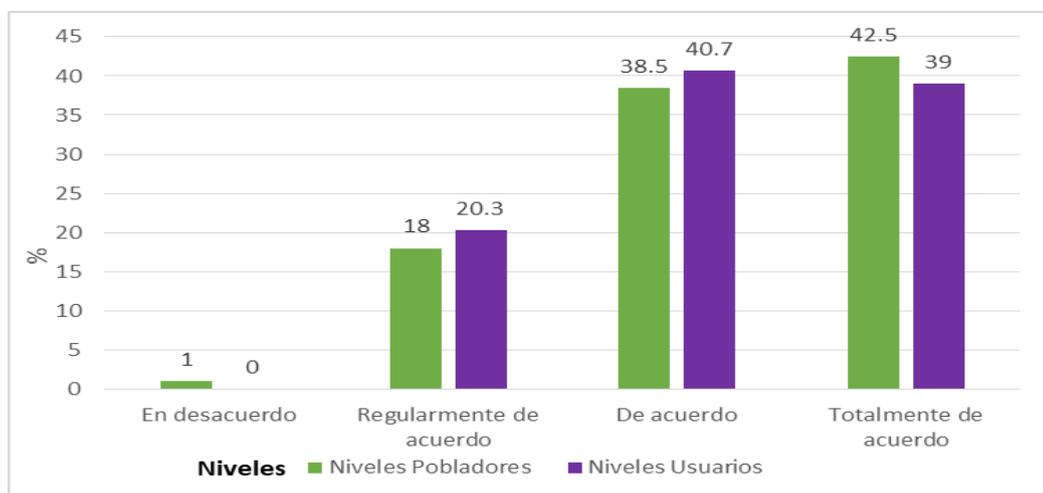


Figura 3. Niveles comparativos del impacto de la responsabilidad social como factor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Fuente: Tabla 5

H³ - *Las inversiones sociales en un contexto competitivo pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.*

Tabla 6

Tabla comparativa de las inversiones sociales en un contexto competitivo comofactor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Niveles	Pobladores		Usuarios		Total	
	P	%	P	%	P	%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0
Regularmente de acuerdo	54	27	35	20.3	89	23.9
De acuerdo	110	55	101	58.7	211	56.7
Totalmente de acuerdo	36	18	36	21	72	19.4
Total	200	100	172	100	372	100

Fuente: Base de datos (2018)

Interpretación: en la tabla antes mostrada se puede observar que el 55% de los pobladores considera que está de acuerdo en que las inversiones sociales en un contexto competitivo pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado, 2017. En tanto que, el 58.7% de los usuarios también está de acuerdo y coincide en que las inversiones sociales en un contexto competitivo pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado. Del total de los encuestados, tenemos que el 56.7% considera que las inversiones sociales en un contexto competitivo pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la

actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta **¿Según su criterio la EMAPAT – Puerto Maldonado debería generar inversiones sociales en un contexto competitivo logrando beneficios para la comunidad?;** obteniéndose como respuestas que: E1: Si, la empresa EMAPAT debe orientar sus resultados en función de mejorar el bienestar de la comunidad. E2: La empresa debe depender de la comunidad debido a que es una empresa prestadora de servicios, y siempre tener como objetivo principal el bienestar de la comunidad. E3: Si, la empresa se debe encargar de realizar laborales a fin de lograr el bienestar en la comunidad. E4: Las inversiones deben realizarse en función de mejorar los servicios para que la comunidad tenga buenos servicios de agua potable y un buen sistema de alcantarillado. E5: Si, a través de sus servicios se debería preocupar por mejorar los servicios que ofrece.

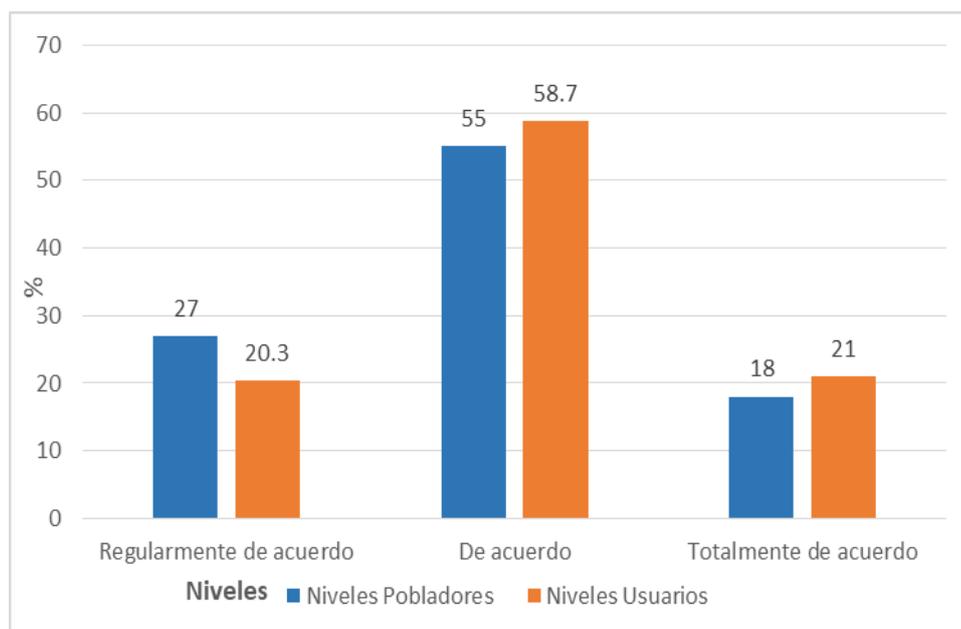


Figura 4. Niveles comparativos de las inversiones sociales en un contexto competitivo como factor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Fuente: Tabla 6

H⁴ –El Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Tabla 7

Tabla comparativa del Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado comofactor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Niveles	Pobladores		Usuarios		Total	
	P	%	P	%	P	%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
En desacuerdo	1	0.5	0	0	1	0.3
Regularmente de acuerdo	53	26.5	40	23.3	93	25
De acuerdo	110	55	101	58.7	211	56.7
Totalmente de acuerdo	36	18	31	18	67	18
Total	200	100	172	100	372	100

Fuente: Base de datos (2018)

Interpretación: En la tabla antes mostrada se puede observar que el 55% de los pobladores considera que está de acuerdo en que el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado es uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. Por su parte, el 58.7% de los usuarios también expresa su acuerdo y coincide en que el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado es uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado. Del total de los encuestados, el 56.7% considera que el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado es uno de los

factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta *¿Considera que la EMAPAT – Puerto Maldonado debe esforzarse por obtener una mejora gradual en la calidad de los servicios de agua potable y alcantarillado?*; obteniéndose como respuestas que: E1: Si, la misión de la EMAPAT debe ser mejorar cada día los resultados para ofrecer calidad en sus servicios. E2: Si, debe estar siempre realizando mantenimiento en los servicios que brinda a la comunidad a fin de lograr la satisfacción comunitaria. E3: Si, desde que la empresa empieza a brindar servicios debe avanzar a fin de mejorar la calidad del agua y el servicio de alcantarillado. E4: Como empresa prestadora de servicios de agua potable debe tener la obligación de mejorar continuamente los procesos operacionales para evitar posibles enfermedades ocasionadas por la contaminación del agua. E5: Si, sus esfuerzos deben ser para lograr brindar servicios con eficiencia y calidad.

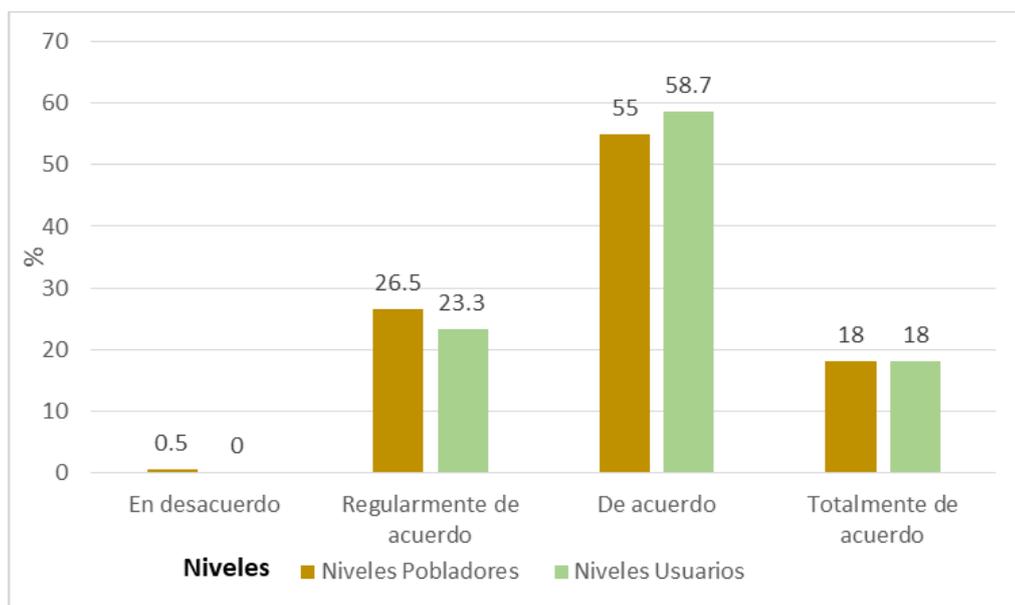


Figura 5. Niveles comparativos del Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado como factor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Fuente: Tabla 7

H⁵ –La filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Tabla 8

Tabla comparativa de la filosofía empresarial de responsabilidad social como factor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Niveles	Pobladores		Usuarios		Total	
	P	%	P	%	P	%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
En desacuerdo	10	5	5	2.9	15	4
Regularmente de acuerdo	35	17.5	25	14.5	60	16.1
De acuerdo	88	44	60	34.9	148	39.8
Totalmente de acuerdo	67	33.5	82	47.7	149	40.1
Total	200	100	172	100	372	100

Fuente: Base de datos (2018)

Interpretación: En la tabla antes mostrada se puede observar que el 44% de los pobladores considera que está de acuerdo en que la filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. Por su parte, el 47.7% de los usuarios está totalmente de acuerdo en que la filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado. Del total de los encuestados, el 40.1% considera que en que la filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de

los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta **¿Cree usted, que los fines de la EMAPAT – Puerto Maldonado deben ser compatibles con los fines de la sociedad?**; obteniéndose como respuestas que: E1: Si, puesto que los fines de la comunidad es tener servicios de calidad y la EMAPAT debe trabajar en función de ese proceso. E2: La comunidad requiere servicios de calidad, porque es importante contar con agua saludable y la EMAPAT debe esforzarse por complacer a la comunidad. E3: Si, porque la comunidad de Puerto Maldonado exige un buen servicio de agua potable y un buen servicio de sistemas de alcantarillado y la EMAPAT debe esforzarse por ir mejorando el servicio continuamente. E4: Si, porque la EMAPAT debe preocuparse porque los habitantes de la comunidad cuenten con agua saludable y servicios de alcantarillados óptimos. E5: La EMAPAT, como empresa prestadora de servicio debe proponer desde sus comienzos prestar servicios para mejorar los niveles de calidad dela comunidad.

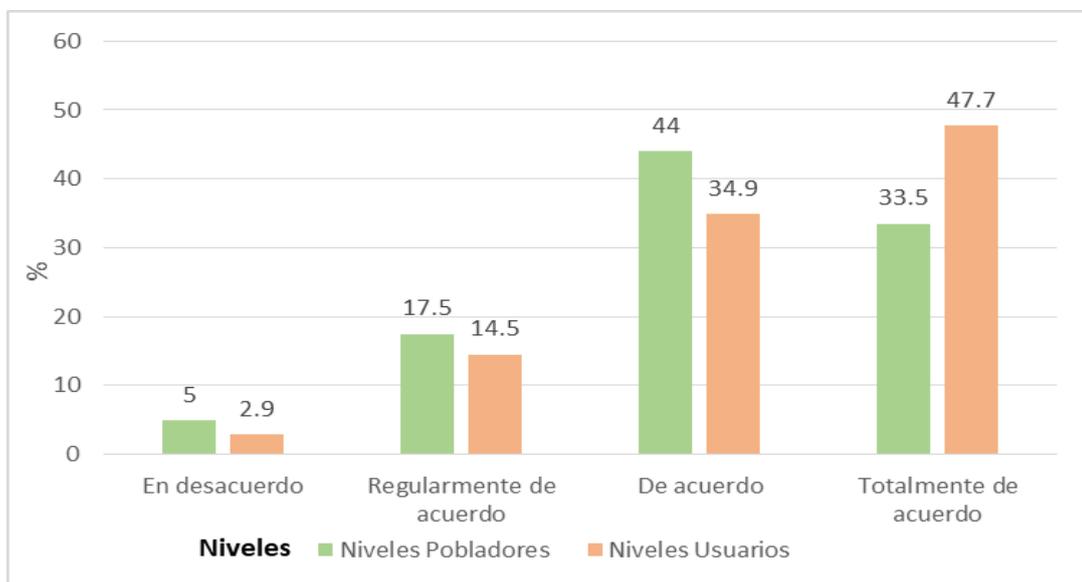


Figura 6. Niveles comparativosde la filosofía empresarial de responsabilidad social como factor que incide en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Fuente: Tabla 8

IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los factores impulsores de la responsabilidad social empresarial se presenta cuando las actividades que benefician a otras personas o grupos hacen parte de una estrategia empresarial, generan ventajas competitivas y contribuyen a asegurar la diferenciación de la empresa frente a los competidores; por ejemplo: trabajar en ambientes de conflicto realizando intervenciones (como el apoyo a grupos comunitarios) orientadas a minimizar ataques a la infraestructura de la empresa; promover la sustitución de productos contaminantes por los productos que fabrica la empresa; integrar los objetivos organizacionales con los de algunos de sus grupos de interés para eliminar acciones ilegales en contra de la compañía, entre otras (Caravedo, 1998).

La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local. Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan.

La actitud socialmente responsable es una oportunidad para mejorar las relaciones entre empresas y sus grupos de interés. Las pequeñas y medianas empresas (pymes) son parte fundamental de las economías más avanzadas y es bien conocida su contribución a la creación de empleo y al Producto Interno Bruto (PIB) de un territorio; por tanto, la RSE tendrá influencia si se aborda desde la pyme, elemento clave de la economía y sociedad. Culturalmente, una pyme muestra actitudes muy cercanas a la RSE por su proximidad a la comunidad y por su tradicional arraigo al entorno local (Royo, 2007).

La sostenibilidad, como elemento clave para el equilibrio social y económico, se traduce en promover beneficios a través de acciones que afirmen que se está haciendo lo correcto para de construir futuro para todos. La responsabilidad social empresarial busca el crecimiento económico sostenible en un contexto complejo y sensible ante el desequilibrio socioeconómico y ante las actividades económicas que causan daño irreversible al planeta. Actualmente se está generando un cambio en el paradigma administrativo que incluye la gerencia del

ambiente, la mayoría de las organizaciones contemplan en sus aspectos estratégicos la forma de minimizar los impactos negativos de su negocio; el efecto ambiental se considera como un elemento constitutivo de la labor de la empresa y, por ello, los efectos de su labor son considerados de manera explícita en los planes estratégicos (Austin, 2003).

El eje fundamental que constituye la implementación de la RSE son los valores, la transparencia y la gobernabilidad, ya que son catalogados como un grupo de interés mediante el cual la organización en todo su conjunto, se compromete a cumplir de manera ética con todas sus actuaciones en la empresa. Para alinear la estrategia y las operaciones diarias de una empresa con la responsabilidad social se requiere el compromiso de ésta con los stakeholders, el cual no se centra en prevenir crisis o suavizar críticas, sino en un compromiso más profundo que los vea como aliados sociales que contribuyan a promover el aprendizaje y la innovación al interior de la empresa, lo que a su vez impulsará el desempeño corporativo.

Es preciso centrarse en resultados tanto dentro como fuera de la empresa, lo cual será una fuente fértil de conocimiento y de información. Ante esto, Rochlin (2005) sugiere que se debe construir una estrategia de negocios que busque una alineación entre el desempeño social, medioambiental y económico de una empresa con su valor de largo plazo, de tal manera que la RSE se vuelva parte del negocio central y se incorpore al corazón de la organización, lo que se logrará a través de una amplia difusión interna del compromiso que la organización tiene con este enfoque.

En la tabla antes mostrada se puede observar que el 83.5% de los pobladores considera que está de acuerdo en que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos, el impacto de la responsabilidad social, las inversiones sociales en un contexto competitivo, el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado y la Filosofía empresarial de responsabilidad social pueden considerarse factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017. Mientras que, el 72.5% de los usuarios también está de acuerdo y coincide en que los factores antes mencionados

inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. De forma global el 79% de los encuestados considera que los factores son significativos y tienen incidencia en la actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Por tanto se puede concluir que es fundamental que las empresas de servicios públicos domiciliarios incluyan a la responsabilidad social ambiental como eje de su proyección al futuro, como marco dentro del cual planear y construir organizaciones sostenibles y competitivas. Las empresas de servicios públicos deben presentar gran responsabilidad social con el ambiente, puesto que algunas utilizan como materia prima recursos naturales, por ejemplo la energía y el agua, de recursos no renovables como el gas natural, otras empresas desempeñan actividades de recolección de desechos y basuras para las que se hace importante un buen manejo del ambiente. De ahí la importancia de revisar que están haciendo las empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios para volver sostenible sus insumos y su producción, mostrar un diagnóstico de los planes y programas de responsabilidad social que tienen para disminuir el impacto que generan en el medio ambiente por el desarrollo de sus actividades.

Por su parte Castillo (1986), considera que **la responsabilidad social supone** que la empresa, en el ejercicio de su función, ha de tomar conciencia de los efectos reales totales de sus acciones sobre el entorno social, internalizando unas pautas de comportamiento que representen una actitud más positiva en la consideración de los valores e intereses sociales. Como consecuencia de este cambio de mentalidad, surgen presiones sobre la institución empresarial, que reclaman un control efectivo de las externalidades y costos sociales generados por la actividad económico-empresarial, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio como único índice expresivo de la eficiencia socio-económica de la entidad.

En tanto que para Amado & Niño (2009), la integración de las empresas y la sociedad, es un factor fundamental para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la amplia comprensión entre las corporaciones y la sociedad, y al mismo tiempo el anclaje de sus estrategias y actividades. Las

empresas exitosas necesitan una sociedad sana. La educación, la salud, y la igualdad de oportunidades son esenciales para una mano de obra productiva, el uso eficiente de los recursos (tierra, agua, energía, recursos naturales) hacen los negocios más productivos, una sociedad sana expande la demanda de los negocios, a medida que las necesidades y las aspiraciones crecen.

En la tabla antes mostrada se puede observar que el 51% de los pobladores considera que está de acuerdo en que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017. En tanto que, el 56.4% de los usuarios también coinciden en que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017. Del total de los encuestados, tenemos que el 53.5% considera que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta ¿La gestión integrada de los recursos hídricos debe sustentarse en el aprovechamiento eficiente y su conservación, incentivando el desarrollo de una cultura de uso eficiente entre los usuarios y operadores?; obteniéndose como respuestas que: E1: Por supuesto, debe estar orientada en conservar el recurso del agua de forma responsable, porque el agua es de mucha importancia para la sobrevivencia de la población, al igual que es muy importante que se realicen proyectos en función de educar a la población sobre la importancia del aprovechamiento eficiente del agua. E2: Si, el agua hay que conservarla y darle un buen uso y la empresa realiza esfuerzos por realizar campañas de concientización en las comunidades. E3: Si, porque hay una porción de la población que les llega el agua de forma precaria, no es bueno que la población que se ve beneficiada despilfarre el agua, por ello es importante que se realicen programas de ahorro del agua. E4: Es necesario que la población reciba charlas educativas a fin de mejorar su cultura sustentable,

porque ahorrar el agua es tarea de todos. E5: Correcto, es necesario que se elaboren herramientas a fin de crear conciencia en los vecinos de la importancia del vital líquido.

La Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos; señala que la Autoridad Nacional, a través del Consejo de Cuenca correspondiente, ejerce funciones de vigilancia y fiscalización con el fin de prevenir y combatir los efectos de la contaminación del mar, ríos y lagos en lo que le corresponda. Puede coordinar, para tal efecto, con los sectores de la administración pública, los gobiernos regionales y los gobiernos locales. Los gobiernos regionales y gobiernos locales, a través de sus instancias correspondientes, intervienen en la elaboración de los planes de gestión de recursos hídricos de las cuencas. Participan en los Consejos de Cuenca y desarrollan acciones de control y vigilancia, en coordinación con la Autoridad Nacional, para garantizar el aprovechamiento sostenible de los recursos hídricos.

En la tabla antes mostrada se puede observar que el 42.5% de los pobladores considera que está totalmente de acuerdo en que el impacto de la responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017. De otro lado, el 40.97% de los usuarios considera que solo está de acuerdo en que el impacto de la responsabilidad social es uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado. Del total de los encuestados, el 40.9% de los encuestados considera que está totalmente de acuerdo en que el impacto de la responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable; esto permite aceptar la hipótesis de investigación. A las responsabilidades tradicionales de las empresas se añaden una serie de demandas relacionadas con el impacto de sus actividades, existiendo una creciente importancia de la responsabilidad social y la vigilancia comprometida y permanente de los actores, para producir un comportamiento ético y responsable en el comportamiento de las empresas.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta ¿Considera usted que EMAPAT – Puerto Maldonado debería identificar y gestionar de manera transversal los riesgos sociales y ambientales que se generan en torno a su gestión?; obteniéndose como respuestas que: E1: Si la EMAPAT debería preocuparse por mejorar los procesos organizacionales de la institución para que la comunidad tenga servicio de calidad. E2: Si, la empresa debe estar preparada para enfrentar cualquier problema q se pueda presentar y siempre está pendiente de realizar mantenimientos al sistema hídrico. E3: Si, la empresa debe preocuparse por realizar mantenimientos continuos a fin de evitar cual problema. E4: Si a través de su equipo de trabajo debe encargarse de realizar seguimientos para evitar contratiempos. E5: La EMAPAT debe contar con un grupo de expertos que se preocupen por mejorar cada día los servicios.

Al respecto Koontz (2010), **la responsabilidad social** de las empresas es en la actualidad un factor necesario para su sobrevivencia debido principalmente al cambio climático y a la afectación del tejido social en muchas sociedades, estas tienen un poder social generado por su misma situación de generadores de empleos y la creación de productos que benefician a la sociedad, y sus decisiones o aportaciones son consideradas por las autoridades. Pero también deben de contribuir a un desarrollo social con valores que permitan un desarrollo sano de la sociedad, que a su vez se convierte en proveedora de mano de obra, y si esta mano de obra esta maleada, es la misma que va a trabajar en la organización con consecuencias e impactos negativos, como exigirle a una sociedad que tenga valores si no se contribuye de manera directa a ello, el gobierno de igual manera debe de asumir su compromiso dando a la sociedad una educación con valores y ética en el comportamiento de los alumnos, y una vez que egresen al campo productivo estos e reproduzcan y beneficien a todos.

En la tabla antes mostrada se puede observar que el 55% de los pobladores considera que está de acuerdo en que las **inversiones sociales** en un contexto competitivo pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado, 2017. En

tanto que, el 58.7% de los usuarios también está de acuerdo y coincide en que las **inversiones sociales en un contexto competitivo** pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado. Del total de los encuestados, tenemos que el 56.7% considera que las inversiones sociales en un contexto competitivo pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta ¿Según su criterio la EMAPAT – Puerto Maldonado debería genera inversiones sociales en un contexto competitivo logrando beneficios para la comunidad?; obteniéndose como respuestas que: E1: Si, la empresa EMAPAT debería orienta sus resultados en función de mejorar el bienestar de la comunidad. E2: La empresa debe depender de la comunidad debido a que es una empresa prestadora de servicios, y siempre tiene como objetivo principal el bienestar de la comunidad. E3: Si la empresa debe encargarse de realizar laborales a fin de lograr el bienestar en la comunidad. E4: Las inversiones que realiza deben estar en función de mejorar los servicios para que la comunidad tenga buenos servicios de agua potable y un buen sistema de alcantarillado. E5: Si, a través de sus servicios debe preocuparse por mejorar los servicios que ofrece.

Generalmente las empresas utilizan como estrategia de vinculación los programas comunitarios, con los cuales se busca generar un impacto social en la cadena de valor. La mayoría de las grandes empresas promueven y apoyan la conformación de pequeñas empresas y cooperativas, con la finalidad de integrar sus proveedores, clientes, representantes y distribuidores. En esta perspectiva, González (2006), señala que, las empresas tienen que recurrir a implementar estrategias o programas enfocados a la sociedad a fin de que ésta les retribuya de alguna forma el costo que ello implica; desde luego, la mejor opción sería la adquisición de los bienes o servicios que les proporciona.

En la tabla antes mostrada se puede observar que el 55% de los pobladores considera que está de acuerdo en que **el Plan maestro de la empresa municipal**

de agua potable y alcantarillado es uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. Por su parte, el 58.7% de los usuarios también expresa su acuerdo y coincide en que el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado es uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado. Del total de los encuestados, el 56.7% considera que el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado es uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta ¿Considera que la EMAPAT – Puerto Maldonado debería esforzarse por obtener una mejora gradual en la calidad de los servicios de agua potable y alcantarillado?; obteniéndose como respuestas que: E1: Si, la misión de la EMAPAT debe ser mejorar cada día los resultados para ofrecer calidad en sus servicios. E2: Si, debería estar siempre realizando mantenimiento en los servicios que brinda a la comunidad a fin de lograr la satisfacción comunitaria. E3: Si, desde que empieza a brindar servicios debe avanzar significativamente a fin de mejorar la calidad del agua y el servicio de alcantarillado. E4: Como empresa prestadora de servicios de agua potable debe mejorar continuamente los procesos operacionales para evitar posibles enfermedades ocasionadas por la contaminación del agua. E5: Si, sus esfuerzos deben lograr brindar servicios con eficiencia y calidad.

De acuerdo con la Sunnas portal web (2018), mediante el Plan Maestro de la Empresa Municipal de Agua se quiere que los servicios de saneamiento sean provistos con los más elevados estándares de calidad, en términos de la seguridad para la salud y bienestar general de las personas, de equidad, promoción de un acceso acelerado a los que menos oportunidades tienen y fundamentalmente un sistema de tarifas que asegure la sostenibilidad económica financiera de las empresas. El agua y el saneamiento son críticos para las diferentes dimensiones de la vida humana, más allá de su propia

subsistencia. La salud, la economía y el medio ambiente están íntimamente vinculados a la disponibilidad de agua de calidad y de sistemas de saneamiento, así como a una gestión adecuada del recurso y los ecosistemas que proveen los servicios relacionados. La Sunass, como empresa socialmente responsable realiza esfuerzos con la finalidad de conseguir que los servicios de saneamiento sean provistos con los más elevados estándares de calidad, en términos de la seguridad para la salud y bienestar general de las personas, de equidad, promoción de un acceso acelerado a los que menos oportunidades tienen y fundamentalmente un sistema de tarifas que asegure la sostenibilidad económica financiera de las empresas.

En la tabla antes mostrada se puede observar que el 44% de los pobladores considera que está **de acuerdo en que la filosofía empresarial** de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017. Por su parte, **el 47.7% de los usuarios está totalmente de acuerdo** en que la filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado. Del total de los encuestados, el 40.1% considera que en que la filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable; con ello se acepta la hipótesis de investigación.

Respecto de los datos cualitativos, se formuló la pregunta ¿Cree usted, que los fines de la EMAPAT – Puerto Maldonado deberían ser compatibles con los fines de la sociedad?; obteniéndose como respuestas que: E1: Si, los fines de la comunidad es tener servicios de calidad y EMAPAT debería trabaja en función de ese proceso. E2: La comunidad requiere servicios de calidad, porque es importante contar con agua saludable y EMAPAT debe esforzarse por complacer a la comunidad. E3: Si, porque la comunidad de Puerto Maldonado exige un buen servicio de agua potable y un buen servicio de sistemas de alcantarillado y la EMAPAT debe esforzarse por ir mejorando el servicio

continuamente. E4: Si, porque EMAPAT debe preocuparse porque los habitantes de la comunidad cuenten con agua saludable y servicios de alcantarillados óptimos. E5: EMAPAT, como empresa prestadora de servicio debe proponerse siempre prestar servicios para mejorar los niveles de calidad de la comunidad.

Por su parte Chiavenato (2013), es una táctica que las organizaciones usan para promover las relaciones públicas que van en beneficio de la reputación de la empresa a través de donaciones de impacto en la sociedad, dado que las organizaciones hoy en día influyen de alguna manera en el crecimiento, estancamiento o retraso en la economía de las comunidades, son ellas quienes deberían promover el bienestar social, sin embargo son ellas también, las que en su afán de lograr aumentar sus utilidades olvidan que para aumentarlas es necesario que la sociedad en donde se localizan crezca a la par de las organizaciones que la conforman.

La responsabilidad social entonces, viene a ser la contribución activa y voluntaria de las empresas en el mejoramiento social, económico y ambiental; esta debe buscar la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente acatar plenamente las obligaciones jurídicas, sino que es ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La empresa debe escuchar, atender, comprender y satisfacer las legítimas expectativas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo, orientando sus actividades a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como al cuidado y preservación de su entorno.

La responsabilidad social debe ser parte de la esencia de la empresa y estar inscrita en la misión y visión de la misma, implicando un cambio integral e invirtiendo para ello los recursos y esfuerzos necesarios para realizar un proyecto de renovación de la imagen corporativa por convencimiento propio, permitiendo la participación activa de los involucrados debido a que se trata de la búsqueda de la calidad en todas sus acciones. Las empresas tienen el deber

de asegurar que su contribución al desarrollo sea armónica, equitativa y sostenible, lo cual sólo se consigue si se es responsable con todas las partes involucradas. El enfoque al bien común debe llevarlas a crear riqueza de manera justa y eficiente, respetando la dignidad y los derechos inalienables de los individuos, lo cual implica evitar actos de corrupción en el gobierno corporativo y en las operaciones de toda la organización, así como implementar sanciones si ocurrieran.

Finalmente, cabe señalar que los factores como la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos, el impacto de la responsabilidad socialmente responsable, las inversiones sociales en un contexto competitivo, el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado y la Filosofía empresarial de responsabilidad social inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado, dichos factores hacen que cada vez más las empresas apliquen criterios de responsabilidad social corporativa puesto que existe mayor inquietud de la ciudadanía por problemas ambientales. Las empresas de servicios públicos deben seguir aunando esfuerzos para desarrollar proyectos de responsabilidad social empresarial enfocados en tres pilares fundamentales: ampliación de cobertura de la red nacional, cambio climático y educación. Esto debido a que dentro de sus líneas estratégicas se debe apostar por la inclusión de sus comunidades dentro de sus modelos de negocio.

La responsabilidad social, por tanto tiene un alto impacto en el contexto de las empresas de servicios públicos, en especial de las de agua y saneamiento básico, por su cercano vínculo con el medio ambiente y con las comunidades impactadas. Por ello, las concepciones, decisiones y prácticas de la gerencia y de las actividades que desempeñan hacia la comunidad, que involucran aspectos relacionados con el ambiente, la salud ocupacional y los resultados económicos esperados por la organización resultan importantes para valorar los niveles de apropiación de este importante compromiso con sus grupos de interés o actores involucrados. Consecuentemente, se debe apoyar la responsabilidad social a través de un compromiso compartido, con una conducta transparente y ética, que contribuya y oriente hacia el desarrollo

sostenible, que incluya la salud y el bienestar de la sociedad, con leyes y normas de conducta que buscan ser integradas en la organización y ser aplicadas en todas las relaciones de la misma.

V. CONCLUSIONES

- El 83.5% de los pobladores y el 72.5% de los usuarios de los pobladores considera que está de acuerdo en que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos, el impacto de la responsabilidad social, **las inversiones sociales** en un contexto competitivo, el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado y la Filosofía empresarial de responsabilidad social pueden considerarse factores que inciden significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017; con ello se acepta la hipótesis de investigación. Se puede concluir que es fundamental que las empresas de servicios públicos domiciliarios incluyan a la responsabilidad social ambiental como eje de su proyección al futuro, como marco dentro del cual planear y construir organizaciones sostenibles y competitivas.
- El 51% de los pobladores y el 56.4% de los usuarios considera que está de acuerdo en que la **Ley N° 30640** que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017; con ello se acepta la hipótesis de investigación. Mientras que los trabajadores consideran que la gestión integrada de los recursos hídricos debería estar orientada en conservar el recurso del agua de forma responsable, porque el agua es de mucha importancia para la sobrevivencia de la población, al igual que es muy importante que se realicen proyectos en función de educar a la población sobre la importancia del aprovechamiento eficiente del agua.
- En cuanto al impacto de la responsabilidad social el 42.5% de los pobladores considera que está totalmente de acuerdo y el 40.97% de los usuarios considera que solo considera como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017; esto permite aceptar la hipótesis de investigación. Mientras que los trabajadores consideran que EMAPAT se debería preocupar por mejorar los procesos organizacionales de la institución para que la comunidad tenga servicio de calidad, estando preparada

para enfrentar cualquier problema que se pueda presentar y siempre está pendiente de realizar mantenimientos al sistema hídrico.

- El 55% de los pobladores y el 58.7% de los usuarios considera que está de acuerdo en que las inversiones sociales en un **contexto competitivo** pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado, 2017; con ello se acepta la hipótesis de investigación. Mientras que los trabajadores consideran que la empresa EMAPAT debe orientar sus resultados en función de mejorar el bienestar de la comunidad; puesto que depende de la comunidad debido a que es una empresa prestadora de servicios, y siempre debe tener como objetivo principal el bienestar de la comunidad.
- El 55% de los pobladores y el 58.7% de los usuarios considera que está de acuerdo en que el **Plan maestro** de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado por ser uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017. Mientras que los trabajadores consideran que la misión de la EMAPAT debe ser mejorar cada día los resultados para ofrecer calidad en sus servicios; y por ello estar siempre realizando mantenimiento en los servicios que brinda a la comunidad a fin de lograr la satisfacción comunitaria.
- El 44% de los pobladores considera que está de acuerdo y el 47.7% de los usuarios está totalmente de acuerdo en que la **filosofía empresarial** de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad; con ello se acepta la hipótesis de investigación. Mientras que los trabajadores consideran que los fines de la comunidad es tener servicios de calidad y la EMAPAT debe trabajar en función de ese proceso. La comunidad requiere servicios de calidad, porque es importante contar con agua saludable y la EMAPAT debe esforzarse por complacer a la comunidad y preocuparse porque los habitantes de la comunidad cuenten con agua saludable y servicios de alcantarillados óptimos.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la EMAPAT, Puerto Maldonado, debe iniciar un plan de mejora con respecto al grupo de interés en este caso la comunidad, para integrarla en proyectos que mejoren las condiciones sociales de la zona. con respecto a la dotación de agua potable en un contexto competitivo. Determinando cuáles son sus grupos de interés, qué compromisos están dispuestos a cumplir y asumir una responsabilidad en coordinación con los demás grupos de interés.
- Se recomienda proponer la creación de un marco de trabajo corresponsable entre la empresa y las comunidades, el cual debe enfocarse como un proceso de aprendizaje para la formación de capital social, para que de esta manera se pueda capacitar a la comunidad y darle continuidad a los programas de desarrollo para mejorar el desempeño económico, ambiental y social.
- Se recomienda a la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT” velar por el cuidado en la calidad del agua y en el manejo de residuos con el fin de promover la conservación de condiciones ambientales favorables para futuras generaciones, el mismo que debe estar reflejado en los planes de manejo ambiental y de tratamiento de aguas residuales.
- Que el Poder legislativo asuma el compromiso de establecer desarrollos normativo que permitan mayores acercamientos a los conceptos de responsabilidad social a nivel de gestión, y también de establecer la obligatoriedad de un apalancamiento financiero necesario para estas dinámicas organizacionales que requieren no solo de asignaciones presupuestales, sino también de contar con acciones e iniciativas dentro de los planes estratégicos, tácticos y operativos de las empresas del sector.

VII. PROPUESTA PARA MEJORA LA ACTITUD SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIO Y ALCANTARILLADO EMAPAT, PUERTO MALDONADO

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. Entidad: Entidad prestadora de servicio y alcantarillado EMAPAT

1.2. Dirección: Puerto Maldonado

1.3. Participantes: E.M.A.P.A.T. de Puerto Maldonado

1.4. Investigador: Mg. Pamela Barrionuevo Alosilla

1.5. Asesor: Dr. Grados Vásquez, Martin Manuel

II. FUNDAMENTACIÓN

Hasta hace relativamente muy poco, las empresas tenían como principal objetivo la maximización del beneficio económico. Todas sus perspectivas, controles y anhelos eran fundamentalmente asignados desde unos requerimientos estrictamente económicos. La principal función de la empresa consistía en producir una serie de productos y servicios que respondieran a la demanda de la sociedad y generar, de este modo, beneficios para sus propietarios y accionistas, así como indirectamente bienestar para la sociedad a través del pago de impuestos y de la creación de empleo.

La actitud socialmente responsable cada día está tomando más importancia en las organizaciones y empresas en el mundo. Las empresas buscan una mayor responsabilidad con la sociedad porque ésta le ayuda a generar valor y mejorar su imagen, al integrar los elementos que hacen parte de los procesos o se ven afectados por ellos.

La actitud socialmente responsable es la capacidad de respuesta que tiene una empresa frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés); esta responsabilidad se convierte en un compromiso con el bienestar de los empleados, las comunidades donde opera, el medio ambiente, los proveedores, accionistas y consumidores, mejorando así la calidad de vida de cada uno de los entes que hacen parte directa e indirecta de su cadena de valor.

Las ventajas de implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en relación con el medio ambiente radican en prevenir potenciales accidentes que lo afecten con costosas consecuencias para todos los involucrados; evitar graves sanciones y multas por parte de las autoridades que pueden llegar hasta el cierre de operaciones; mejorar la imagen y asegurar la supervivencia de la empresa a largo plazo; al igual que posicionarse para competir en los mercados globalizados de hoy en día.

La empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Tambopata EMAPAT S.A. Es una Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento (EPS) de propiedad municipal, que opera en el marco de la legislación nacional para la provisión de esos servicios, constituida básicamente por Decreto Legislativo N° 1240 decreto legislativo que modifica la Ley N° 26338, Ley General de Servicios de Saneamiento y la Ley N° 30045, Ley de Modernización de los Servicios de Saneamiento. Ley N° 26338, Ley General de Servicios de Saneamiento y la ley N° 30045, Ley de Modernización de los Servicios de Saneamiento, modificadas por Decreto Legislativo N° 1240.

Como empresa prestadora de servicio la gestión de la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado debe contribuir al desarrollo sostenible. Una empresa sostenible es aquella que integra los valores de: sostenibilidad, visión a largo plazo, diversidad (de opiniones, culturales, edad, sexo), apertura en el diálogo con las partes interesadas (stakeholders), integridad y responsabilidad.

El agua es, probablemente, una de las actividades que más fácilmente se identifica con los fines y objetivos de la Responsabilidad Social, debido a que constituye un recurso natural que, por su carácter de bien básico para la sociedad, permite tanto el desarrollo de la misma como el mantenimiento de los estándares de calidad de vida.

Proveer de agua potable a la población, eliminar riesgos sanitarios gracias al saneamiento urbano, gestionar en épocas de estrés hídrico, prevenir inundaciones mediante la gestión avanzada del drenaje urbano. La sola enunciación de lo que constituye el núcleo de la gestión de las empresas que trabajan en el ciclo integral del agua pone de manifiesto el hecho de que probablemente haya pocos ámbitos como éste en el que el ejercicio de la Responsabilidad Social sea tan intrínseco al

ejercicio de una actividad económica. Aún más, se puede afirmar que el agua de calidad y con total garantía sanitaria es un ejercicio de excelencia en el campo de la RSE.

Al tratarse el agua de un recurso tan natural y escaso, la dimensión ambiental probablemente tenga más peso desde un punto de vista responsable y sostenible. Por ello, los grupos de interés que tienen una mayor incidencia en la actividad de las empresas del sector suelen ser las comunidades locales (incluyendo los recursos naturales y habitantes); sin olvidar, por supuesto, a los clientes finales y empleados, que también tienen un peso muy importante.

La E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, tiene la responsabilidad de gestionar servicios locales como los que se engloban dentro del ciclo integral del agua tienen y deben mantener un compromiso muy claro respecto a sus grupos de interés que comprenda, como mínimo, dos vertientes: ofrecer un servicio de calidad y seguro; e informar y sensibilizar al público en general sobre el uso sostenible de los recursos, especialmente del agua.

Para el primero de estos objetivos, las empresas se dotan de medios humanos y técnicos que revierten, entre otras muchas actividades, en miles de análisis diarios, que aseguran la garantía sanitaria en la provisión de agua potable o en la depuración de las aguas residuales, así como en la inspección, mantenimiento y actualización de sus redes de distribución y saneamiento, previniendo fugas y otras incidencias que puedan significar una merma del recurso o cualquier peligro sanitario para la población.

La segunda vertiente del compromiso, la información y la sensibilización del público en general, ha de permitir la corresponsabilidad, es decir, que la conservación del agua se contemple como un objetivo de todos y para todos. En este sentido, es relevante la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, realice esfuerzos en la elaboración de documentos, trípticos, juegos, así como en la participación de ferias y congresos de todo tipo con una finalidad principal: propiciar el consumo responsable y sostenible.

Es un error común que las empresas consideren que la Responsabilidad Social es un proyecto de grandes proporciones, o que solamente aplica a las grandes corporaciones y multinacionales; más aún en Perú y en países Latinoamericanos

donde las empresas medianas y pequeñas tienen una gran importancia y peso fuerte en la economía.

La E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, está relacionada con el medio ambiente. Los impactos ambientales no respetan barreras de tiempo, lugar o jurisdicción. Es un asunto que interesa a todo el mundo y por lo tanto el medio ambiente es un tema universal. Es necesario implementar un nuevo enfoque con prácticas de Responsabilidad Social Empresarial basadas en prevención, control primario en la fuente, enfoque sistémico, reducción de la generación de residuos, manejo integral y planeación estratégica. De esta forma se logra la conservación de los recursos, menores costos, generación de valor agregado, posicionamiento estratégico para la competitividad global, optimización de la calidad de los productos y servicios y mejora de la calidad de vida de la sociedad.

La apuesta decidida por la responsabilidad social empresarial en la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, mejorará sus resultados notablemente, dado que, en principio, supone una revisión del modelo de negocio seguido hasta el momento. Así, la RSE aportará valor al capital de la empresa, al obtener mejores resultados financieros; aporta valor a los clientes, influyendo positivamente en la decisión de compra de éstos; y finalmente, aporta valor a los empleados de estas empresas, contribuyendo al aumento de la productividad y compromiso de éstos.

Toda actividad empresarial está relacionada con el medio ambiente. Los impactos ambientales no respetan barreras de tiempo, lugar o jurisdicción. Es un asunto que interesa a todo el mundo y por lo tanto el medio ambiente es un tema universal. En la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado es necesario implementar un nuevo enfoque con prácticas de Responsabilidad Social Empresarial basadas en prevención, control primario en la fuente, enfoque sistémico, reducción de la generación de residuos, manejo integral y planeación estratégica. De esta forma se logra la conservación de los recursos, menores costos, generación de valor agregado, posicionamiento estratégico para la competitividad global, optimización de la calidad de los productos y servicios y mejora de la calidad de vida de la sociedad.

Las E.M.A.P.A.T. como empresa prestadora de servicios por las actividades que realizan, tienen una gran responsabilidad con el medio ambiente, entendiéndose como servicio público todos los bienes tangibles o intangibles y prestaciones que reciben

las personas en su domicilio o lugar de trabajo, para la satisfacción de sus necesidades básicas de bienestar y salubridad, bajo la regulación, control y vigilancia del Estado.

La Responsabilidad Social de las empresas tiene que ver fundamentalmente con las decisiones de las organizaciones que afectan a terceros, es decir, son las acciones de la organización para influir en la sociedad en la que existe. En materia del ambiente natural se necesita de una normatividad que garantice un desarrollo sostenible, entendido este como el enfoque en el que las organizaciones realizan actividades que se pueden sostener a largo plazo o renovarse a largo plazo en forma automática. El desarrollo sostenible se fundamenta en la premisa satisfacción de necesidades en el presente sin comprometer la capacidad para satisfacer las necesidades de las generaciones futuras.

De ahí la importancia de revisar que están haciendo la E.M.A.P.A.T. para volver sostenible sus insumos y su producción, mostrar un diagnóstico de los planes y programas de Responsabilidad Social que tienen para disminuir el impacto que generan en el medio ambiente por el desarrollo de sus actividades.

Por estas razones, a través de ésta propuesta se pretende identificar y cuantificar el desempeño de Responsabilidad Social Ambiental en entidad prestadora de servicios y alcantarillado E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado.

III. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

En base a las consideraciones expuestas, los objetivos de la investigación son los siguientes:

3.1. Objetivo general

Proponer un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la Entidad Prestadora de Servicios y Alcantarillado E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado.

3.2. Objetivos específicos

- Reconocer actividades que se realicen dentro de la organización enfocada hacia la Responsabilidad Social Empresarial.
- Conocer los programas de Responsabilidad Social Empresaria con relación al medio ambiente en Puerto Maldonado.

- Formular las diferentes variables que componen un modelo de Responsabilidad Social Empresarial.

IV. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El tema de la responsabilidad social de las empresas hoy en día es reconocido ampliamente como el tema pragmático, esto quiere decir que las consideraciones sobre cómo ésta debe ser en las diferentes instancias, se ha vuelto una prioridad en los debates acerca de si debe ser un acto regularizado o de libre opción.

Comprender de qué se trata y qué abarca la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implica comprender, de alguna manera, la estructura de la sociedad. Cada uno de los ciudadanos, llámese personas, academia, gobierno, empresas, entidades reguladoras, tiene un rol que jugar dentro de la construcción, transformación y desarrollo de la sociedad. El concepto de responsabilidad social ha ido evolucionando mediante la inclusión de desarrollo sostenible dentro de su definición. La Guía de Responsabilidad Social elaborada por la ISO define la responsabilidad social como:

“la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo salud y bienestar en la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus parte interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada a toda la organización y se lleve en práctica en sus relaciones” (Friedman, 2006).

La mayoría de las empresas que practican la RSE entienden el concepto de responsabilidad social como la preocupación por factores sociales y medioambientales dentro de sus operaciones comerciales y el relacionamiento con los diferentes interlocutores. La RSE implica el cumplimiento de la normatividad, y adicionalmente la inversión en el recurso humano, su entorno y los diferentes interlocutores o grupos de interés, factores que inciden directamente en el aumento de la competitividad de las empresas a través del desarrollo social.

La RSE implica la aplicación de normas más estrictas en cuanto al entorno social de la empresa, sin embargo, esta no sustituye la reglamentación existente sobre derechos medioambientales y sociales, por el contrario puede permitir la

elaboración de nuevas normas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la conformación de leyes o reglamentos adecuados, con el propósito de definir un entorno uniforme, a partir del cual sea posible desarrollar prácticas socialmente responsables (Correa, 2007).

4.1. Otros componentes de la RSE

a. Gobierno Corporativo

El Gobierno Corporativo hace referencia a una serie de principios y normas que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los diferentes entes de gobierno de las empresas y cuenta con tres poderes internos: los accionistas, los directores y la alta administración. Es una declaración de principios de autorregulación, formados a partir de lineamientos prácticos de conducta y desempeño, los cuales se deben involucrar directamente en los procedimientos, procesos y hábitos de la administración de las empresas.

Gracias al gobierno corporativo se contribuye a la consolidación de la cultura competitiva, caracterizada por la confianza y la transparencia, valores que ayudan a hacer las inversiones más atractivas. Lo deseable en una sociedad democrática es que el estado intervenga lo menos posible en el mercado, respetando de esta manera los principios de propiedad privada y libertad de empresa. Sin embargo, el Estado debe garantizar la transparencia y equidad en el mercado, pero se busca que las empresas o los particulares sean cuidadosos en el cumplimiento de la ley adoptando posturas voluntarias. Esta práctica de autorregulación es lo que se conoce en el derecho como Gobierno Corporativo.

El empleo del Gobierno Corporativo se manifiesta por medio de un acopio de reglas de conducta que de manera libre y voluntaria las organizaciones y las personas acogen, promulgan y se obligan a observar y a cumplir por medio, de lo que denominados, Código del Buen Gobierno (Rodríguez, 2005). Las empresas deben tener como propósito fundamental velar por el bien común a través del desarrollo de su actividad económica, garantizando no solo la satisfacción de las necesidades colectivas, sino también el aporte de la calidad de vida de las personas.

Tanto las sociedades como las empresas deben comprometerse y aunar esfuerzos para establecer políticas y programas enfocados en cumplir los siguientes propósitos correspondientes al Gobierno Corporativo:

- Políticas de sostenibilidad ambiental
- Políticas anticorrupción.
- Políticas de cumplimiento del Derecho de la Propiedad Intelectual.
- Políticas y programas de mejoramiento de calidad de vida de las comunidades circunscritas.
- Políticas de uso de las tecnologías de la información con altos niveles de confiabilidad y confidencialidad.

El Gobierno Corporativo brinda herramientas para mantener el equilibrio y la equidad en las organizaciones, las cuales se desenvuelven en escenarios donde impera la globalización económica y el libre comercio, generando así un impacto social. El gobierno corporativo en la E.M.A.P.A.T. de Puerto Maldonado es entendido desde la forma como la organización mantiene informada a la Junta Directiva sobre los asuntos fundamentales de la Entidad, a través de canales y herramientas para informarla y hacerla partícipe de las decisiones que se toman.

La Dirección de Proyección Corporativa es el área que se encarga de manejar la comunicación entre la Presidencia Ejecutiva y la Junta Directiva, por su parte, la Secretaría General se encarga de ser el canal normativo y jurídico con este mismo público. Cada mes se realiza una reunión de Junta Directiva, el cual es considerado el espacio propicio para enterarlos de temas estratégicos y para tomar decisiones. Adicionalmente ellos tienen una participación activa en los diferentes espacios a través de las comisiones temáticas en las cuales se ahondan sobre temas de gran relevancia para la Entidad. Entre estas comisiones están: la comisión de infraestructura, la comisión de presupuesto y la comisión de elecciones.

b. Ética empresarial

El comportamiento ético de las empresas en el desarrollo de sus actividades no es exclusivamente una preocupación del mundo empresarial, esta preocupación involucra a la sociedad representada en el estado, la academia y la iglesia y en los consumidores de los productos o servicios. Indudablemente la ética en las

organizaciones está sujeta al accionar de los individuos y a la articulación entre sus propios códigos de conducta y sus valores, la ética empresarial comienza a gestionarse a partir de la elaboración de códigos de ética, códigos de conducta y la responsabilidad social corporativa.

El resurgir de la ética empresarial se ha planteado principalmente en los Estados Unidos y no en los otros tres ámbitos económicos del mundo actual: Japón, Europa, el mundo comunista. Las razones parecen claras: en primer lugar, en el mundo comunista no hay libertad de empresa y bien o mal se definen, variablemente según unos parámetros burocráticos. En el Japón que surge de la posguerra se han asumido unos principios éticos radicados en su cultura. En Europa hay países semejantes a Japón, como Alemania; otros que concuerdan con el modelo americano; y otros, los latinos, en donde se ha difundido desde antiguo una peculiar doble moralidad (Gómez, 1999).

La globalización ha permitido que el desarrollo de la ética empresarial no sea un tema exclusivamente de los países del primer mundo, especialmente en los Estados Unidos quienes han sido los pioneros en la promulgación de la ética en los negocios, gracias a la fuerza política y a sus grandes multinacionales el tema se ha extendido a otros países. La ética corporativa ha tenido un eficaz desarrollo en las empresas multinacionales, en muchas ocasiones mayor que en las empresas del estado, lo cual ha generado mejoras no sólo en los países que operan, sino también en el mundo.

La ética empresarial permite crear una cultura dentro de la organización en donde se encuentra una concordancia entre el individuo, la empresa y los desafíos del progreso. Esta responde a los interrogantes que surgen a las diferentes actuaciones en medio de las condiciones cambiantes del mundo, permite que las organizaciones se pongan al día para sobrevivir a un entorno más exigente que cada vez más exige líderes que sean capaces de tomar decisiones acertadas y hagan juicios de valor que les permitan ser más responsables con la sociedad y que sean capaces de desarrollar el potencial de equipos de trabajo interdisciplinarios, multiétnicos y multinacionales.

La ética empresarial en la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, es abordada desde el Código de Ética en el cual se establecen sus principios de ética empresarial tanto

para la Junta Directiva como para sus empleados. Este código surgió debido a la necesidad de autorregulación interna, teniendo en cuenta la importante labor que cumple, al dar fe pública del registro mercantil y administrar recursos públicos, y teniendo en cuenta que la naturaleza jurídica de la misma, no le obliga a acogerse en su totalidad las normas del derecho público.

c. Desarrollo Sostenible

Según el Banco Mundial para analizar el tema de desarrollo sostenible se deben alinear las preocupaciones sociales y las necesidades de las personas con las preocupaciones medioambientales, tales como el uso racional de los recursos naturales, el cambio climático y la contaminación en términos de desarrollo y sostenibilidad, entendida esta última como el crecimiento responsable.

El concepto de desarrollo sostenible está fundado en preocupaciones medioambientales, sin embargo, dentro del contexto ambiental se encierran una serie de preocupaciones por el modelo social que se vive y su mantenimiento en el tiempo pese a preocupaciones como la salud ambiental, la acelerada tasa de crecimiento poblacional, el mantenimiento del crecimiento económico y la escasez de recursos y el bienestar de las generaciones venideras.

El desarrollo sostenible puede ser entendido de manera global como el mantenimiento o mejoramiento de las condiciones de calidad del sistema de interrelaciones sociedad naturaleza. Para que estas relaciones sean sostenibles deberá definirse en la práctica que es lo que se pretende sostener: si el nivel de desarrollo de la sociedad (independiente del impacto ambiental que se genere, pues la riqueza material proveerá los recursos para la protección ambiental), o la base ecológica, a través del respeto a las leyes de la naturaleza, como condición para mejorar la calidad de vida de la sociedad y de los mismos ecosistemas

Generalmente el desarrollo sostenible se ha tratado desde sus tres principales dimensiones que son la social, la ambiental y la económica, teniendo en cuenta que los procesos económicos y sociales deben propender a la equidad, mientras que lo económico debe ser viable con lo ecológico para impedir que las acciones de política económica ya sea por parte del estado o de las organizaciones vayan en contra del deterioro del medio ambiente lo cual significaría, en un última instancia, ir en contra de la sociedad misma.

El concepto de desarrollo sostenible tiene una relación directa con los conceptos de sostenibilidad empresarial y responsabilidad social empresarial, entendiendo que los tres conceptos tienen una dimensión social, económica y ambiental y en muchas ocasiones son usadas como sinónimos. Sin embargo, el primer concepto está ampliamente relacionado con la sociedad, el segundo con lo corporativo y el tercero con la gestión de las organizaciones.

Las organizaciones están trabajando para introducir el concepto de desarrollo sostenible, debido a que estas deben ser sostenibles económica, ecológica y socialmente.

V. INICIATIVAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En todo el mundo, la concepción de las empresas ha experimentado un cambio, pues se pasó de una visión exclusivamente financiera a una que también permite contemplar aspectos ambientales y sociales. Por esta razón, muchas entidades y organizaciones, sobre todo transnacionales, se han dedicado a buscar y a ofrecer modelos y directrices, para que las empresas que tomen conciencia al respecto puedan encontrar mecanismos para regular su actividad y para elaborar informes que den cuenta de ella. Más allá de concepciones filantrópicas o éticas, o de moda o exigencias del mercado, es una responsabilidad que se ha asumido paulatinamente, después de prever posibles repercusiones negativas, en caso de no atender a los referidos aspectos ambientales y sociales. Las propuestas siguen apareciendo y haciendo parte de los planes y programas de gobiernos, de asociaciones, de agremiaciones e incluso de la ONU.

5.1. Pacto Global

Es una iniciativa estratégica de las Naciones Unidas que invita a las empresas a ajustar su actividad productiva y comercial a un decálogo social y ecológico que contempla cuatro grandes campos: derechos humanos, condiciones laborales, impacto ambiental y lucha contra la corrupción. Como antecedentes se pueden mencionar los “códigos de conducta” de la ONU, propuestos entre las décadas del 70 y el 90, los cuales pretendían establecer directrices acerca de los derechos y deberes económicos de las empresas, en relación con los nuevos alcances de la economía internacional. El pacto global, por su parte, es una plataforma que intenta “ayudar a las empresas a desarrollar políticas socialmente responsables y

sostenibles” (Heinemann, 2012). Es uno de los grandes legados del período administrativo de Kofi Annan como Secretario General, quien anunció el Pacto en 1999 y, un año después, lo presentó.

5.2. Objetivos de desarrollo del milenio (ODM)

En septiembre de 2000, con el planteamiento de los desafíos sociales, políticos, económicos, culturales y ambientales que debían de considerar tanto los Estados como otras organizaciones, organismos, instituciones y sociedad civil para el siglo que comenzaba, la ONU convocó a sus 189 países miembros (en ese momento) a una reunión denominada Cumbre del Milenio.

Para concretar todas las propuestas realizadas en ese encuentro se establecieron los ocho objetivos siguientes (y el 2015 como año de evaluación):

- La erradicación del hambre y de la pobreza absoluta.
- Acceso a la educación primaria.
- La promoción de la igualdad de género.
- La reducción de la mortalidad infantil.
- El mejoramiento de las condiciones de salud de las madres.
- La lucha contra enfermedades graves (como el sida, la malaria y la tuberculosis).
- El aseguramiento de la sostenibilidad del medioambiente.
- El establecimiento de una cooperación global para el desarrollo.

Y como mecanismo de permanente evaluación, la ONU presenta un informe anual, basado en informes anuales de sus países miembros, para mostrar qué se ha hecho y en qué medida se han logrado esos objetivos” (Naciones Unidas, 2000).

Los actores claves que participan en el proceso juegan un papel y tienen unas responsabilidades: los gobiernos deben colaborar para que se puedan lograr los objetivos y las metas; la red de organizaciones internacionales debe aplicar sus recursos y experiencias de la manera más estratégica y eficiente posible y apoyar los esfuerzos de los colaboradores en todo el mundo; la sociedad civil y el sector privado deben comprometerse plenamente con esta tarea y poner en marcha su capacidad de fomentar la motivación, la movilización y la acción (De Rezende, 2008)

5.3. Iniciativas en Perú

a. BACKUS AB INBEV

Por su parte, Backus enfoca sus programas y talleres a los pequeños y medianos empresarios que integran su cadena de valor. María Julia Sáenz, directora de Asuntos Corporativos y Legal de Backus AB InBev, explica que el fin es mejorar su calidad de vida y las de sus familias, así como impactar positivamente en el bienestar de sus comunidades. Los temas que tratan van desde ventas hasta inclusión financiera y control de gastos.

Sáenz explica que un plan de desarrollo social empresarial inicia con la identificación de alguna oportunidad para preparar una propuesta de generación de valor compartido. Por ejemplo, los bodegueros pueden saber manejar su negocio, pero carecen de herramientas de gestión, contabilidad u otras dificultades.

Además de esta iniciativa, Backus AB InBev cuenta con más de 60 iniciativas de liderazgo que abordan problemas comunales de inseguridad, recuperación de espacios, articulación y fortalecimiento de la participación ciudadana, reciclaje y cuidado de mascotas y de áreas verdes, entre otras. Todas han contribuido mediante la promoción de buenas prácticas, mitigación de malos hábitos y unión entre las comunidades intervenidas.

b. PERURAIL

Esta empresa ha logrado que su cadena de valor incluya los productos de los proveedores con los que trabajan programas de RSE. Un ejemplo son las artesanas textiles, cuyos telares decoran las mesas del servicio de trenes Vistadome. Su proyecto Q'omerWasicha capacita a comuneros cusqueños en cultivo en invernaderos para luego insertarlos como proveedores de verduras, frutas y flores para las cocinas de sus hoteles y trenes.

Carla Reyes, manager of Communication and External Affairs de PeruRail, explica que cada comunidad tiene necesidades y expectativas distintas, que son consideradas en los programas de responsabilidad social desarrollados para garantizar su interés, participación y sostenibilidad. El desarrollo de capacidades garantiza el progreso comunitario con la generación de negocios locales.

c. CLARO

En el caso de Claro, su trabajo de RSE se enfoca en la familia, a través del proyecto “Casa Caliente Limpia”, de la Asociación Kusimayo, que promueve la implementación de viviendas más abrigadoras, y de cocinas saludables, que reducen hasta en un 90% la contaminación y la posibilidad de sufrir enfermedades respiratorias por inhalar humo de las cocinas tradicionales. Asimismo, gracias al aporte de los trabajadores y el apoyo de la Red de Voluntarios Claro, más de 83.000 soles fueron entregados para implementar 19 casas mejoradas en Puno.

d. NESTLÉ

Gisella Rojo, gerente de Asuntos Corporativos de Nestlé Perú, menciona que las capacitaciones para impulsar el crecimiento de los pequeños productores dependen del perfil de la comunidad, su cadena de valor y los problemas que puedan tener. Sin embargo, todas se clasifican dentro de cinco campos estratégicos: nutrición, agua, desarrollo rural, medio ambiente y las personas.

Con el Programa de Fomento Ganadero, Nestlé promueve el desarrollo de este rubro en el distrito de Cajamarca, donde acopia la mayor cantidad de leche. Se incrementó la producción lechera en la región mediante el manejo de pastos y la implementación de mejores sistemas de almacenamiento. Cuánto más se capacitan los ganaderos, mejor será el rendimiento de su producción y los consumidores se beneficiarán al recibir una mejor calidad de leche.

VI. MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS Y ALCANTARILLADO E.M.A.P.A.T. PUERTO MALDONADO

6.1. Introducción

Antes de proponer el modelo de RSE para la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, es importante aclarar que ninguna entidad de servicios públicos del país tiene un modelo de Responsabilidad Social establecido, debido a que estas instituciones se han preocupado más por brindar las herramientas en el tema a los empresarios que por aplicarlas dentro de su organización. Debido a la naturaleza de la Entidad Prestadora de Servicios, por ser una entidad de derecho privado con funciones públicas y prestadoras de servicios, es importante cuestionarse acerca de su

política hacia el desarrollo sostenible, pues se trata de una entidad influyente en la ciudad y el país.

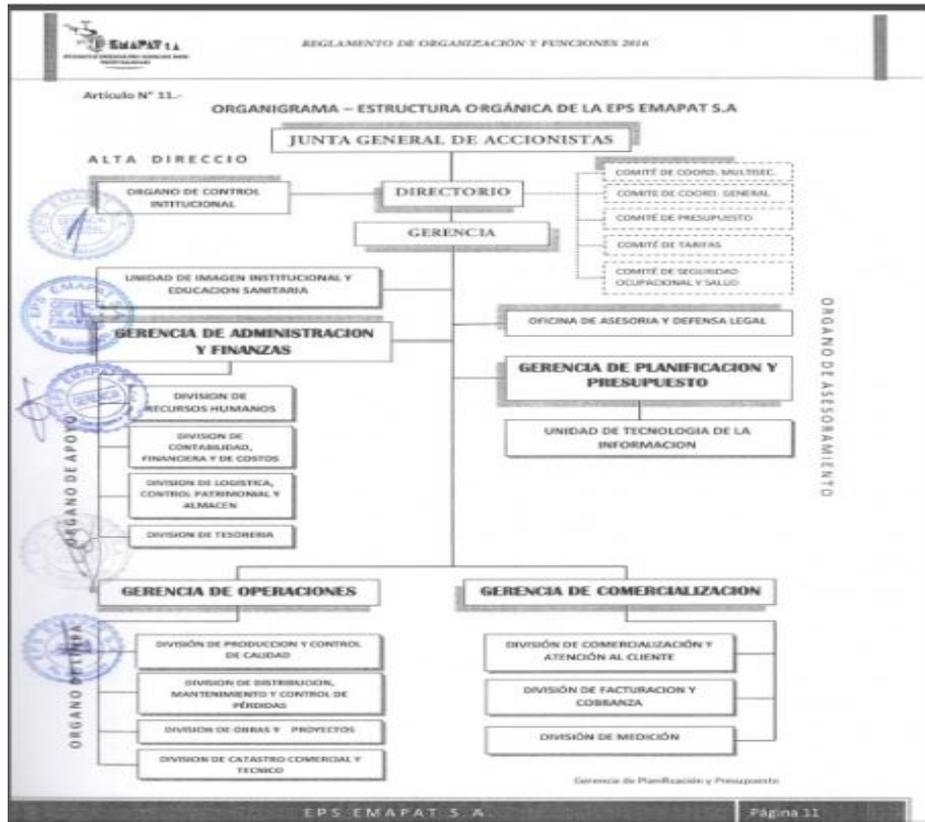
Para desarrollar un modelo de RSE debe existir un compromiso genuino de la Junta Directiva y la Alta Gerencia, con el fin de poder identificar los grupos de interés y vincular esas acciones al objeto de negocio de la Entidad. Con esta propuesta no se busca únicamente proponer un nuevo modelo de RSE sino unificar las acciones aisladas realizadas por la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, bajo una política de RSE, con el fin de contribuir al desarrollo sostenible y a mejorar el relacionamiento con los diferentes públicos.

6.2. Presentación de la Empresa

La Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Tambopata EMAPAT S.A. Es una Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento (EPS) de propiedad municipal, que opera en el marco de la legislación nacional para la provisión de esos servicios, constituida básicamente por el Decreto Legislativo N° 1240 decreto legislativo que modifica la Ley N° 26338, Ley General de Servicios de Saneamiento y la Ley N° 30045, Ley de modernización de los servicios de saneamiento. Ley N° 26338, Ley General de Servicios de Saneamiento y la ley N° 30045, Ley de Modernización de los Servicios de Saneamiento, modificadas por Decreto Legislativo N° 1240.

EPS EMAPAT S. A. es transferida a la Municipalidad Provincial de Tambopata desde la Ex Unidad Operativa del Servicio Nacional de Agua Potable y Alcantarillado (SENAPA) del Ministerio de Vivienda y Construcción en cumplimiento con lo dispuesto en el DS. No. 052-92-PCM. Instalándose la primera Junta Empresarial constituyéndose esta en Sociedad Anónima en sesión extraordinaria de fecha 04 de junio de 1992. El 30 de diciembre de 1997 fue inscrita en el Registro de Entidades Prestadoras de Servicios de Saneamiento por la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS).

a. Organigrama Institucional



La E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado ha orientado su esfuerzo por proveer de agua potable a la población, eliminar riesgos sanitarios gracias al saneamiento urbano, gestionar en épocas de estrés hídrico, prevenir inundaciones mediante la gestión avanzada del drenaje urbano. La sola enunciación de lo que constituye el núcleo de la gestión de las empresas que trabajan en el ciclo integral del agua pone de manifiesto el hecho de que probablemente haya pocos ámbitos como éste en el que el ejercicio de la Responsabilidad Social sea tan intrínseco al ejercicio de una actividad económica. Aún más, se puede afirmar que el agua de calidad y con total garantía sanitaria es un ejercicio de excelencia en el campo de la RSE.

Las empresas que tienen la responsabilidad de gestionar servicios locales como los que se engloban dentro del ciclo integral del agua tienen y deben mantener un compromiso muy claro respecto a sus grupos de interés que comprenda, como mínimo, dos vertientes: ofrecer un servicio de calidad y seguro; e informar y sensibilizar al público en general sobre el uso sostenible de los recursos, especialmente del agua.

b. Misión

Contribuir a mejorar las condiciones de vida de la población, facilitando su acceso a una conexión de agua y desagüe y propiciando el desarrollo ordenado del ámbito de atención, su medio ambiente promoviendo la eficiencia en la prestación de sus servicios de saneamiento, fomentando la participación de las organizaciones de la sociedad, trabajadores e iniciativa de la inversión privada, propiciar la innovación tecnológica permanente.

Es importante mencionar que la misión de la E.M.A.P.A.T., este realmente enfocada superar, definitivamente, las carencias existentes en la localidad, en el control público de uso del agua y de su calidad, así como en la garantía del agua necesaria para cada territorio y en la eficiencia en todo tipo de usos del agua.

c. Visión

Es una empresa que aspira a ser percibida por la población como una institución modelo en el ámbito nacional, comprometida con la calidad eficiencia y la eficacia en la prestación de los servicios de agua potable, alcantarillado sanitario y actividades conexas vinculadas con el desarrollo sostenible de Madre de Dios en su condición de "Capital de la Biodiversidad".

Con base a lo anterior podemos concluir que es necesario que la visión de la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado sea un poco más integral, en cuanto su preocupación no sea solamente la comunidad mercantil, sino todos aquellos grupos de interés a los cuales se llegan.

d. Valores institucionales

- Vocación de servicio
- Lealtad
- Responsabilidad
- Ética
- Innovación
- Competitividad
- Líneas estratégicas

6.3. Innovación

- La Responsabilidad de las empresas del sector debe estar muy ligada a la innovación. Se trata de un ámbito de trabajo en el que la búsqueda de las mejores tecnologías revierte en una mayor eficiencia en el uso de los recursos, en la disminución de pérdidas en las redes de distribución, en la mejora de la calidad de las aguas de consumo humano, y así en muchos otros campos, lo que constituye un beneficio claro para el medio ambiente y las personas.
- En este entorno, la E.M.A.P.A.T. debe aportar toda su experiencia y acometer ambiciosas actuaciones dentro de su ámbito de competencias, considerando su importancia desde el punto de vista social y medioambiental. Pueden dedicar sus esfuerzos, de este modo, tanto a actividades puramente ligadas a su negocio (eficiencia y ahorro del recurso, apoyo para el abastecimiento en países en vías de desarrollo, contribución a la formación de sus técnicos, etc.), como a aspectos más generales y asociados a las inquietudes y preocupaciones de la sociedad actual (integración de personas desfavorecidas en el ámbito laboral, voluntariado de los empleados, etc.).
- Es necesario que la entidad prestadora de servicios plantee estrategias, desde el ámbito empresarial, al avance de la sociedad y a lograr un verdadero desarrollo sostenible en toda su cadena de valor, Las opciones son muchas y cada empresa deberá ser, en función de sus recursos, capacidades y entorno geográfico de actuación, la que deberá plantear su estrategia para contribuir, desde el ámbito empresarial, al avance de la sociedad y a lograr un verdadero desarrollo sostenible en toda su cadena de valor.
- La E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado es parte responsable del reto que supone la gestión del agua para el futuro de nuestra sociedad y para la consecución de un desarrollo sostenible. Para conseguirlo es indispensable, entre otras cosas, optimizar la gestión integral del agua, promover un consumo responsable y lograr llevar a los ciudadanos un agua disponible con una calidad y en cantidad suficiente.

6.4. Grupo de interés

Los grupos de interés (stakeholders) de una organización son las personas o colectivos que se ven afectados o afectan a sus actividades y que mantienen un mismo tipo de relación con ella. Pueden ser internos (accionistas, empleados) o externos (clientes, proveedores, competidores, administración, medios de comunicación, ONG, etc.).

Para que la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado logre una actitud socialmente responsable es importante que responda satisfactoriamente a las expectativas de sus grupos de interés. Por lo tanto, la E.M.A.P.A.T, debe ser capaz de conjugar expectativas y prioridades de los distintos grupos de interés con los que se relaciona, para lo que tendrá que actuar sobre sus procesos y sobre sus resultados. Mientras que en el primer aspecto se trata de identificar, cuantificar y controlar los impactos económicos, ambientales y sociales sobre sus resultados, en el segundo el objetivo es maximizar sus resultados económicos, sociales y medioambientales, minimizando y mitigando aquellos resultados negativos o perjudiciales para los ámbitos anteriormente mencionados.

➤ **El compromiso con accionistas e inversores:**

Debe crear valores añadidos para los inversores a través de actuaciones sostenibles y responsables; así como establecer los canales de comunicación adecuados que permitan una relación transparente y bidireccional; y apostar por fondos socialmente responsables, yendo más allá de los intereses e inquietudes puramente económicas.

➤ **El compromiso con los clientes o consumidores:**

Es necesario mejorar la calidad de los servicios y productos que ofrecen las empresas del sector y acercarse a las necesidades específicas de cada uno de los segmentos es uno de los principales compromisos de las compañías del sector con el grupo de interés que conforman los clientes. Otros compromisos son:

- Ofrecer una oferta innovadora que incremente la comodidad y fiabilidad del servicio y/o producto.
- Establecer los canales de comunicación adecuados y bidireccionales para incentivar un Feedbacky eficiente y garantizar un diálogo transparente con el usuario de los servicios.
- Compatibilizar calidad con sostenibilidad.

-Actuar de manera proactiva respecto a la evolución normativa de cada sector, anticipándose a futuros requerimientos, para ofrecer garantía y seguridad en el suministro de servicios y productos.

➤ **El compromiso con trabajadores y sindicatos**

La entidad prestadora de servicios E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado debe contar con una política integral de Recursos Humanos que contemple la Responsabilidad Social de la compañía, y ofrezca al empleado un programa de formación y desarrollo profesional y personal que le permite prosperar. Como en los anteriores grupos de interés, es necesario establecer canales de comunicación y herramientas de diálogo que inviten al trabajador a participar. Por último, debe asumir el compromiso de velar por la salud y seguridad laboral.

➤ **El compromiso con el entorno**

En este punto, las empresas tienen un compromiso con la sociedad y con el entorno en el que desarrollan su actividad, que debe pasar por un respeto del medio ambiente, así como de la comunidad local, cuyas consideraciones debe tener en cuenta.

➤ **El compromiso con los proveedores**

Establecer relaciones basadas en los principios de integridad y honestidad es parte de la Responsabilidad Social que las empresas del sector tienen con sus proveedores. Para ello, en la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, se debe promover la transparencia en las relaciones y mantener los criterios objetivos de selección. Por otra parte, las compañías pueden fomentar las prácticas de sostenibilidad en este colectivo, apostando por aquellas empresas proveedoras más comprometidas con la RSE.

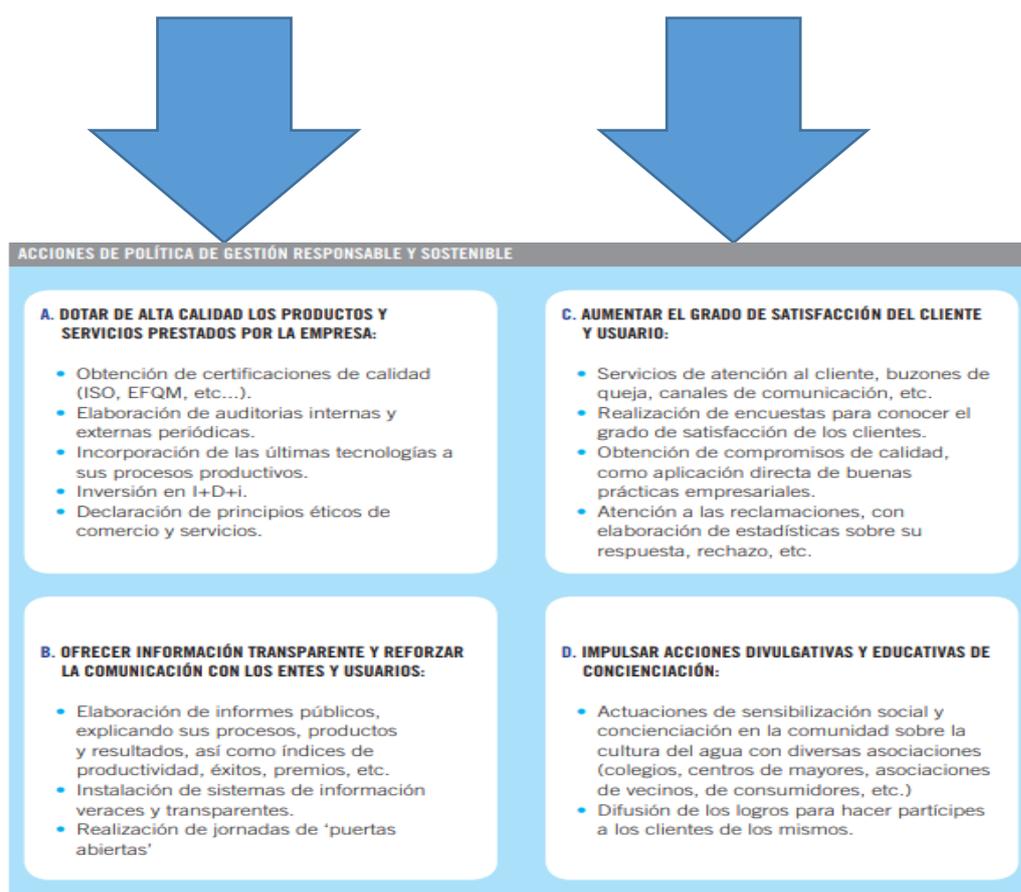
➤ **El compromiso con asociaciones profesionales y otras organizaciones:**

Fomentar la asunción de las mejores prácticas en las actividades de las empresas del sector; y aportar el conocimiento humano y técnico para la resolución de problemáticas compartidas son algunos de los compromisos que las compañías pueden asumir en relación a este grupo de interés.

➤ **El compromiso con las administraciones públicas y los medios de comunicación**

La E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado, debe mantener unas relaciones fluidas y transparentes tanto con las administraciones públicas como con los medios de comunicación y otros grupos de interés que se identifiquen de manera particular, con el objetivo de poder atender a sus demandas. Dado que la adecuada gestión de las relaciones con los grupos de interés forma parte de la estrategia de la compañía, los resultados obtenidos permiten a la organización reflexionar sobre el mejor modo de gestionar las relaciones con los Stakeholders.

6.5. Acciones políticas de gestión responsable y sostenible



VII. INSTRUMENTOS TÉCNICOS PARA MEJORAR LA ACTITUD SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS Y ALCANTARILLADO E.M.A.P.A.T. PUERTO MALDONADO

- a. **Análisis de involucrados:** El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) define al análisis de los involucrados como la principal herramienta para diseñar el proyecto a fin de analizar su viabilidad y estudiar posibles aliados o adversarios. La información de los diferentes actores involucrados se sistematiza en una matriz, donde se presentan los intereses de los diferentes grupos afectados o beneficiados por el proyecto; es decir a través de una Matriz de involucrados.
- b. **Definición de la Visión y Misión:** La visión es la imagen objetivo de la organización o empresa a ser alcanzada en un horizonte de tiempo dado, para el caso en cuestión, la actitud socialmente responsable de la Entidad prestadora de servicios y alcantarillado EMAPAT-Puerto Maldonado.
- c. **Matriz FODA:** es una herramienta de formulación de estrategias que conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias: FO; DO; FA y DA. La Matriz FODA se estructura en dos ejes: el de las abscisas donde se ubican los elementos internos de la organización, fortalezas y debilidades, y el de las ordenadas donde se ubican los elementos del entorno del organismo, oportunidades y amenazas.
- d. **Determinación de los Objetivos:** Los objetivos se pueden definir como los resultados a largo plazo que una organización aspira lograr a través de una misión básica (David, F. 1996). Es la situación o resultado futuro que un determinado actor o grupo de actores desea lograr (CIAT, 1995). Los objetivos son los esfuerzos y resultados que una organización proyecta lograr mediante su misión básica.
- e. **Árbol de problemas:** Se define al árbol de problemas como un diagrama semejante a un organigrama que muestra por medio de cuadros y casilleros organizados en forma de estructuras ramificadas, los problemas en una situación y las relaciones de causa y efecto entre ellos.

f. Matriz de Marco Lógico: Es una herramienta conceptual. Suministra información necesaria para la ejecución, monitoreo y evaluación del proyecto. En base a la problemática, estos serían indicadores, medios de verificación y supuestos, siendo útil para comunicar la información esencial sobre los proyectos de una manera escueta, lógica y homogénea.

VIII. ACTORES INVOLUCRADOS

- El Congreso de la República.- A través de su función legislativa, en la creación de leyes vinculadas a la formulación, ejecución y evaluación de las mejoras en las gestiones administrativas, con el objeto de que respondan a las estrategias y políticas para el perfeccionamiento de la actitud socialmente responsable de las entidades prestadoras de servicios.
- Ministerio del ambiente. De acuerdo a sus objetivos y funciones, le corresponde la supervisión de los servicios de agua potable y saneamiento ambiental; por lo tanto, es un actor que colabora todo el tiempo en la implementación de programas y proyectos destinados a la mejora de los procesos saneamiento del agua en la E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado.
- SUNASS La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS), como entidad fiscalizadora que en la sede de Puerto Maldonado, velará por el cumplimiento de los estándares de calidad a los que se debe seguir sujetando E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado.
- Gobierno Regional de Madre de Dios.- En cumplimiento de sus competencias exclusivas, compartidas y delegadas, contribuye al desarrollo integral y sostenible de la región, organizando y conduciendo democrática, descentralizada y desconcentradamente la gestión pública regional, en el marco de las políticas nacionales y sectoriales.
- Municipalidad Provincial de Tambopata:- Por ser parte de las decisiones y las ejecuciones de acciones en el correcto desarrollo de la gestión que realiza E.M.A.P.A.T. Puerto Maldonado.

IX. METAS PROPUESTAS

La Meta propuesta es la Formulación del “PROPUESTA TÉCNICA DE MEJORA DE LA ACTITUD SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS Y ALCANTARILLADO PUERTO MALDONADO”. Para ello se deben establecer metas específicas de manera resumida de corto, mediano y largo plazo, para ello se propone lo siguiente:

ACCIONES	METAS A CORTO PLAZO
<p>Realizar acciones programáticas específicas que forman parte de los lineamientos de un programa de estructuración para mejorar los procesos de responsabilidad social realizados por la entidad prestadora de servicios</p>	<p>Concientizar a los gobiernos descentralizados incentivar a la mejora de la responsabilidad social en las empresas prestadoras de servicios a fin de que otorguen servicios de calidad a la comunidad. Asimismo identificar puntos críticos que constituyan un activo de conocimiento para los Gestores de Proyectos y les permitirán tomar previsiones, evitar y/o reducir riesgos e implementar acciones correctivas en sus proyectos.</p>
<p>Fortalecer potencialidades de optimización de recursos subaprovechados</p>	<p>Promover la difusión y orientación de procesos de responsabilidad social que permitan generar estrategias que basadas en la mejora de los servicios prestados por estas instituciones y así evitar cualquier tipo de enfermedad por el mal uso del agua o descontento en la comunidad.</p>

ACCIONES	METAS A MEDIANO PLAZO
<p>Capacitación en materia de gestión de servicios en las Instituciones Públicas, Las Universidades e Institutos y la Sociedad Civil, para la formación de profesionales capacitados para una adecuada estrategia de manejo sostenible del medio ambiente.</p>	<p>Generará que las empresas contratistas que ejecutan procesos de servicios públicos, no solo se preocupen por la rentabilidad de sus empresas, sino también prioricen su rol y responsabilidad por el desarrollo nacional y con nuestra sociedad y cuando elaboren y ejecuten proyectos, se constituyan en aliados estratégicos de nuestras instituciones públicas y contribuyan con la optimización de recursos.</p>

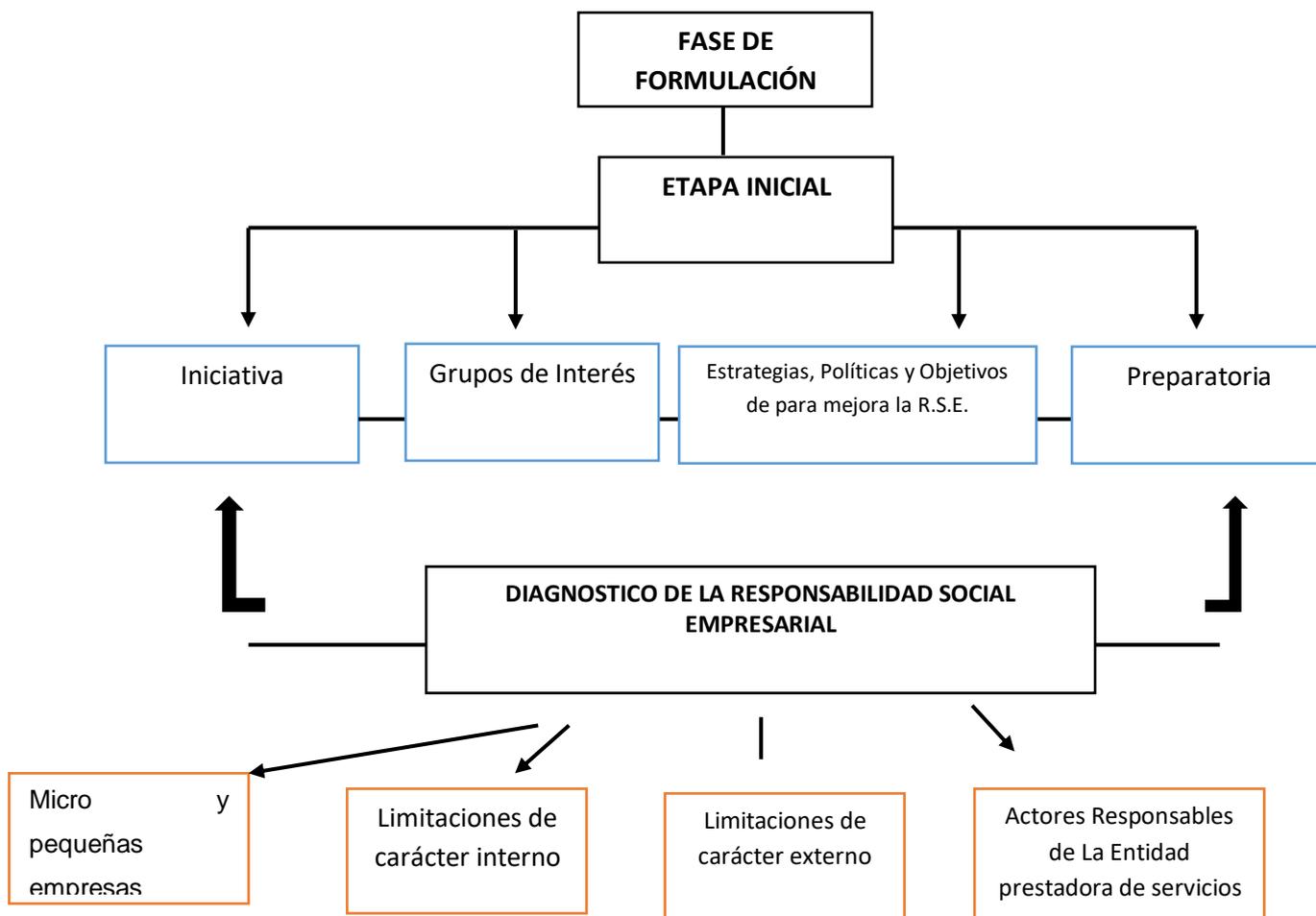
ACCIONES	METAS LARGO PLAZO
Mejorar las estrategias de responsabilidad social, de manera que se logren destrabar los proyectos de inversión públicas que se necesitan para beneficio de las poblaciones menos favorecidas.	Ejecutar en el menor tiempo posible proyectos de responsabilidad social, orientados al beneficio de las poblaciones y mejora continua de los procesos administrativos.
Implementar estrategias y políticas de crecimiento y desarrollo económico y social que priorice a los territorios con mayores brechas de servicios básicos	Generar que el gobierno nacional debe establecer una política financiera clara y predecible para la asignación de los recursos nacionales de inversión.

X. RESPONSABLES DE LA IMPLEMENTACION

Para implementar la “PROPUESTA TÉCNICA DE MEJORA DE LA ACTITUD SOCIALMENTE RESPONSABLE DE LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS Y ALCANTARILLADO PUERTO MALDONADO”, se deberá incorporar todos los actores sociales, económicos y políticos; así como al equipo técnico responsable. Por tanto los responsables deberán ser:

- El Congreso de la República
- Ministerio del Ambiente
- Gobiernos Regional de Madre de Dios
- Gremios Empresariales
- Universidades

XI. METODOLOGÍA



XII. PASOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

12.1. Datos generales

Título del Plan:

Programa Social:

Fecha de inicio:

Fecha de término:

Lugar:

Provincia:

Región:

Autoridades del Programa:

12.2. Descripción del proyecto

- Presentación de la propuesta a desarrollar. Se pretende estado promulgue leyes específicamente orientadas a combatir la extrema pobreza.
- Como se desarrollara la intervención para atender el problema. Que se determine a las entidades responsables del desarrollo de esta población, así mismo se conforme un equipo responsable a través del ministerio de ambiente para que realice el proceso completo de estudio de factibilidad técnica y aprobación de mejora de actividades de responsabilidad social a fin de mejorar la calidad en sus servicios
- Se explica el objetivo y los resultados que se esperan lograr.

12.3. Identificación del problema

Cuál es el problema que buscamos erradicar. Causas y efectos.

12.4. Diseño de la Propuesta

Elaboración de una propuesta para un caso específico, en base a los criterios para aplicar fomentar la mejora en las gestiones administrativas a nivel de las entidades públicas, y comprende: Propuesta, diagnóstico institucional, problemática respecto al diagnóstico de mejora de la actitud socialmente responsable de las entidades prestadoras de servicios, metas propuestas, responsables de la implementación, metodología.

- Elaboración de la Guía de Trabajo.

12.5. Justificación de la Propuesta

Esta investigación tiene como propósito crear conciencia sobre la importancia de implementar herramientas para mejorar la actitud socialmente responsable en las empresas, especialmente en las entidades prestadora de servicios públicos. Que se determine que entidades serán las responsables del desarrollo de esta población, así mismo se conforme un equipo responsable del Ministerio del Ambiente para que realice monitoreos correspondientes y auditorias para mejorar las estrategias de responsabilidades social en estas entidades y evitar inconformidades en la comunidad y focos infecciosos por los malos procedimientos aplicados, motivado a que los mismos solo generan atraso a la población. Asimismo lograr concientizar a las autoridades sobre la importancia que tiene la mejora a contribuir por parte de las empresas con el bienestar de la población,

siendo el contexto de estudio la población de Puerto Maldonado. Lo dicho servirá como información complementaria para estudios futuros con el fin de incentivar a las diferentes empresas a tomar acciones en pro de una actitud socialmente responsable.

12.6. Objetivos y resultados

- El objetivo expresa el cambio que deseamos alcanzar con el plan. Se describe en el logro y responde a tres preguntas: ¿Quiénes (beneficiarios)? ¿Qué capacidades/actitudes desarrollan? ¿Cómo (estrategia innovadora)?
- Los resultados, configuran el logro del objetivo del Plan; son fruto de las actividades realizadas y permitirán alcanzar el objetivo. Los resultados se enuncian como afirmaciones.

12.7. Socialización de la Propuesta

- Diseño de estrategia de generalización
- Publicación de estrategias que conforman la Propuesta
- Socialización desde el Plan

12.8. Validación de la Propuesta

- Diseño de la validación
- Capacitación de autoridades regionales
- Capacitación de los autoridades locales
- Trabajo de campo
- Ajuste de la Propuesta Inicial

12.9. Actividades, Cronograma, Responsables y Presupuesto

- Las actividades para alcanzar los resultados.
- Realizar un cronograma.
- Las municipalidades deben asumir responsabilidades frente a las actividades.
- Una actividad podrá servir a más de un resultado, pero no estar considerada en varios resultados a la vez.
- Se debe elaborar un presupuesto indicando la actividad, el costo unitario y el costo total por actividad, para establecer el presupuesto.

12.10. Evaluación y monitoreo

- Contribuye a la reflexión sobre ¿cómo nos va con el desarrollo de la propuesta?

- La evaluación permite medir, a través de los indicadores, los avances respecto a los resultados.
- Se debe señalar ¿en qué momento se hará la evaluación, con qué instrumentos y qué medios de verificación nos demostrarán el logro alcanzado?

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amado, C. & Niño, J. (2009). *Responsabilidad social empresarial con el medioambiente en las empresas de servicios públicos domiciliarios en Bogotá*. Universidad de La Salle.
- Annan, K. (1999). *UN Global Compact, World Economic Forum in Davos, Switzerland*. UN Press release SG/SM/6881.
- Andriof & McIntosh (2009). *Perspective on corporate Citizenship*, Greenleaf Publishing Ltd, Sheffield, UK, 14-24; 2001. In: Pedersen, E.R. Modelling CSR: How Managers Understand the Responsibilities of Business towards Society. *Journal of Business Ethics*. 91, 155-166.
- Araque & Montero. (2006). *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria.
- Arenas, D. (2010). *La RSE y la crisis desde el punto de vista de la empresa*. En Morata, F., Vilá, B. & Suárez, C. (Eds.), *La responsabilidad social de la empresa a debate. Lecciones de la crisis (55-57)*. Barcelona: IUEE.
- Arenas & María, J. (2010). *Corporate citizenship*. En Batllori, G. (Ed.), *El MBA de ESADE. Todos los conocimientos para alcanzar el éxito profesional (499-525)*. Barcelona: Planeta.
- Arroyo, G. (2006). *La Empresa Globalizada y su Responsabilidad Social*. Perú.
- Austin, J. (2003). *Conferencia Interamericana de Responsabilidad Social de la Empresa*. Documento presentado en Panamá, Conferencia de BALAS.
- Bauman, Z. (2010). *Mundo consumo. Ética del individuo en la aldea global*. Barcelona: Paidós.
- Cancino, & Morales, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. Base de datos en internet Santiago de Chile: Universidad de Chile; Serie Documentos Docente No 1.

- Castillo, A. (1986). *La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*, Tesis doctoral Málaga.
- Chiavenato. (2013). *Comportamiento organizacional*. México: Thomson.
- Cortina, A. (2003). *Construir Confianza*. Madrid: Trotta.
- Davis, K. (2004). *Can Business afford to ignore Corporate Social Responsibilities?* California Management Review 2, 70-76; 1960. In: Garriga, E. and Melé, D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. Journal of Business Ethics. 2004; 53, 51-71.
- Davis, K. (2004). *Understanding the Social Responsibility Puzzle*. Business horizons 10(4), 45-51; 1967. In: Garriga, E., and Melé, D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. Journal of Business Ethics 53, 51-71.
- Donaldson & Preston (1995). *The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications*. Academy of Management Review. 20(1), 65-91.
- De la Cuesta, M. (2012). *La responsabilidad social corporativa o la responsabilidad social de la empresa*. Jornadas de Economía Alternativa y Solidaria.
- Donaldson & Dunfee (1994). *Towards a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory*, Academy of Management Review, 1994; 19, 252- 284.
- Donaldson, A. (2004). *Social Contracts Approach to Business Ethics*. Harvard Business Scholl Press, Boston, 1999. In: Garriga, E. and Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapin the Territory. Journal of Business Etnics. 2004; 53, 51-71.
- Fernández & Martínez (2003) *¿Es necesaria una regulación de la Responsabilidad Social en Europa?* En Boletín Económico De Ice N° 2775 Del 36 Del 21 De Julio Al 31 de Agosto de 2003.

- Friedman, M. (1970). *The Social Responsibility of business is to increase its profits*. Times Magazine, September 13.
- Freeman (1998). *A stakeholder theory of the modern corporation*. In: Pincus, L. (Ed.), *Perspectives in business ethics*. Singapore: McGraw-Hill; 1998, 171- 181.
- Flores&Peinado (2007). *El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y El Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Washington.
- Fondo Multilateral de Inversiones (2007). *Responsabilidad Social y Patrocinio*. Naciones Unidas.
- García & Gastulo (2018). *Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor para la marca Metro – Chiclayo*, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, lima-Perú.
- García-Marzá, D. (2004). *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Madrid: Trotta.
- Garrigues&Trullenque (2008). *Responsabilidad social corporativa: ¿papel mojado o necesidad estratégica?* Harvard Deusto Business Review, 164, 18-36.
- Gladwin & Kennelly (1995). *Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research*. Academy of Management Review. 1995; 20(4), 874-904.
- Gil (2013). *La responsabilidad social universitaria desde la perspectiva ambiental: universidad y desarrollo sustentable*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gómez, M. (2012). *La gestión y la información sobre la responsabilidad social empresarial de las Pymes: La necesidad de diferenciación*.
- Hernández, et. al. (2007). *Estrategia y conducta social de la organización*. Salamanca: Universidad Pontificia Salamanca.

- Hollender & Breen (2010). *The responsibility revolution. How the next generation of businesses will win*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Kalaydjian & Rzyk (2012). *Responsabilidad social empresarial y su influencia en la decisión de compra del consumidor*. Universidad Argentina de la Empresa, Buenos Aires-Argentina.
- Kaku, R. (1997). *The Path of Kyosei*, Harvard Business Review. 1997; 75(4), 55-62.
- Kobashikawa (2015). *Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Tambopata-EMAPAT S.R.L. Ltda*, Universidad Nacional de Ingeniería, Lima-Perú.
- Koontz. (2010). *Administración una perspectiva global*. En K. Harold, *Administración una perspectiva global*. (págs. 58-60). México: Mc Graw Hill.
- Diario Oficial El Peruano (2002). *Ley del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, N° 27711*, publicada en 30 de abril del 2002.
- Diario Oficial El Peruano (2004). *Ley de Radio y Televisión, N° 28278* publicada el 15 de julio del 2004.
- Diario Oficial El Peruano (2005). *Ley General del Ambiente, N° 28611* publicada el 13 de octubre del 2005.
- Letelier, L. (2007). *La Teoría de la descentralización fiscal*. Documentos de Apoyo Docente, N° 15. (Enero 2007). INAP. Universidad de Chile.
- Litz (1996). *A resource-based-view of the socially responsible firm: Stakeholder interdependence, Ethical Awareness, and Issue Responsiveness as Strategic Assets*, Journal of Business Ethics. 1996; 15, 12.
- Lozano, J. (1999). *Ética y empresa*. Madrid: Trotta.
- Orozco (2014). *Comunicar la RSC y la incidencia en la reputación de las empresas de comunicación. El caso de LA maratón de Tv3*. Universitat Autònoma de Barcelona, España.

- Martínez, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá, D.C.: Colección Ciencias Administrativas.
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2005). *Decreto Supremo N° 023-2005- VIVIENDA*.
- Miralles, J. (2006). *Ética Empresarial y RSC ¿Complementariedad? ¿Diálogo?* En Benavides, J., Fernández, J. & Villagra, N. (Eds.), *La ética y la responsabilidad social de las empresas y organizaciones*, (77-96). Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Mullerat, R. (2010). *International corporate social responsibility. The role of corporations in the economic order of the 21st century*. London: KluwerLaw International.
- Navarro, F. (2008). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. Madrid: ESIC.
- Nicholson (2010). *Microeconomía intermedia y sus aplicaciones*.
- Normas de Reorganización Institucional y Reglamento de Organización y Funciones de PROMPEX, aprobadas por Decreto Supremo N° 013-2003-MINCETUR publicado en el Diario Oficial El Peruano, 27 de junio de 2003.
- Palacios (2017). *El comportamiento del consumidor y la inversión socialmente responsable*. Universidad de Extremadura, España.
- Prahalad, C. (2002). *Strategies for the bottom of the economic pyramid: India as a source of innovation*, Reflections. The SOL Journal. 3(4), 6-18.
- Prahalad & Hammond (2002). *Serving the World's Poor, Profitably*, Harvard Business Review. 80(9), 48-58.
- Pastor (2014). *Evaluación de la satisfacción de los servicios de agua y saneamiento urbano en el Perú: De la imposición de la oferta a escuchar a la demanda*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima-Perú.

- Perdiguero, T. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Anagrama.
- Polo (2015). *Integración del Mercadeo con la responsabilidad social empresarial (R.S.E) en las empresas de servicios públicos domiciliarios (E.S.P) del Municipio de Manizales*.
- Porter & Kramer, (2002). *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*. Harvard Business Review. 2002; 80(12), 56-69.
- Ramiro, P. (2009). *Las multinacionales y la responsabilidad social corporativa: de la ética a la rentabilidad*. En Hernández, J. & Ramiro, P. (Ed.), El negocio de la responsabilidad. Crítica de la responsabilidad social corporativa de las empresas transnacionales (47-78). Barcelona: Icaria.
- Robert, C. (1995). *La ética de los negocios*, Alianza Editorial, Madrid, Cap.31.
- Royo, T. (2007). *La responsabilidad social empresarial. Oportunidad de mejora interna de gestión, ventaja competitiva, diferenciación y reputación de medianas y pequeñas empresas*. Journal DYNA Ingeniería e industria, 82 (8), 445-449.
- Quispe (2015). *Responsabilidad social empresarial y satisfacción laboral de los colaboradores del Hipermercado Tottus, S.A, Pacasmayo: 2015*. Universidad Nacional De Trujillo- Perú.
- Savedof&Spiller (2000). *Agua perdida: Compromisos institucionales para el suministro de servicios públicos sanitarios*. Banco Interamericano de Desarrollo, 2000.
- Sen, A. (1999). *Nuevo examen de la Desigualdad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Social Enterprise Knowledge Network (SEKN) (2004). *Alianzas Sociales en América Latina*. Enseñanzas extraídas de colaboraciones entre el sector privado y organizaciones de la sociedad civil.
- Stoner, J. (2002). *Administración*. Prentice Hall. Hispanoamericana. México.

- Valor& Hurtado (2009). *Las empresas españolas y la responsabilidad social corporativa. La contribución a los objetivos de desarrollo del milenio*. Madrid: Catarata.
- Vives, A. (2010). *La responsabilidad social de las empresas. Enfoque ante la crisis*. Madrid: Fundación Carolina.
- Villalonga& Server (2006). *El concepto de responsabilidad social corporativa. Razones para incorporarla en la estrategia empresarial*. En Vargas, L. (Ed.), *Mitos y realidades de la responsabilidad social corp.*
- Yepes, G., Peña, W. & Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad social empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Wood&Lodgson (2002). *Business Citizenship: From Individuals to Organisations*. *Business Ethics Quarterly*, Ruffin Series. 2002; (3), 59-94.

IX. ANEXOS

Anexo 1

Matriz de sistematización de variables

Título de la Tesis: Factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017”

Objetivo General

Determinar y analizar cuáles son los principales factores y en qué medida inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

Objetivos específicos

- Determinar y analizar si la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- Determinar y analizar si el impacto de la responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- Determinar y analizar si las inversiones sociales en un contexto competitivo pueden considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- Determinar y analizar si el Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado puede considerarse como uno de los factores que incide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.
- Determinar y analizar si la filosofía empresarial de responsabilidad social puede considerarse como uno de los factores que i ncide significativamente en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado “EMAPAT”- Puerto Maldonado 2017.

FUENTES CATEGÓRICAS PREGUNTAS	POBLADORES	BENEFICIARIOS	TRABAJADORES	REVISIÓN LITERARIA
	CUESTIONARIO	CUESTIONARIO	GUÍA DE ENTREVISTA	ANÁLISIS DEDATOS

CATEGORIA O CONSTRUCTO MARCO NORMATIVO				
INDICADOR N°1 Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos	X	X	X	Tiene por objeto regular la conservación y protección de las cabeceras de cuenca, incorporando en el artículo 75 de la Ley 29338, Ley de Recursos Hídricos, el establecimiento de los criterios técnicos para la identificación y delimitación de las cabeceras de cuenca, a fin de evaluar la implementación de medidas especiales para su protección y conservación según su vulnerabilidad.
INDICADOR N°2 Decreto Supremo N° 059-2005-EM	X	X	X	Señala que los bonos de Responsabilidad Social Ambiental son un instrumento de financiamiento para la remediación ambiental de las áreas impactadas por los pasivos ambientales mineros. Tiene carácter de no reembolsable y sin intereses.
INDICADOR N°3 Decreto Supremo N° 040-2014-EM;	X	X	X	Reglamento de Protección y Gestión Ambiental para las Actividades de Explotación, Beneficio, Labor General, Transporte y Almacenamiento Minero; en su Artículo 16.- De la responsabilidad ambiental, señala que el titular de la actividad minera es responsable por las emisiones, efluentes, vertimientos, residuos sólidos, ruido, vibraciones y cualquier otro aspecto de sus operaciones, así como de los impactos ambientales que pudieran generarse durante todas las etapas de desarrollo del proyecto, en particular de aquellos impactos y riesgos que excedan los Límites Máximos Permisibles y afecten los Estándares de Calidad Ambiental, que les sean aplicables o afecten al ambiente y la salud de las personas.
INDICADOR N°4 Ley N° 29381, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y	X	X	X	Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, establece que la entidad promueve las normas y estándares nacionales de responsabilidad social empresarial en material laboral.

Promoción del Empleo				
CATEGORIA O CONSTRUCTO MARCO REFERENCIAL				
INDICADOR 1 Título de tesis; Comunicar la RSC y la incidencia en la reputación de las empresas de comunicación. El caso de la maratón de Tv3	X	X	X	La investigación refiere que el constante cambio en el que se suscribe la sociedad actual, y por ende la gestión empresarial, ha permitido el advenimiento de múltiples enfoques de análisis y desarrollo de las teorías relacionadas con la responsabilidad social corporativa (RSC). Bajo estas circunstancias, se asumen diversas perspectivas, que van desde la simple etimología del concepto hasta incluso las implicaciones que RSD tiene sobre la estrategia organizacional o el desarrollo sostenible. En este estudio, se asume la RSC desde la perspectiva de la comunicación, la gestión de intangibles y la reputación.
INDICADOR 2 Título de tesis; El comportamiento del consumidor y la inversión socialmente responsable	X	X	X	El autor de la tesis Palacios (2017) señala que el conocimiento sobre el comportamiento socialmente responsable de los consumidores ayudará a las administraciones públicas y a ciertas organizaciones no lucrativas a diseñar sus campañas de comunicación para promocionar el consumo responsable. Podrán conocer el perfil de los individuos con mayor predisposición a actuar, así como las variables que influyen en dicha predisposición.
INDICADOR 3: Título de tesis; Incidencia de las prácticas socialmente responsables internas en la formación de la identidad corporativa del	X	X	X	Cubeños, 2017, señala que hablar de prácticas socialmente responsables internas, hace referencia a diferentes acciones que toma la empresa privada para mejorar el desempeño laboral, y que siendo parte de la perspectiva laboral inciden en la identidad corporativa que tiene el colaborador o trabajador en representación a su institución laboral. Para medir la identidad corporativa es indispensable evaluar no solo las condiciones de

colaborador obrero: Aplicación de la metodología del balance social en la empresa privada Postes del Norte, S.A				trabajo bajo las cuales se labora y las actividades que a diario se desempeña; sino conocer las prácticas socialmente responsables internas que impulsa la empresa, esto determinará si hay un superávit o un déficit social
INDICADOR 4: Título de tesis; Plan maestro de la empresa municipal de agua potable y alcantarillado de Tambopata-EMAPAT S.R.L. Ltda.	X	X	X	Kobashikawa (2015) señala que la fijación de metas óptimas de gestión se establece a partir de una mejora gradual en la calidad de los servicios de agua potable y alcantarillado, orientado principalmente hacia la expansión de la cobertura de agua potable y alcantarillado, la reducción de agua no contabilizada y el incremento de la cobertura de micromedición.
CATEGORIA O CONSTRUCTO MARCO CONCEPTUAL				
INDICADOR 1 Responsabilidad social empresarial	X	X	X	La responsabilidad social empresarial ha sido estudiada desde una amplia diversidad de disciplina y ámbitos empresariales, generándose, por un lado, un caudal conceptual importante, pero al tiempo una profusión terminológica (García –Maza, 2004) que ha terminado por enrarecer el panorama de estudio y aplicación de sus teorías.
INDICADOR 2 La actualidad de la responsabilidad social	X	X	X	Hollender& Breen (2010), indican que es indudable que la época que vive la responsabilidad social empresarial en la actualidad está influenciada por factores de gran importancia, que no solo están afectando a las empresas, a las organizaciones, o a los medios, sino también a la sociedad misma. Aunque estos factores pueden ser variados, se consideran cuatro elementos que están permeando constantemente el desarrollo de la responsabilidad social empresarial.

<p>INDICADOR 3</p> <p>Ética empresarial</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>Las organizaciones que han optado por implementar la RSC como un lavado de cara han entendido que la ética empresarial es una oportunidad para contrarrestar los efectos de una crisis de imagen o para aumentar el valor de sus intangibles. Esta actuación, que Mercader (2010) denomina como “Business ethics” y que Ramiro (2009) llama “cosmética de los negocios” puede provocar importantes perjuicios a las empresas, ya que en el momento en que los stakeholders reconocen una acción de esta índole reaccionan y su poder se evidencia, no solo en la pérdida de usuarios o consumidores, sino, y aún más importante, en posibles boicots y divulgación de sus malas políticas en las redes sociales y en los medios de comunicación masiva.</p>
<p>INDICADOR 4</p> <p>Problemas éticos y responsabilidad social</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>La falta de ética empresarial ha sido uno de los factores más importantes para la generación de crisis que han tenido que afrontar un número importante de empresas en los últimos años. Algunas han alcanzado grandes magnitudes, sobre todo por el nuevo poder de los stakeholders, el uso de las TIC y una globalización caracterizada por una situación de interdependencia en donde lo que ocurre en un lugar influye en las vidas de personas en todo el mundo (Bauman, 2010).</p>
<p>INDICADOR 5</p> <p>Impacto de la responsabilidad social</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>Flores&Peinado (2007) refiere que los casos en que se han incorporado prácticas de responsabilidad social no siempre se han limitado a esfuerzos de tipo individual, sino que en algunas ocasiones han involucrado a grupos de empresarios de una misma industria, a gobiernos o a otros actores. Incluso, en muchos casos, la responsabilidad social se ha aplicado producto de las presiones del entorno en donde operan las empresas.</p>
<p>INDICADOR 6</p> <p>Las empresas</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>Según el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2005) las Entidades Prestadoras de Servicios (EPS), son las encargadas de la producción, distribución y comercialización de agua potable, así como</p>

prestadoras de servicios				la recolección, tratamiento y disposición final de las aguas servidas. Por estos servicios se cobran tarifas y se toman todas las acciones necesarias para que dichos servicios sean sostenibles en el tiempo.
INDICADOR 7 Bienes públicos	X	X	X	Nicholson (2010) precisa que los bienes públicos se caracterizan por dos atributos fundamentales: la no exclusividad y la no rivalidad. Este tipo de bienes se asume como los producidos por los gobiernos, en tanto no son adecuados para los mercados privados. La mayoría de bienes privados pueden ser excluyentes en la medida que los usuarios pueden excluir al resto de usuarios de los beneficios de consumir dicho bien.
INDICADOR 8 Instrumentos de gestión	X	X	X	Las empresas prestadoras de servicio elaboran diversos planes institucionales como: estratégico, de inversiones, operacional, de compras, entre otros; tienen diversos instrumentos de gestión como: TUPA, manuales, reglamentos, directivas; utilizan software general y especial para actividades comerciales, operacionales y de inversiones; cada una de las EPS ha desarrollado tecnología de atención al cliente y procedimientos de respuesta con altos niveles de independencia.
CATEGORIA O CONSTRUCTO MARCO TEÓRICO				
INDICADOR 1 Teorías instrumentales	X	X	X	Gómez (2012) se sustenta en el paradigma ortodoxo Neoclásico de la economía y de la gestión estratégica de la administración, que enfatizan en la obtención de beneficios en el corto, mediano y largo plazo, en donde la responsabilidad social empresarial puede llegar a convertirse en la palanca impulsora para el logro de los objetivos y metas establecidas por los directivos de las empresas.
INDICADOR 2				Martínez (2011) considera que en estas teorías se enfatiza el poder social que adquiere la empresa en la medida en que ella se inserta en una sociedad

Teoría de carácter político	X	X	X	determinada. Específicamente, los estudios al respecto explican que existe una relación o contrato social entre las empresas y la comunidad en que participan, el cual viene dado por el poder e influencia que tiene cada organización sobre la economía. Bajo esta perspectiva la empresa se ve presionada por la sociedad a dirigir sus obligaciones y derechos o participar activamente en asegurar la colaboración social. En este enfoque no se requiere, necesariamente, la creación de riqueza para ser considerado como empresa responsable.
INDICADOR 3 Teorías integradoras	X	X	X	En este grupo se desarrollan una serie de propuestas que buscan explicar el desarrollo de actividades de responsabilidad social empresarial por el deseo de captar, identificar y dar respuestas para integrar diversas demandas sociales, las cuales son consideradas como la forma en que se expresa la comunicación entre la empresa y la sociedad. Entre estas demandas se destaca el cumplimiento de las leyes, las políticas públicas y la gestión balanceada de los intereses particulares de los grupos de interés de una empresa.
INDICADOR 4 Teorías éticas	X	X	X	Las teorías éticas plantean en términos generales los requerimientos éticos que combinan la relación entre la empresa y la sociedad. Se basa en principios que expresan que se debe y que no se debe hacer o la necesidad de construir una sociedad mejor. En estas teorías se estudia el desarrollo de acciones socialmente responsables como respuesta al cumplimiento de derechos universales, como el respeto por los derechos humanos, los derechos de los trabajadores, el respeto del medio ambiente, la preocupación por el desarrollo sostenible, considerando como actividades de negocios que presten atención al progreso tanto de las generaciones presentes como futuras
CATEGORIA O CONSTRUCTO MARCO EPISTEMOLÓGICO				
INDICADOR 1				Filosofía empresarial de responsabilidad social: Se requiere un cambio radical de enfoque, de manera que el

Filosofía empresarial de responsabilidad social	<p style="text-align: center;">X</p>	<p style="text-align: center;">X</p>	<p style="text-align: center;">X</p>	<p>fin no sea exclusivamente el interés del dueño y sus expectativas, sino todos los grupos de interés. Tendríamos entonces unos fines al estilo del imperativo categórico kantiano, donde el hombre no sería medio sino fin, pero que no cometa el error kantiano de disponer de la naturaleza de manera ilimitada. Por el contrario que su interrelación sea tutelada bajo el principio del desarrollo sostenible. En tal sentido, el medio ambiente será parte de los fines, comoquiera que los daños causados al medio afectan a las personas.</p>
--	---	---	---	--

2	¿Considera necesario la creación de mecanismos para la participación de la población en la toma de decisiones que afectan el agua en cuanto a calidad, cantidad, oportunidad u otro atributo del recurso?					
3	¿Considera que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos fomenta el fortalecimiento institucional y el desarrollo técnico de las organizaciones de usuarios de agua?					
4	¿Considera importante promover programas de educación, difusión y sensibilización, mediante la sociedad civil?					
5	¿Considera que el Estado promueve y vela por el respeto de las condiciones que otorgan seguridad jurídica a la inversión relacionada con su uso, sea pública o privada o en coparticipación?					
Impacto de la Empresa Socialmente Responsable						
6	¿Para que una empresa sea socialmente responsable debe cumplir la legislación en materia medioambiental y hacer un correcto uso de sus recursos?					
7	¿Considera que cuando una empresa tiene una actitud socialmente responsable se producen efectos muy beneficiosos en el entorno?					
8	¿Considera que la EPS y alcantarillado EMAPAT- Puerto Maldonado es una empresa con enfoque socialmente responsable?					
9	¿Considera que la gestión EMAPAT de Puerto Maldonado produce un impacto a nivel social y ambiental?					
10	¿Considera necesario el compromiso de la EMAPAT – Puerto Maldonado en ser una organización con una actitud socialmente responsable?					
Inversiones sociales en un contexto competitivo						
11	¿Considera que la EMAPAT- Puerto Maldonado debe realizar inversiones sociales en un contexto competitivo para generar una actitud socialmente responsable?					
12	¿Realizar inversiones sociales en un contexto competitivo supone la sostenibilidad ambiental y social?					
13	¿Un comportamiento responsable supone políticas de buen gobierno y transparencia que inciden de nuevo en la credibilidad de los mercados y en el mejor acceso a la financiación?					
14	¿Cree usted que la EMAPAT – Puerto Maldonado contribuye a la mejora e inclusión social de su entorno?					
15	¿Considera necesario aplicar criterios de responsabilidad como factor que permita gestionar los riesgos potenciales y ambientales de la EMAPAT – Puerto Maldonado?					
Plan maestro municipal de agua potable y alcantarillado						
16	¿Considera que la EMAPAT- Puerto Maldonado maneja un adecuado plan de agua potable y alcantarillado?					
17	¿Para tener una actitud socialmente responsable es necesario la gestión de un plan maestro para enfrentar los					

	retos de la sociedad?					
18	¿Cree usted que la falta de una norma nacional de calidad del agua para consumo humano, limita un adecuado desarrollo de estos programas?					
19	¿Cree usted que la falta de autonomía de la EPS limita sus posibilidades de alcanzar una gestión eficiente?					
20	¿Considera que la falta un comportamiento responsable supone políticas de buen gobierno y transparencia que inciden de nuevo en la credibilidad de los mercados y en el mejor acceso a la financiación?					
Filosofía empresarial de responsabilidad social						
21	¿Considera que las empresas prestadoras de servicios deben procurar un adecuado manejo de responsabilidad social con enfoque ambiental?					
22	¿La actitud socialmente responsable de una empresa debe contribuir a la mejora y conservación del medio ambiente?					
23	¿Considera que para que la EMAPAT- Puerto Maldonado alcance una actitud socialmente responsable debe certificar sus procesos y productos con normas internacionales; impulsando y patrocinando programas que se adelanten en su esfera de acción?					
24	¿Una empresa socialmente responsable comprende la dinámica social y la problemática que la agobia, dando respuesta razonable a sus expectativas?					
25	¿Una empresa socialmente responsable respecto a la sociedad, rompe con el paradigma tradicional de sólo satisfacer a los dueños y actúa para solucionar los problemas sociales?					

Anexo 3

Guía de entrevista

1. ¿La gestión integrada de los recursos hídricos debería sustentarse en el aprovechamiento eficiente y su conservación, incentivando el desarrollo de una cultura de uso eficiente entre los usuarios y operadores?
2. ¿Considera usted que EMAPAT – Puerto Maldonado debería identificar y gestionar de manera transversal los riesgos sociales y ambientales que se generan en torno a su gestión?
3. ¿Según su criterio la EMAPAT – Puerto Maldonado debería generar inversiones sociales en un contexto competitivo logrando beneficios para la comunidad?
4. ¿Considera que la EMAPAT – Puerto Maldonado debe esforzarse por obtener una mejora gradual en la calidad de los servicios de agua potable y alcantarillado?
5. ¿Cree usted, que los fines de la EMAPAT – Puerto Maldonado deberían ser compatibles con los fines de la sociedad?

Anexo 4

Confiabilidad de los ítems y dimensiones del instrumento

Nº	ÍTEMS	Correlación elemento – total corregida	Alfa de Cronbach si el ítem se borra
Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos			
1	¿Considera que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos regula el acceso al agua para la satisfacción de las necesidades primarias de los ciudadanos?	,707	,753
2	¿Considera necesario la creación de mecanismos para la participación de la población en la toma de decisiones que afectan el agua en cuanto a calidad, cantidad, oportunidad u otro atributo del recurso?	,715	,746
3	¿Considera que la Ley N° 30640 que modifica la Ley de recursos hídricos fomenta el fortalecimiento institucional y el desarrollo técnico de las organizaciones de usuarios de agua?	,699	,759
4	¿Considera importante promover programas de educación, difusión y sensibilización, mediante la sociedad civil?	,705	,751
5	¿Considera que el Estado promueve y vela por el respeto de las condiciones que otorgan seguridad jurídica a la inversión relacionada con su uso, sea pública o privada o en coparticipación?	,276	,866
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,816$ La fiabilidad se considera como BUENO			
IMPACTO DE LA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE			
6	¿Para que una empresa sea socialmente responsable debe cumplir la legislación en materia medioambiental y hacer un correcto uso de sus recursos?	,871	,832
7	¿Considera que cuando una empresa tiene una actitud socialmente responsable se producen efectos muy beneficiosos en el entorno?	,817	,838
8	¿Considera que la EPS y alcantarillado EMAPAT- Puerto Maldonado es una empresa con enfoque socialmente responsable?	,629	,881
9	¿Considera que la gestión EMAPAT de Puerto Maldonado produce un impacto a nivel social y ambiental?	,735	,871
10	¿Considera necesario el compromiso de la EMAPAT – Puerto Maldonado en ser una organización con una actitud socialmente responsable?	,689	,868
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,885$ La fiabilidad se considera como BUENO			

INVERSIONES SOCIALES EN UN CONTEXTO COMPETITIVO			
11	¿Considera que la EMAPAT- Puerto Maldonado debe realizar inversiones sociales en un contexto competitivo para generar una actitud socialmente responsable?	,455	,842
12	¿Realizar inversiones sociales en un contexto competitivo supone la sostenibilidad ambiental y social?	,546	,816
13	¿Un comportamiento responsable supone políticas de buen gobierno y transparencia que inciden de nuevo en la credibilidad de los mercados y en el mejor acceso a la financiación?	,610	,802
14	¿Cree usted que la EMAPAT – Puerto Maldonado contribuye a la mejora e inclusión social de su entorno?	,817	,728
15	¿Considera necesario aplicar criterios de responsabilidad como factor que permita gestionar los riesgos potenciales y ambientales de la EMAPAT – Puerto Maldonado?	,786	,745
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,827$ La fiabilidad se considera como BUENO			
PLAN MAESTRO MUNICIPAL DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO			
16	¿Considera que la EMAPAT- Puerto Maldonado maneja un adecuado plan de agua potable y alcantarillado?	,573	,814
17	¿Para tener una actitud socialmente responsable es necesario la gestión de un plan maestro para enfrentar los retos de la sociedad?	,618	,804
18	¿Cree usted que la falta de una norma nacional de calidad del agua para consumo humano, limita un adecuado desarrollo de estos programas?	,535	,822
19	¿Cree usted que la falta de autonomía de la EPS limita sus posibilidades de alcanzar una gestión eficiente?	,920	,716
20	¿Considera que la falta un comportamiento responsable supone políticas de buen gobierno y transparencia que inciden de nuevo en la credibilidad de los mercados y en el mejor acceso a la financiación?	,567	,819
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,831$ La fiabilidad se considera como BUENO			
FILOSOFÍA EMPRESARIAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL			
21	¿Considera que las empresas prestadoras de servicios deben procurar un adecuado manejo de responsabilidad social con enfoque ambiental?	,634	,830
22	¿La actitud socialmente responsable de una empresa debe contribuir a la mejora y conservación del medio ambiente?	,696	,802

23	¿Considera que para que la EMAPAT- Puerto Maldonado alcance una actitud socialmente responsable debe certificar sus procesos y productos con normas internacionales; impulsando y patrocinando programas que se adelanten en su esfera de acción?	,659	,812
24	¿Una empresa socialmente responsable comprende la dinámica social y la problemática que la agobia, dando respuesta razonable a sus expectativas?	,663	,819
25	¿Una empresa socialmente responsable respecto a la sociedad, rompe con el paradigma tradicional de sólo satisfacer a los dueños y actúa para solucionar los problemas sociales?	,700	,802
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,845$ La fiabilidad se considera como BUENO			

Anexo 5

Matriz de validación del instrumento

VALIDEZ DE INSTRUMENTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR	TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Mg. Pamela Barrionuevo Alosilla	<i>Factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017</i>

En la siguiente tabla indique la respuesta: si concuerdo (S) no concuerdo (N).
Así como puede emitir para cada observación una sugerencia de los ítems considerado

ITEMS	Si concuerdo (S)	No concuerdo (N)
1. Para realizar cada una de las pregunta se tuvo en cuenta la operacionalización de las variables	S	
2. Las preguntas responden a la variable (s) a estudiar o investigar	S	
3. Las preguntas formuladas miden lo que se desea investigar	S	
4. Las preguntas son relevantes y concretas con respecto al tema a investigar	S	
5. Existe claridad en la formulación de la pregunta	S	
6. Las preguntas provocan ambigüedad en la respuesta		N
7. El número de preguntas es adecuado	S	
8. Las preguntas responden al marco teórico usado en la investigación	S	
9. Las preguntas tienen coherencia con el diseño de la investigación	S	
10. Permite emitir con facilidad la respuesta a de los participantes	S	

OBSERVACIONES	SUGERENCIAS/MEJORA
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO	FIRMA
Nough Carlos Alberto	

Fecha.....

VALIDEZ DE INSTRUMENTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL AUTOR	TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Mg. Pamela Barrionuevo Alosilla	<i>Factores que inciden en la actitud socialmente responsable de la entidad prestadora de servicios y alcantarillado "EMAPAT"- Puerto Maldonado 2017</i>

En la siguiente tabla indique la respuesta: si concuerdo (S) no concuerdo (N).
Así como puede emitir para cada observación una sugerencia de los ítems considerado

ITEMS	Si concuerdo (S)	No concuerdo (N)
1. Para realizar cada una de las pregunta se tuvo en cuenta la operacionalización de las variables	S	
2. Las preguntas responden a la variable (s) a estudiar o investigar	S	
3. Las preguntas formuladas miden lo que se desea investigar	S	
4. Las preguntas son relevantes y concretas con respecto al tema a investigar		
5. Existe claridad en la formulación de la pregunta		
6. Las preguntas provocan ambigüedad en la respuesta		N
7. El número de preguntas es adecuado	3	
8. Las preguntas responden al marco teórico usado en la investigación	S	
9. Las preguntas tienen coherencia con el diseño de la investigación	S	
10. Permite emitir con facilidad la respuesta a de los participantes	S	

OBSERVACIONES	SUGERENCIAS/MEJORA
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO	FIRMA
<i>Moisés J. Pérez</i>	

Fecha..... *16-10-2010*

