



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**La responsabilidad social en una empresa del
Biocomercio. Caso: Limones Piuranos**

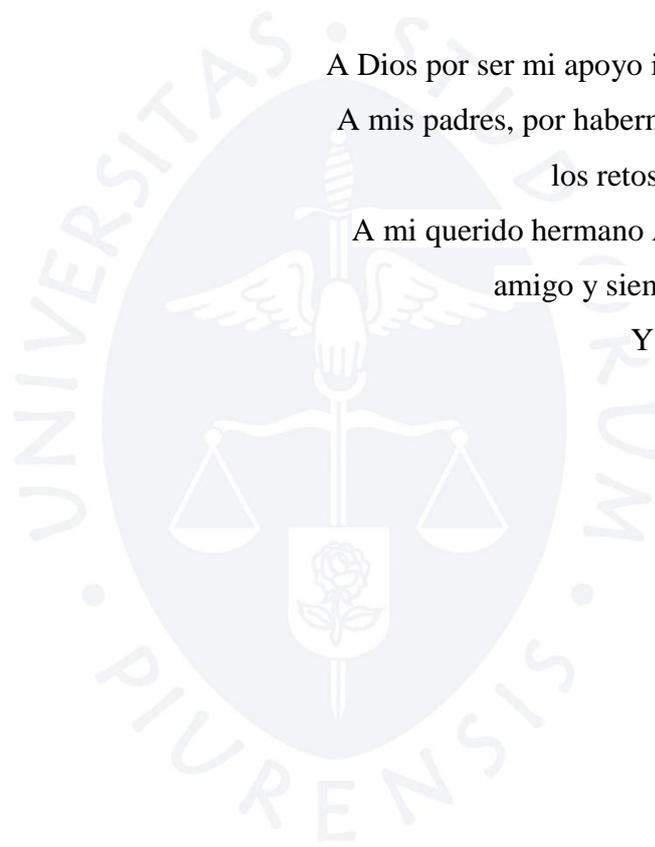
Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Administración de Empresas

María Victoria Piwosz Julian

Revisor:

Dr. Jaime Agustín Sánchez Ortega

Piura, marzo de 2019



A Dios por ser mi apoyo incondicional siempre.

A mis padres, por haberme enseñado a desafiar
los retos y alcanzar mis metas.

A mi querido hermano Alex, por ser mi mejor
amigo y siempre haberme cuidado.

Y a mí querida Victoria.

A mi madre Isabel, por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente toda mi vida; gracias por tus consejos, valores y sobre todo por tu amor.

A mi padre Matt, por haberme motivado constantemente para alcanzar mis metas y desearme siempre lo mejor para mi vida.

A mi querido hermano Alex, por haberme cuidado siempre y aunque la distancia nos separe, sabemos que estamos el uno para el otro.

A Humberto, por impulsarme a lograr mis objetivos, por su comprensión y amor en los momentos más difíciles que hemos logrado salir adelante.

A mis profesores por compartir sus conocimientos y permitirme aprender cada día más.

Al Grupo Limones Piuranos, por abrirme sus puertas y facilitarme la información para la realización de esta investigación.

Y a mi querida Victoria, por ser mi motivación y haberme enseñado la verdadera felicidad.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA EMPRESA DEL BIOCOMERCIO

CASO: LIMONES PIURANOS

SOCIAL RESPONSABILITY IN A BIOTRADE COMPANY

CASE: LIMONES PIURANOS

María Victoria Piwosz Julián

Área de conocimiento: Administración General

Correo electrónico: maria.piwosz@gmail.com

Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar la Responsabilidad Social en una empresa del Biocomercio, Grupo Limones Piuranos, debido al deterioro medioambiental, social y económico que se refleja a nivel mundial que no permiten un desarrollo sostenible. El método desarrollado fue un estudio de caso cuyo paradigma es naturalista de enfoque cualitativo con un diseño no experimental. La población y la muestra fueron de tipo censal, donde se aplicó como instrumento la entrevista a profundidad y lista de cotejo. El resultado de la investigación se realizó con la triangulación teórica a través de los resultados, la cual nos ha llevado a determinar que el Grupo Limones Piuranos tiene un alto nivel de Responsabilidad Social que ha permitido desarrollar actividades a nivel social, económico y ambiental desde sus inicios al cuidar la biodiversidad nativa logrando una agricultura sostenible.

Palabras Claves

Responsabilidad Social, Desarrollo Sostenible, Ecosistema, Recursos Humanos.

Abstract

The objective of this study was to analyze the Social Responsibility in a company of Biotrade, Limones Piuranos Group, due to environmental deterioration, social and economic reflected around the world that not allow a sustainable development. The method developed was a case study whose paradigm is naturalistic qualitative approach with a non-experimental design. Population and sample were census type, where applied as instrument interview with depth and checklist. The result of the research was carried out with the theoretical triangulation through the results, which has led us to determine that Limones Piuranos Group has a high level of Social Responsibility that has allowed to develop the social, economic and environmental activities from its beginnings to the care for native biodiversity achieving sustainable agriculture.

Keywords

Social Responsibility, Sustainable Development, Ecosystem, Human Resources.

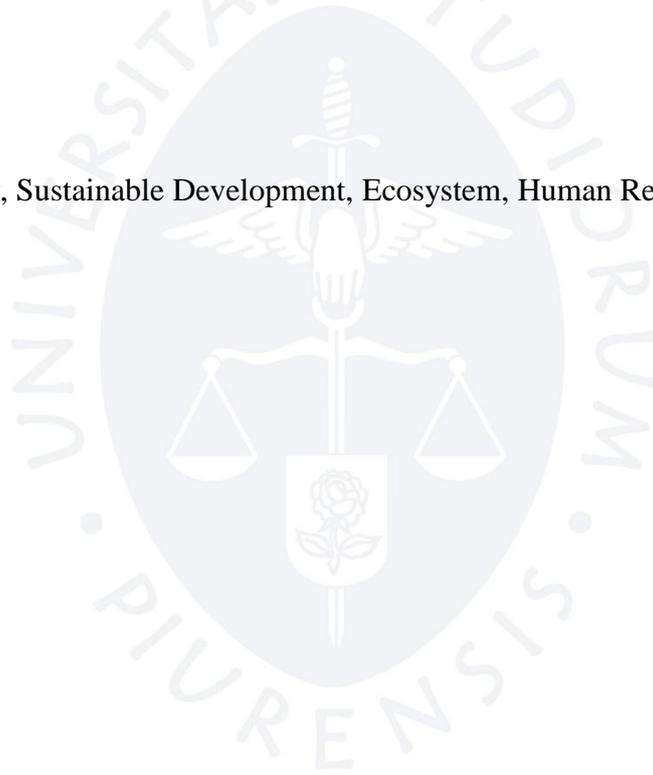
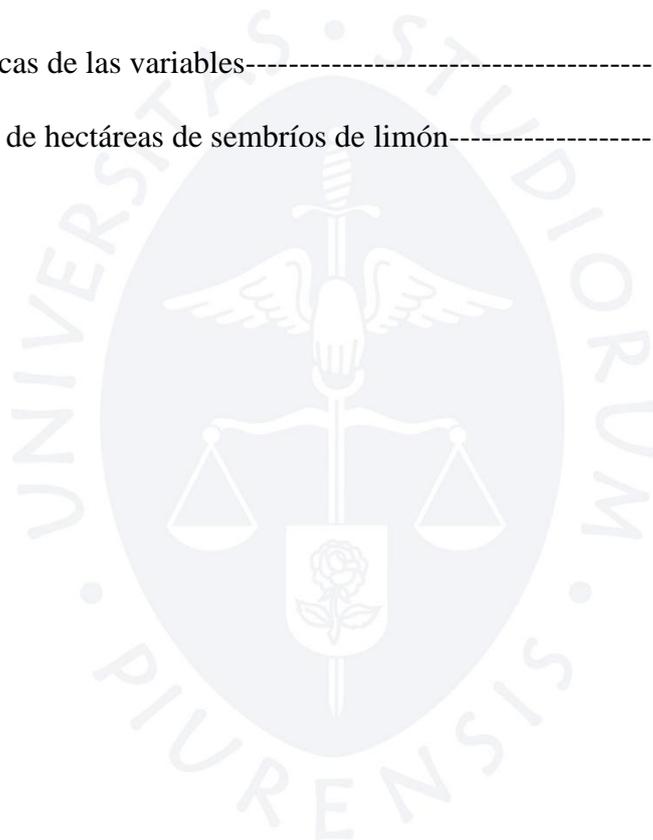


Tabla de Contenido

Introducción	1
CAPITULO I: Realidad Problemática	3
1.1 Descripción de la realidad problemática	3
1.2 Identificación y formulación del problema general	7
1.3 Objetivos de la Investigación	7
1.4 Justificación y viabilidad de la investigación	8
1.5 Marco Teórico	9
1.6 Bases Teóricas	13
1.7 Marco Conceptual	18
CAPITULO II: Metodología	21
2.1 Tipo de Investigación	21
2.2 Diseño de Investigación	21
2.3 Nivel de Investigación	21
2.4 Población de Estudio	21
2.5 Tipo de Muestreo	21
2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	22
2.7 Experiencia empresarial	22
CAPITULO III: Resultados	23
CAPITULO IV: Discusión	29
Conclusiones	31
Recomendaciones	33
Bibliografía	35
Apéndices	39

Lista de figuras

Figura 1. Número de Evaluaciones Ambientales del Sector Agrario- Perú (2007-2014)-----	4
Figura 2. Evolución de las Agro exportaciones Peruanas (2006-2016)-----	4
Figura 3. Exportación de Limón Sutil Perú 2018-----	5
Figura 4. Población Censada y Tasa de Crecimiento promedio anual de los 30 distritos más poblados-----	6
Figura 5. Características de las variables-----	23
Figura 6. Porcentajes de hectáreas de sembríos de limón-----	27



Introducción

En la actualidad, el comercio nacional e internacional de productos provenientes de la biodiversidad ha logrado una gran importancia, por lo tanto, lograr el desarrollo sostenible que implica un auge social, económico y ambiental de nuestro país teniendo como prioridad la conservación de la diversidad biológica y su uso sostenible constituye un gran reto que solo podrán asumirlo los que participen responsablemente en el proceso.

La necesidad de lograr el equilibrio entre los factores medioambientales, sociales y económicos, exige que haya un replanteamiento de las estrategias empresariales. A su vez, genera una ventaja competitiva que permite mantener y buscar el liderazgo en todos los mercados que se desarrollan, es decir a nivel mundial. (Schwalb, 2005)

Por otra parte, las normas comerciales vigentes en el ámbito internacional cada vez están más influenciadas por acuerdos con organizaciones internacionales como la Organización Mundial del Comercio, y por certificaciones de iniciativas privadas. Esta situación, es una barrera comercial para países en desarrollo, pero la demanda existente por productos preferidos para el medio ambiente como los productos orgánicos brindan una gran oportunidad a países como el Perú. (Malca, 2005)

Cabe decir, que es de vital importancia el conocimiento y la adaptación de las empresas que conozcan los requisitos comerciales para que sean competitivos y tengan acceso a todos los mercados posibles.

En el Perú, las actividades agroindustriales se desempeñan con un gran dinamismo que representan el crecimiento, en el año 2017 el sector mostró un crecimiento del 6% respecto del 2016 según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU); aun así, existen insuficiencias que no permiten condiciones de desarrollo óptimas como mejores controles y evaluaciones con el fin de hacer un seguimiento a los procesos establecidos. En tal marco, el crecimiento económico no es suficiente, por lo tanto, tiene que haber un alineamiento entre la política económica y el desarrollo acorde a los objetivos sociales y ambientales para lograr la igualdad de oportunidades como lo explica el Fundamento de la Economía Social de Mercado. El Biocomercio representa una buena alternativa para lograr beneficios económicos, conservación del medio ambiente y un equilibrio

social; el adecuado valor que se le den a los recursos de la Biodiversidad creará óptimas condiciones de crecimiento logrando la justicia e igualdad que será necesario para superar algunas de las carencias de la pobreza existentes en las zonas rurales y demás zonas del país.



CAPITULO I

Realidad Problemática

1.1 Descripción de la realidad problemática:

El cuidado y conservación del medio ambiente ha tomado un rol muy importante a nivel mundial, esta situación ha tenido una gran repercusión en el uso desmedido e insostenible de la biodiversidad que poseemos actualmente. (Rodríguez , Bustamante, & Jean-Claude, 2011).

Asimismo, la Responsabilidad Social es una preocupación creciente que se encuentra vinculada directamente a la conservación del medio ambiente, de los valores éticos y de la comunidad. En la actualidad, 203 países han tomado la iniciativa para resguardar esta situación gracias a la conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), principal órgano de la Asamblea General de la ONU, quien tomó la iniciativa desde el año 1996 con el programa Bio Trade creando alianzas significativas con distintas organizaciones nacionales e internacionales con el fin de establecer programas para reforzar las capacidades de ofrecer diferentes productos y servicios con valor agregado. (Pelaez, 2016).

Actualmente, estas alianzas promocionan el comercio apoyando con accesos a financiación y facilitando la creación de Programas Regionales de Biocomercio. En Sudamérica, el Biocomercio se ha convertido en una tendencia por la gran oportunidad de desarrollo gracias a la biodiversidad. En nuestro país, el Biocomercio se encuentra en una etapa incipiente, es decir, aún falta concientizar a los empresarios y colaboradores del entorno; las exportaciones de los recursos de la biodiversidad provienen de las zonas más pobres del país, sin embargo el Perú es uno de los 10 países con mayor mega diversidad según la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, lo cual es una gran oportunidad para desarrollar la economía de manera sostenible; esto mejoraría la situación económica con mayores ingresos para las familias; la situación social con mejor calidad de vida, más trabajo para la sociedad y la situación ambiental con el uso sostenible de los recursos. (Pelaez, 2016).

Según el proyecto de Biocomercio Andino, el 73% de las empresas que pertenecen al Biocomercio son del sector agroindustrial y agrícola, esto se debe a la gran diversidad de productos que ofrece el Perú. En el caso de la agroindustria, los productos para la exportación tienen un valor agregado y están destinados a países como: Estados Unidos, Europa y Japón. La relación existente con la agricultura es evidente y para conservar la extracción sostenible de los

recursos es indispensable el control de los Ministerios adjudicados a cada sector. (PROMPERU, Las empresas del Biocomercio en el Perú, 2013)

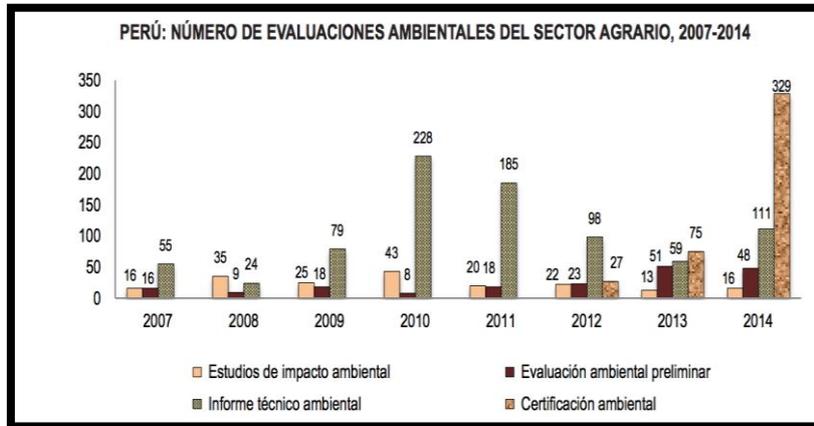


Figura 1. Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

Según la figura 1, con el transcurso de los años el Perú ha mejorado las evaluaciones ambientales que se realizan a cada empresa con el fin de conservar el medio ambiente; sin embargo, en comparación con otros países, falta mayor control y disciplina en dichas evaluaciones. En la Normativa, en el artículo 68 el Estado debe promover la conservación de la diversidad biológica, por ese motivo, se promulgó la Ley General del Ambiente (Ley N° 26811) donde la diversidad biológica y sus elementos forman parte del patrimonio natural del país. Es necesario medir estos impactos a nivel nacional para evaluar la eficacia y eficiencia del Ministerio de Agricultura y Riego, con el fin de prevenir deterioros del entorno y desarrollar un comercio sostenible. (INEI, Peru: Anuario de Estadísticas Ambientales 2015, 2015)



Figura 2. Fuente: Aduanas- Adex Data Trade Elaborado: Aurum Consultoría y Mercado

Según la figura 2, ADEX presenta la evolución de las Agro exportaciones que han logrado un gran crecimiento en los últimos años, esto se debe a diferentes factores como: el auge en la tendencia de alimentos saludables lo que conlleva a una mayor demanda, la Biodiversidad del país que conlleva a una mayor oferta y la relación directa con las evaluaciones ambientales (Figura 1); al tener el principio de salvaguardar la calidad y cuidado del medio ambiente, se logra un mayor interés en los mercados internacionales por nuestros productos y por consiguiente, las exportaciones incrementan. (Thalya, 2017)

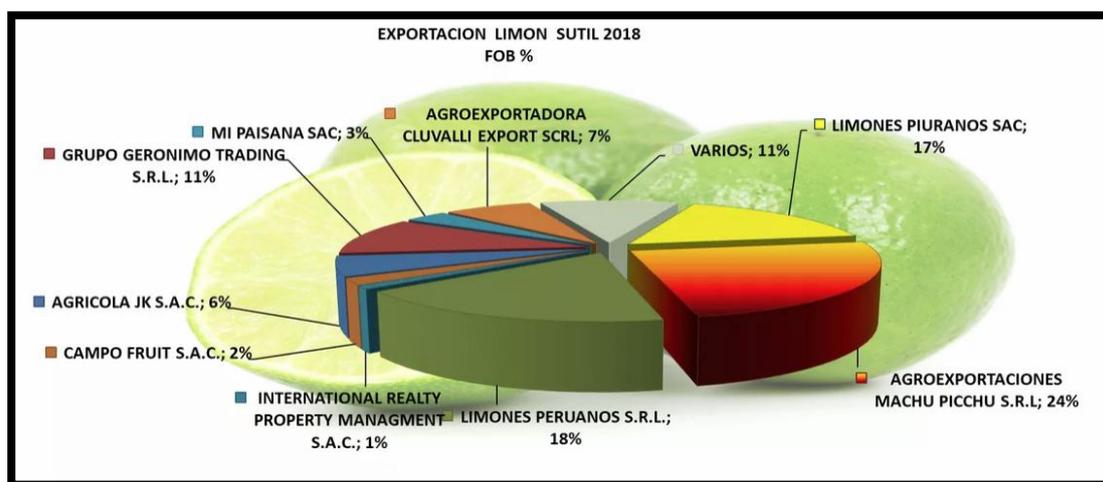


Figura 3. Fuente: Agrodata Perú

Según la figura 3, el Grupo Limones Piuranos, se encuentra en la región de Piura con una participación a nivel nacional del 17% de las exportaciones de limón sutil correspondientes al año 2018, siendo una de las tres principales exportadoras de limón fresco y derivados. (Koo, 2018), Asimismo, el departamento de Piura se encuentra como la principal región productora de limón en el Perú con una participación del 54,8% y con un 19,1 % Lambayeque del total de producción. (MINAGRI, 2017)

Según el Ministerio de Agricultura y Riego considera al limón entre los 10 principales productos cultivados permanentes en el Perú, por lo que su producción dura todo el año. El 1.7% de la superficie cosechada a nivel nacional pertenece a este producto. (Arteaga, 2012) En los últimos 10 años, la producción nacional del limón ha tenido altas y bajas recuperándose considerablemente; uno de los principales factores que generó la caída en la producción fue el Fenómeno del Niño, donde hubo grandes pérdidas de tierras agrícolas y como resultado un bajo rendimiento. (MINAGRI, 2017).

PERÚ: POBLACIÓN CENSADA Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL, DE LOS 30 DISTRITOS MÁS POBLADOS, 1993, 2007 Y 2017						
UBIGEO	DISTRITO	POBLACIÓN			TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (%)	
		1993	2007	2017	1993-2007	1993-2007
150132	San Juan de Lurigancho	582 975	898 443	1 038 495	3,1	1,5
150135	San Martín de Porres	380 384	579 561	654 083	3,0	1,2
150103	Ate	266 398	478 278	599 196	4,2	2,3
150110	Comas	404 352	486 977	520 450	1,3	0,7
070101	Callao	369 768	415 888	451 260	0,8	0,8
150143	Villa María del Triunfo	263 554	378 470	398 433	2,6	0,5
150142	Villa El Salvador	254 641	381 790	393 254	2,9	0,3
150133	San Juan de Miraflores	283 349	362 643	355 219	1,7	-0,2
150106	Carabaylo	106 543	213 386	333 045	5,0	4,6
150125	Puente Piedra	102 808	233 602	329 675	5,9	3,5
150140	Santiago de Surco	200 732	289 597	329 152	2,6	1,3
150117	Los Olivos	228 143	318 140	325 884	2,4	0,2
070106	Ventanilla	94 497	277 895	315 600	7,8	1,3
130101	Trujillo	247 028	294 899	314 939	1,2	0,7
150108	Chorrillos	217 000	286 977	314 241	2,0	0,9
140101	Chiclayo	239 887	260 948	270 496	0,6	0,4
150101	Lima	340 422	299 493	268 352	-0,9	-1,1
150118	Lurigancho	100 240	169 359	240 814	3,7	3,6
211101	Juliaca	151 960	225 146	228 726	2,8	0,2
060101	Cajamarca	117 509	188 363	218 741	3,4	1,5
150112	Independencia	183 927	207 647	211 360	0,9	0,2
021801	Chimbote	278 271	215 817	206 213	-1,8	-0,5
150111	El Agustino	154 028	180 262	198 862	1,1	1,0
040104	Cerro Colorado	61 865	113 171	197 954	4,3	5,7
150137	Santa Anita	118 659	184 614	196 214	3,1	0,6
130102	El Porvenir	80 698	140 507	190 461	4,0	3,1
130105	La Esperanza	105 361	151 845	189 206	2,6	2,2
150128	Rimac	189 736	176 169	174 785	-0,5	-0,1
150115	La Victoria	226 857	192 724	173 630	-1,1	-1,0
200601	Sullana	121 894	156 601	169 335	1,8	0,8

Figura 4. Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática- Censos Nacionales de Población y Vivienda

Según la figura 4, el Instituto Nacional de Estadística e Informática -Censos Nacionales de población y vivienda; en el departamento de Piura, Sullana es uno de los 30 distritos más poblados en el Perú, y a la vez principal zona de extracción del limón. La gerente de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Sullana, Lucy Noblecilla Lira, aseveró que la ciudad se encuentra entre las diez principales con mayor crecimiento de empleo del país gracias al sector agroexportador, aun así, se puede apreciar que el nivel del desarrollo social y cultural presenta una gestión lenta, lo que genera un retraso en los lineamientos políticos de calidad y los marcos normativos para asegurar el bienestar de las comunidades y la integridad de los recursos naturales. (INEI, Perú: Crecimiento y distribución de la población 2017, 2018)

1.2 Identificación y formulación del problema general:

El Biocomercio en el Perú es una actividad relativamente nueva, la preocupación social y medioambiental han generado un gran interés en las empresas; algunas de ellas han puesto en práctica los diferentes principios y criterios para lograr la sostenibilidad ambiental, social y económica, con el fin de ser competitivos a nivel mundial enfocándose en la Responsabilidad Social. Por lo tanto, con esta investigación es preciso evaluar la siguiente interrogante:

¿Cómo se desarrolla la Responsabilidad Social de una empresa Biocomercial, en el Grupo Limones Piuranos, el año 2018?

Problemas Específicos:

- ¿Cuál es el valor agregado de los productos que permite la sostenibilidad ambiental, social y económica en el Grupo Limones Piuranos?
- ¿De qué manera la empresa agroindustrial colabora con la situación actual en el distrito de Sullana?
- ¿Cuál es el nivel de conocimiento del uso sostenible de recursos en los colaboradores del Grupo Limones Piuranos?
- ¿Cuáles son los fundamentos éticos de la Responsabilidad Social del Grupo Limones Piuranos?

1.3 Objetivos de la Investigación:

Los factores más importantes para lograr la sostenibilidad son los ambientales, sociales y económicos en una empresa del Biocomercio, los cuales están relacionados con la Responsabilidad Social, es por eso que el objetivo de la investigación es:

Analizar el desarrollo de la Responsabilidad Social de una empresa Biocomercial, en el Grupo Limones Piuranos del año 2018.

Objetivos Específicos:

- Identificar el valor agregado de los productos que permiten la sostenibilidad ambiental, social y económica en el Grupo Limones Piuranos.
- Identificar las actividades de Responsabilidad Social y analizar la incidencia social del Grupo Limones Piuranos en la provincia de Sullana.
- Analizar el nivel de conocimiento de los colaboradores en base a la agricultura sostenible en el Grupo Limones Piuranos.
- Evaluar los fundamentos éticos de la responsabilidad social del Grupo Limones Piuranos.

1.4 Justificación y viabilidad de la investigación:

Toda investigación tiene un propósito significativo para justificar su ejecución, este propósito identificará la importancia del estudio, generará nuevos aportes o ayudará a la resolución de problemas. Sin embargo, es imprescindible establecer criterios para evaluar el estudio. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

Algunos de los aspectos más importantes a considerar son la conveniencia de realizar dicho estudio, los beneficios a la sociedad con los resultados, la obtención de nuevos conocimientos que podrían apoyar a alguna teoría, nuevas recomendaciones, etc. Es difícil que se cumplan todos los criterios, pero la finalidad es cumplir al menos con uno. Esta investigación es viable por lo que dispone los recursos necesarios para llevarla a cabo; se obtendrá la autorización de la empresa seleccionada para realizar dicho estudio. Además, los colaboradores están dispuestos a apoyar con información verídica buscando elevar el desempeño y mejora de la empresa facilitando la recolección de datos.

Justificación Teórica:

Esta investigación tiene el propósito de realizar una evaluación del desarrollo de las actividades de Responsabilidad Social de la organización con el cumplimiento de los principios del Biocomercio de acuerdo con la UNCTAND (2007), dando a conocer de qué manera se está logrando la sostenibilidad ambiental, social y económica en el Grupo Limones Piuranos. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

La investigación permitirá tener una base para próximos estudios relacionados del mismo tema y/o proyectos agrícolas del Biocomercio que se desarrollen en la provincia de Sullana. Asimismo, generará una contribución a la empresa para dar a conocer cuál es la situación actual y que mejoras pueden realizarse en el entorno social, económico y ambiental para una mayor competitividad y sostenibilidad.

Justificación Práctica:

La iniciativa de enfocarse en crear o modificar métodos que cooperen con los objetivos de la Responsabilidad Social alineados a una organización Biocomercial como el Grupo Limones Piuranos es prioritaria para ser más: rentable, amigable con el medio ambiente, y justo y equitativo con los colaboradores y el entorno.

La diversidad de prácticas, modelos y escalas que existen para promover el comercio justo asegurarán el desarrollo sostenible. Por lo tanto, la mejora del impacto socioeconómico

colaborará con la agricultura biológica que presenta una oportunidad para el crecimiento de la provincia de Sullana. (Johnson, 2003)

Justificación Metodológica:

Se desarrollará un método para medir las variables (Responsabilidad Social y Biocomercio) que se apoyarán en los instrumentos de investigación como las entrevistas a profundidad y lista de cotejo, de esta manera se podrá determinar de manera presencial la situación en que se encuentra la empresa con respecto a dichas variables recopilando datos para validarlos con los estudios relacionados. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

1.5 Marco teórico:

Con la integración de la información recopilada y los criterios lógicos adecuados al tema de investigación se desarrollará un esquema con métodos propios de la organización logrando un eficaz resultado. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

Antecedentes de la investigación:

Antecedentes Nacionales:

Es importante la relación entre los sistemas ecológicos y humanos que permiten desarrollar la sustentabilidad con una mejora de la calidad de vida sin modificar la estructura ni la diversidad de los sistemas que mantienen la vida. Asimismo, el nivel de consumo y actividad humana puede persistir en el futuro manteniendo una proporción equitativa de bienes y servicios. La sostenibilidad se enfoca en tres elementos: ambiental, sociocultural y económico, los cuales representan que el desarrollo tiene que ser compatible con los procesos biológicos que fundamentan los ecosistemas naturales, con una cultura óptima y ser viable económicamente. (Beltron, 2016).

Sin embargo, la agro biodiversidad se pierde frecuentemente por el alto uso de agroquímicos (fertilizantes sintéticos, combustibles fósiles e insecticidas) que intensifican la producción. (Matson & Peter, 2006)

Por tal motivo, son indispensables las evaluaciones de impacto ambiental, las cuales presentan procesos administrativos con una base legal que determina la viabilidad ambiental de cualquier actividad; dichas evaluaciones presentan dos etapas: el primero es el estudio de

impacto ambiental (EIA) y el segundo es la declaratoria de impacto ambiental que consisten desde la pre factibilidad hasta la última operación del proyecto teniendo en cuenta sus fases intermedias. (Beltron, 2016).

Para analizar todos los problemas sociales y las estrategias que ayuden a la sociedad, la teoría del desarrollo institucional plantea que los planes de desarrollo son la mejor alternativa para contribuir con el bienestar humano y la conservación de la biodiversidad a largo plazo. (Beltron, 2016).

Desde el año 1993, Perú comienza con el compromiso de conservar la diversidad biológica a través de la Resolución Legislativa N° 26181 (publicado en mayo de 1993). El fin de este compromiso era asegurar políticas con base legales que permitan establecer planes y proyectos que implementen los conceptos de sostenibilidad de los recursos naturales, entre ellos el Biocomercio. En el año 2004, se creó el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNPB) con la función de hacer cumplir las leyes, entre ellas se encuentran: la Ley de Biodiversidad N° 26839 que sugiere utilizar la diversidad biológica con criterios económicos, sociales y biológicos para lograr su uso sostenible; además, apoya y consolida los Bionegocios en el Perú concorde a los objetivos propuestos a nivel nacional e internacional. (Bravo, 2012)

En el año 2007, el Proyecto Perú Biodiverso (PBD), desarrolló actividades para fortalecer las cadenas de valor de la Biodiversidad y ayudar a pequeños productores en el mercado de las regiones de Piura, Cajamarca y San Martín. Este proyecto tiene el apoyo de la Cooperación Alemana y Suiza. Por tal motivo, en el año 2010, se creó la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio la cual está constituida por ocho instituciones públicas, tres gremios empresariales y dos universidades, a cargo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (PROMPERU, Biocomercio: Modelo de negocio sostenible, 2014)

Asimismo, se han elaborado diferentes estudios con respecto al Biocomercio:

En “Aporte del Biocomercio a la conservación de la Biodiversidad”, se explica la relación de la conservación de la biodiversidad en el Perú con los conocimientos e involucramientos de empresas y productores del Biocomercio. Asimismo, evalúa los aportes de las empresas para la conservación de la biodiversidad y para hallar la mejor manera de realizar la trazabilidad de la cadena de valor. Se concluyó, que los cultivos orgánicos tienen mejores prácticas de conservación que los convencionales y solo el 25% de las empresas cuentan con certificación orgánica. (Bravo, 2012)

En “El caso de la cooperativa agraria industrial naranjillo (COOPAIN): expresión de Biocomercio en el Perú”, se explicó los factores económicos, sociales y ambientales de la sostenibilidad en las políticas de COOPAIN. En el ámbito económico, era necesario la existencia de mercados potenciales para generar rentabilidad económica al productor agropecuario y un desarrollo sostenible con el apoyo de la capacidad de organización. En el ámbito social, se refleja un ambiente de transparencia en los integrantes de la cadena de valor lo que genera una mejora calidad de vida y mayor empleo. En el ámbito ambiental, se mantiene la genética de la flora y fauna contribuyendo a la sostenibilidad agrícola. Es indispensable la asociatividad entre los pequeños productores agropecuarios para una mayor gestión empresarial, de esa manera buscan evolucionar hacia la agroindustria. En este caso se puede identificar que el éxito empresarial de pequeños productores agropecuarios del Biocomercio es posible. (Vega-Christie, 2012)

En “Responsabilidad Social Empresarial de la Gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martín de Porres, 2017”; los resultados se fundamentan con el estudio cuantitativo realizado a una población de 110 personas, quienes se caracterizan de ser empresas que utilizan la denominación RSE; sin embargo, muy pocas planifican detalladamente sus actividades en el reporte social empresarial que ayuda a verificar los logros y carencias de las políticas utilizadas. En dicho reporte se refleja la transparencia de las actividades que buscan mejorar el nivel de calidad de vida de los profesionales, dependientes, colaboradores y la misma comunidad. Solo un 66.36% de los fundamentos éticos que emplean presentan un nivel aceptable, y el 28.18% con un nivel inaceptable; la comunidad y el empresario debe enfocarse en cumplir las metas establecidas acorde a la realidad conjuntamente relacionado a la ética, las conductas y el buen gobierno con iniciativas concretas. Asimismo, los medios de comunicación influyen para la implementación de nuevas ideas, las cuales al implementarse correctamente, los resultados son efectivos y se genera un marketing responsable sostenible para la sociedad. (Camarena, 2017)

Según cuatro estudios de desarrollo sostenible en las ciudades de Piura, Arequipa, San Martín y Loreto, se identificó el grado de asociatividad entre los productores por la creciente demanda de los productos de diversidad nativa que se logró con la promoción del comercio. Sin embargo, existen deficiencias y limitaciones, como el débil conocimiento de los conceptos del Biocomercio, la falta de coordinación de las organizaciones especializadas en la promoción y el incremento de incentivos económicos que consiste en facilitar financiamiento a las empresas que tengan productos derivados de la biodiversidad nativa. (Fairlie, 2010)

Antecedentes Internacionales:

En el ámbito internacional, cuando se efectuó la Cumbre de Río en 1992, un total de 150 países del Convenio de la Diversidad Biológica (CDB) tuvieron la iniciativa de cooperar con la conservación de la diversidad biológica, el uso sostenible de sus elementos y la participación justa y equitativa de los beneficios. (Bravo, 2012)

La expansión del comercio de productos alimenticios e industriales proviene de hace varios siglos, aun así, los efectos sociales y medioambientales no son tan conocidos por quienes participan dentro del entorno como productores y consumidores. En el ámbito agrícola, estas negociaciones permitieron a las poblaciones consumir productos que no podían producir bajo sus condiciones ya sean económicas, sociales o medio ambientales. Las organizaciones financieras internacionales como la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) aprueban los beneficios de esta liberalización para los países en vías de desarrollo y la seguridad alimentaria.

Por tal motivo, el comercio justo debe promover reglas y condiciones más justas para lograr un equilibrio en todos los ámbitos que permitan el desarrollo sostenible donde se favorecerá a los productores, los asalariados, la seguridad alimentaria, el empleo rural, la salud, el medio ambiente y la educación del país; lo cual permitirá consolidar vínculos solidarios con los productores y consumidores incentivando la formación de mercados sólidos. (Johnson, 2003)

La agricultura orgánica actualmente es practicada en 140 países del mundo y el total de área cultivada con certificación supera los 35 millones de hectáreas. El valor del comercio a nivel mundial de los productos orgánicos es alrededor de los 50 mil millones de dólares anuales, donde Latinoamérica participa con una proporción importante en la producción orgánica con un 23% del área total a nivel mundial. De acuerdo al Organic Trade Association (OTA), el principal reto es lograr la sostenibilidad de los sistemas de producción generando una mayor producción y su integración al mercado. En el año 2006, en Estados Unidos, el 40% de ventas fueron de productos orgánicos como las frutas y hortalizas. (IFOAM, 2010)

Los objetivos de la agricultura orgánica según IFOAM, con el tiempo se han relacionado a la calidad de las cadenas agroalimentarias, la sostenibilidad ambiental de los recursos, la competitividad y la equidad social. (Ulle, 2010)

La mayor sustentabilidad ecológica de los orgánicos, se debe a las políticas de certificación que exigen diferentes especificaciones ecológicas como evitar el uso de productos químicos. Por ese motivo, se refleja la desigualdad en la conservación de recursos naturales en sistemas convencionales que utilizan fitosanitarios que logran la contaminación del recurso y los residuos de la producción. (Sarandon, 2009)

Para una evaluación y monitoreo de la sustentabilidad, se debe identificar los diferentes procesos e implementar un esqueleto metodológico que consiste en: establecer un marco paradigmático que oriente el prototipo de evaluación; luego organizar los criterios con respecto a los objetivos del proyecto a evaluar para establecer definiciones a cada criterio y delimitar las fronteras del sistema; con dicha información se conceptualizan los indicadores directos e indirectos para establecer una metodología de medición para cada indicador verificando las unidades en las que se medirán. Por último, se estandarizan los valores a los datos obtenidos y se realiza la apreciación de los valores mediante la comparación con los diferentes criterios que se usaron. (Torres, 2004)

A nivel internacional, también se han hecho diversos estudios respecto a la Biodiversidad:

En el artículo “Construyendo Cadenas de Valor Incluyentes: Una comparación de dos casos de Biocomercio en Suramérica”, se observa la conexión de las redes de innovación en dos casos de “Biocomercio Incluyente” con el fin de optimizar la relación de los factores más importantes generando un desempeño para productos innovadores de la biodiversidad local. Asimismo, se demostró la relación de las perspectivas socioculturales y el dinamismo del mercado que fortifican las cadenas de valor de los productos a raíz del Biocomercio. Se utilizaron dos enfoques teóricos relacionados al campo de la economía y la innovación, y por otro lado los aspectos sociales y culturales, demostrando que el aspecto económico y sociocultural son dependientes. Por lo tanto, se concluye que el desarrollo sostenible local se logra cuando existe una responsabilidad con el desarrollo económico y ambiental local que facilita la incorporación de grupos sociales vulnerables. (Muradian, Gerard, Edgar, & German, 2012)

1.6 Bases Teóricas:

Biocomercio:

Definición:

Son aquellas actividades que constituyen todo el proceso de bienes y servicios de la biodiversidad nativa (ecosistemas, especies) desde su recolección hasta la comercialización,

involucrando prácticas de conservación y uso sostenible generando sostenibilidad ambiental, económico y social con la ayuda de sus propios criterios. (UNCTAD, 2007)

El Biocomercio es la actividad que impulsa la inversión y el comercio de los recursos de la biodiversidad mediante el uso sostenible generando un valor agregado que permite la competitividad y el desarrollo de la economía local con criterios sociales, económicos y estratégicos. (FAO, Reglamento de la Ley sobre conservación y aprovechamiento sostenible de la Diversidad Biológica, 2001)

Es una excelente alternativa para ofrecer productos con un valor agregado que permite el desarrollo sostenible, la equidad social y la calidad de los recursos mediante criterios de comercialización y producción. (Velarde-Alvarez, 2014)

Principios del Biocomercio:

Los principios del Biocomercio están comprendidos en siete:

- a. Conservación de la diversidad.
- b. Uso sostenible de la Biodiversidad.
- c. Distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso de la biodiversidad.
- d. Sostenibilidad socio-económica de gestión productiva, financiera y de mercado.
- e. Cumplimiento de la legislación nacional e internacional.
- f. Respeto de los derechos de los actores involucrados en el Biocomercio.
- g. Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos.

El fin del Biocomercio es ayudar a preservar la biodiversidad, para lo cual existen diversos criterios que ayudan a la conservación de las condiciones ecológicas de los ecosistemas y hábitats sin generar alteraciones al medio ambiente y poder preservar las especies. Para tal fin, se deben realizar planes, normas, leyes por las autoridades competentes para asegurar la calidad y el buen manejo de la variabilidad genética que es vital para la conservación y el buen funcionamiento del ecosistema sin poner en riesgo la productividad del mismo.

Por tal motivo, se deben realizar procedimientos que demuestren la sostenibilidad de los recursos que se emplearon, para dicha acción se deben crear instrumentos de monitoreo; esta documentación de gestión indicará cuáles son los procedimientos que se deben tomar en cuenta para asegurar la sostenibilidad en el tiempo de todos los recursos y en conjunto con las buenas

prácticas facilitarán el uso de estos sin generar riesgos. Todos los estándares técnicos que se utilicen deben seguir las normas nacionales e internacionales que aportarán al conocimiento de cada país sobre la Biodiversidad para un mejor desarrollo en el futuro. (UNCTAD, 2007)

El equilibrio que debe generarse en la interacción e inclusión de todos los participantes de la cadena de valor debe facilitar las actividades generando un mayor valor agregado que contribuirá en la transparencia de una distribución justa y equitativa de los beneficios. Para esto, es importante la comunicación entre ambas partes, para obtener el máximo beneficio. Sin embargo, la rentabilidad y sostenibilidad económica necesita la existencia de un mercado potencial, de acuerdo a las actividades que realice y el valor agregado que se genere de los recursos podrá mejorar el potencial financiero dando un mayor crecimiento, mejor calidad de vida y más empleos, es decir un desarrollo económico sostenible, siempre que la repartición de los beneficios sea equitativa y promuevan la protección de los recursos con la finalidad de no provocar alteraciones en el mercado. (UNCTAD, 2007)

La organización deberá velar por sus actividades y estrategias para potenciar el desarrollo, por lo que es primordial la legitimación de las organizaciones y el acceso de los productos a los mercados, las normativas internacionales y nacionales deben aplicarse de manera estricta con el fin de desarrollar un comercio sostenible respetando a los miembros de la organización para el desarrollo de la gestión. El clima laboral garantizará la satisfacción y productividad del colaborador, el principal cimiento es respetar los derechos de todos los integrantes de la cadena de valor logrando la comprensión hacia las prácticas de siembra tradicionales y de comercialización que generará un impacto positivo en el desarrollo sostenible sin afectar los propios sistemas de la comunidad, es importante preservar los conocimientos para un mejor desarrollo.

Los derechos fundamentales de las tenencias de las tierras se tienen que respetar para evitar problemas, los conflictos no permitirán el desarrollo sostenible, por lo tanto, respetar las normativas y los patrimonios bajo el consentimiento de las autoridades correspondientes evitarán quiebres de Bionegocios. (UNCTAD, 2007)

Impactos del Biocomercio:

En el ámbito ambiental, los recursos son el patrimonio de un país que ofrece oportunidades de desarrollo a largo plazo. La conservación y el uso sostenible de la diversidad biológica mediante las buenas prácticas del Biocomercio impulsan establecer cadenas productivas

sostenibles. Por lo tanto, se incentiva la competitividad ambiental del país y la promoción de la inversión privada para el desarrollo de Bionegocios. (Ministerio del Ambiente, 2015)

En el ámbito social, se nota un cambio importante en las percepciones respecto a la biodiversidad. La creciente conciencia del consumidor con respecto a la biodiversidad refleja claramente la preferencia por productos naturales, lo que ha generado una mayor demanda de productos derivados de la utilización sostenible de recursos biológicos. Asimismo, esta ecotendencia permite una mejor calidad de vida. (Oliva & Natalia, 2014)

En el ámbito político, la incorporación de los requisitos establecidos en las leyes y reglamentos permiten un modelo de negocio sostenible y responsable; su implementación logrará el fortalecimiento y regulación del uso sostenible de la Biodiversidad fomentando la inclusión de las medidas del Biocomercio a una planificación regional. (Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, 2015)

En el ámbito económico, el Biocomercio busca fortalecer la participación de las empresas y los actores a nivel local para resaltar la distribución equitativa de beneficios en todas sus actividades permitiendo un comercio justo que contribuye a las metas locales de desarrollo a partir de proyectos comunitarios. (Oliva & Natalia, 2014)

Responsabilidad Social

Definición:

La Responsabilidad Social es el compromiso que una organización adquiere para obtener un desarrollo económico sostenible con el apoyo de sus colaboradores, comunidad y sociedad para mejorar el nivel de calidad de vida. (World Business Council for Sustainable Development, 2017)

La Responsabilidad Social es una inversión personal en el bienestar de la sociedad y el medio ambiente. Esta se manifiesta en las acciones que reflejan cómo vivimos y tratamos a los demás apoyándose en los valores que cada persona tiene. De esta manera, se crea un sentido más justo, pacífico y ecológico del mundo. (Berman, 1997)

La Responsabilidad Social sostiene una estrategia a nivel gerencial orientada a las acciones de la organización, esta consiste en una serie de políticas, prácticas y programas que pertenecen

a las operaciones del negocio. La contribución del desarrollo sostenible se basa en el voluntario compromiso para la toma de decisiones (Marquina, Consumer social responses to CSR initiatives versus corporate abilities, 2013)

La Responsabilidad Social es la responsabilidad transparente y ética que tiene una organización debido a sus actividades y decisiones que ocasionan impactos en la sociedad y medioambiente; estas actividades contribuyen al desarrollo sostenible cumpliendo con la legislación aplicable e integrándola en todas sus prácticas de la organización. (ISO26000, 2010)

Tipo de Responsabilidad Social:

- a. Responsabilidad Social Empresarial: Se enfoca en las conductas de la organización con el impacto que generan en el ámbito social, económico y ambiental. (Entorno, 2003). Se distinguen por su capacidad de respuesta ante los distintos efectos de sus acciones en el entorno.
- b. Responsabilidad Social Gubernamental: Es la capacidad de respuesta que tienen las organizaciones gubernamentales por sus actos en su entorno. La esencia es socialmente responsable, es decir diseñan e implementan políticas, leyes, regulaciones públicas que tienen gran repercusión en la sociedad, a nivel externo e interno como las actividades de los propios colaboradores. (Velez-Romero & Cano-Lara, 2016)
- c. Responsabilidad Social Ambiental: Se refiere a los diferentes programas que planifica una organización de manera individual o gubernamental para conservar la naturaleza y a sus futuras generaciones. (Fernandez, 2008). Por lo tanto, el fin es reducir el impacto ambiental para fomentar la sustentabilidad y la sociedad pueda tomar conciencia en su comportamiento para obtener una mejora continua.
- d. Responsabilidad Social Universitaria: La Universidad es responsable de promover, conducir y enriquecer el debate para que las personas puedan informarse y reflexionar, una de las mejores vías para culturizar científicamente y éticamente al ciudadano es mediante conferencias, seminarios. (Camejo, 2010)
- e. Responsabilidad Social Personal o Individual: Es la que permite al ser humano tomar conciencia de las consecuencias de sus actos que realizan en diferentes contextos, influenciando de manera positiva o negativa en el desarrollo de la sociedad. (Velez-Romero & Cano-Lara, 2016)

Impactos de la Responsabilidad Social:

Impacto Económico:

La Responsabilidad Social es un factor diferenciador para la sociedad al agregar un valor adicional a las organizaciones, lo que genera una favorable visión para sus potenciales compradores. Por lo tanto, el dinamismo del mercado influenciará en una compensación económica a estas iniciativas. (Marquina Feldman, 2015)

Impacto Social:

El apoyo y participación de los involucrados y la sociedad para la implementación y evaluación de las actividades de Responsabilidad Social deben gestionar la concientización en función a la justicia e igualdad que permitirá transformaciones sociales en favor de la sociedad. El compromiso que se genere contribuirá a configurar la realidad social. (Mori, 2009)

Impacto Ambiental:

Los nuevos paradigmas de la sociedad obligan a analizar el enfoque preventivo que permita mantener el patrimonio ecológico, es por eso que las reglamentaciones iluminan esta perspectiva que permite el cumplimiento e implementación de herramientas para conservar la biodiversidad y el paso a futuras generaciones. (Londoño, 1999)

1.7 Marco Conceptual:

Agricultura sostenible

La agricultura sostenible es la práctica que utiliza sistemas que mantienen la fertilidad y calidad del suelo, conserva la pureza del agua, ahorra energía y conserva la eficiencia de los recursos naturales para el beneficio del medio ambiente. Asimismo, busca aumentar la resiliencia de las personas, comunidades y de los ecosistemas para lograr un cambio climático; por lo tanto es esencial la buena gobernanza para lograr la sostenibilidad de los sistemas naturales y humanos. (FAO, Agricultura sostenible: Una herramienta para fortalecer la seguridad alimentaria y nutricional en America Latina y el Caribe, 2015)

Valor Agregado

El valor agregado es la diferencia entre el costo de un producto con específicas peculiaridades en el mercado y lo que la sociedad está dispuesta a pagar por él, o lo que percibe como valor. (FAO, Las buenas prácticas agrícolas, 2004)

Incidencia Social

La Incidencia Social es un proceso deliberado que implica realizar acciones intencionadas en los procesos y estructuras para lograr un cambio de conciencia global ejerciendo presión en gobiernos, instituciones y empresas. Asimismo, se orienta hacia el apoyo de personas empobrecidas para promover una transformación de la sociedad permitiendo el desarrollo sostenible. (Hernandez de Toro, 2010)

Fundamentos éticos

Es aquella filosofía que trata la resolución de conflictos y busca la satisfacción de intereses públicos y de quienes ejecutan las decisiones de manera transparente. Para lograr un buen resultado en la gestión pública y privada es indispensable tener una conducta íntegra que permita actuar con ética para el desarrollo justo de la sociedad. (Bautista, 2009)

Cada empresa tiene un fundamento ético que aplica en su día a día, esto se ve reflejado en el ambiente laboral, en el servicio que brindan, en el entorno y en el medio ambiente que los rodea. Por lo tanto, es imprescindible que cada organización se encargue de transmitir el fin que tienen con todos los colaboradores para el desarrollo sostenible.

Enfoque Eco sistémico

El Enfoque Eco sistémico es una estrategia para el buen manejo de los recursos (tierra, agua y recursos vivos) que busca promover el uso sostenible de manera justa y equitativa y la conservación de la diversidad biológica descentralizando la gestión de los recursos. Por ello, es indispensable determinar y definir el entorno para caracterizar la estructura y función del ecosistema estableciendo mecanismos de monitoreo que permitan identificar y determinar el impacto probable de las actividades en los ecosistemas logrando metas de largo plazo y mecanismos flexibles para implementarlas. (Shepherd, 2006)

Manejo Adaptativo y Colaborativo (ACM)

El ACM es el esfuerzo de aprender y actuar con la colaboración en equipo para la adaptación sistemática a diferentes cambios ambientales, nuevas oportunidades o solución de problemas con el fin de buscar mejorar resultados. Asimismo, el aprendizaje social mejora con la integración de los miembros de la comunidades para la discusión de las observaciones realizadas, este ciclo se le conoce como “gusano” que permite un aprendizaje interactivo donde se reflejan procesos de planificación, acción, monitoreo y reflexión de los procesos. (Evans, 2015)

Desarrollo sostenible

Es el desarrollo que posibilita la satisfacción de las necesidades elementales de trabajo: alimentación, agua, energía y sanidad sin perjudicar los recursos de las próximas generaciones asegurando su conservación para permitir un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social. (Gomez, 2010)

Marketing Sustentable

El Marketing Sustentable es aquel que integra todas las actividades del ciclo de vida completo del producto con los aspectos del marketing teniendo en cuenta las consideraciones medioambientales hasta la comercialización del mismo. Asimismo, se usa como estrategia en las organizaciones ya que genera oportunidades y ventajas competitivas de diferenciación de la competencia. (Lara Guevara, 2011)

Bioeconomía

Es una perspectiva de la sociedad que permite la elaboración de bienes y servicios a partir de la biomasa y sus funcionalidades biológicas para satisfacer las necesidades de energía y materia prima. Asimismo, la transformación de la biomasa mediante la biotecnología requiere conocimientos científicos y tecnológicos; además, tiene un papel importante en la producción de energía, alimentos, fibras y productos para la salud e industriales. (Guy, Pahun, & Trigo, 2014)

Economía Verde

Es aquella que propone reducir las contingencias ambientales y escasez ecológica para el bienestar de la sociedad promoviendo la reducción de emisiones de carbono y contaminación para lograr el aprovechamiento de los recursos naturales de la biodiversidad y la inclusión social. Por lo tanto, se necesitan cambios que deben respaldarse en las regulaciones del estado. (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2011)

CAPITULO II

Metodología

En este capítulo se identificará los distintos métodos y procedimientos que se utilizarán en la investigación de la Responsabilidad Social en una empresa del Biocomercio.

2.1 Tipo de Investigación:

El tipo de investigación es de carácter cualitativo porque se guía de los hechos para desarrollar una teoría que represente lo observado, es decir, se basa en un proceso inductivo que busca explorar y describir los hechos para lograr generar perspectivas teóricas con un paradigma naturalista. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

2.2 Diseño de investigación:

El diseño de la investigación es no experimental transversal por lo que los datos recolectados se obtendrán en un determinado tiempo sin la manipulación deliberada de las variables para poder observar y analizar los fenómenos en su ambiente natural. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

2.3 Nivel de investigación:

El nivel de la investigación es exploratorio, ya que el objetivo de este estudio no se ha abordado antes, y se busca indagar sobre temas sociales, económicos y ambientales como sus áreas correspondientes desde diferentes perspectivas para obtener información verídica. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

2.4 Población de estudio:

La población para este estudio estuvo constituida por todos los colaboradores administrativos y operarios del Grupo Limones Piuranos pertenecientes a la Provincia de Sullana según la base de datos de la empresa.

La población constituye el conjunto de casos con determinadas especificaciones. Todos poseen una característica común, ya sea de contenido, lugar o tiempo, la cual brinda datos para la investigación. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

2.5 Tipo de Muestreo:

La muestra que empleará el presente estudio será el muestreo no probabilístico por conveniencia, se tomará en cuenta las características y perfiles similares sobre el tema de

investigación resaltando la información más importante y teniendo en cuenta la accesibilidad a los entrevistados del Grupo Limones Piuranos.

2.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez, y confiabilidad:

En el presente estudio se utilizó la entrevista a profundidad y la lista de cotejo, con el fin de obtener información de los colaboradores acorde a los objetivos específicos. Asimismo, la lista de cotejo complementa la información obtenida en las entrevistas.

2.7 Experiencia Empresarial:

El Grupo Limones Piuranos está integrado por cuatro empresas, de las cuales en este estudio nos involucraremos con tres de ellas que se encuentran relacionadas entre sí por la producción y comercialización de limón orgánico y convencional, y sus derivados.

La organización Limones Piuranos es una empresa agroindustrial que comenzó sus actividades en el año 2003, esta se dedica a la comercialización de diferentes productos como: aceite de limón, cascara deshidratada de limón, jugo clarificado de limón y limón fresco sutil y Tahití orgánico; cuenta con 225 colaboradores. Su abastecimiento de materia prima (limón fresco sutil y Tahití) proviene de las empresas Don Limón y Fairtrasa.

La organización Don Limón se encarga de sembrar y cosechar limón sutil fresco en sus 700 hectáreas de sembrío que se encuentran ubicadas en las zonas de Cieneguillo, El Algarrobo, Jorge Chávez y Cerro Hermoso, pertenecientes a los distritos de Sullana, Tambo grande y Piura. Además, cuenta con 174 colaboradores todo el año y en épocas de campaña puede llegar hasta 2000 colaboradores.

Con respecto a la organización Fairtrasa, se encarga de la siembra y cosecha de limón Tahití orgánico para mercados nacionales e internacionales; cuenta con 46 hectáreas de sembrío en Cieneguillo, perteneciente a Sullana.

En esta zona se encuentra el Reservorio de Poechos y San Lorenzo con una capacidad de 1000 millones m³ y 500 millones m³ respectivamente, sin embargo en los últimos 50 años que hubieron tres Fenómenos del Niño, contribuyeron a la colmatación de estos lo que disminuyó su capacidad al 50% y el Ministerio no ha colaborado en mejorar su infraestructura, por lo tanto la empresa cuenta con su propio reservorio de agua para evitar la insuficiencia de agua que existe en la zona; esto facilita el acceso a este recurso y el control del mismo generando una contribución económica a la empresa

CAPITULO III

Resultados

Objetivo general:

¿Cómo se desarrolla la Responsabilidad Social de una empresa Biocomercial, en el Grupo

Limones Piuranos, el año 2018?

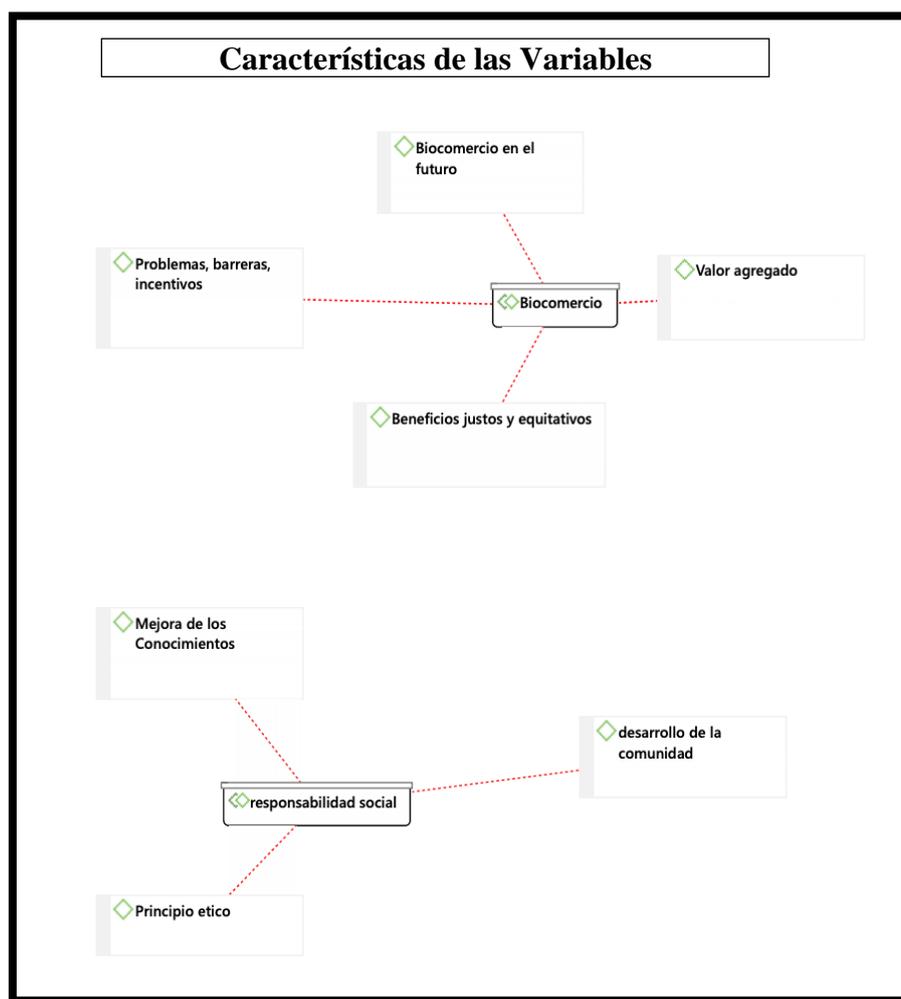


Figura 5. Fuente: Elaboración propia a través del programa Atlas TI.

Según la figura 5, de acuerdo al propósito de este estudio, se identificaron siete características relacionadas a las variables estudiadas respectivamente que ayudan a interpretar los resultados de las entrevistas que se realizaron a los colaboradores del Grupo Limones Piuranos. Estas características refuerzan el análisis de las categorías de agricultura sostenible, valor agregado, distribución justa y equitativa, incidencia social, desarrollo de capacidades, desarrollo de proyectos sociales y fundamentos éticos que se identifican en la matriz de consistencia (Apéndice A).

La Responsabilidad Social en el Grupo Limones Piuranos ha desarrollado beneficios que han permitido una sostenibilidad económica, social y ambiental. En el aspecto económico, al ser una organización del Biocomercio la distribución justa y equitativa de los beneficios es un pilar que desde sus inicios le han dado la debida importancia, esto se refleja en la repartición de utilidades anual que permite obtener un ingreso extra a los colaboradores; además, el cumplimiento de todos los derechos del colaborador al estar inscritos en planilla, les permite acceder a todos los beneficios por ley. Esta distribución justa no solo se da con los colaboradores, también con los proveedores a quienes se les ofrece precios justos para ambas partes y permiten una relación laboral a largo plazo. Además, el valor agregado que se le da a los productos, las certificaciones, son un diferenciador que permite sobresalir entre la competencia y lograr un crecimiento económico para la empresa, y por consiguiente, a su entorno lo que contribuye a un desarrollo sostenible.

En el aspecto social, la organización ha logrado la transformación social a nivel interno como externo mediante las capacitaciones que ofrece a sus colaboradores, estas se han incrementado en un 20% en comparación con el año 2017, y el desarrollo de programas y proyectos sociales, culturales y deportivos se incrementaron en un 80% en comparación con el año 2017; las cuales han permitido el desarrollo de sus necesidades cognoscitivas y afectivas. La incidencia social es alta; esta organización es reconocida en su entorno por desarrollar estas actividades que permiten concientizar a la sociedad sobre los cambios que se deben realizar para poder trascender en el tiempo, es decir, lograr una perspectiva social para presentes y futuras generaciones que permitan el desarrollo sostenible.

En el aspecto ambiental, el uso sostenible y la conservación de los recursos naturales que poseen para el desarrollo de su producto han permitido lograr una agricultura sostenible por el conocimiento e implementación de las prácticas agrícolas sin perjudicar el ecosistema. Los controles y monitoreos permiten determinar el cumplimiento y trazabilidad de los productos y lograr certificaciones que garantizan la seguridad alimentaria y el manejo de los residuos que generan.

Objetivo 1:

Identificar el valor agregado de los productos que permite la sostenibilidad ambiental, social y económica en el Grupo Limones Piuranos

El 100% de las entrevistas coincidió que el valor agregado que tiene el Grupo Limones Piuranos radica en la calidad de sus productos que se evidencia con las certificaciones que poseen, estas se encuentran rigurosamente monitoreadas para el cumplimiento de todas las exigencias permitiendo la diferenciación de sus productos. Las certificaciones confirman las buenas prácticas ambientales y sociales, entre las cuales están: Business Social Compliance Initiative (BSCI), Asociación de Comercio para minoristas del Reino Unido (BCR), Alianza Empresarial para el Comercio Seguro (BASC), Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA), Certificación Global GAP, Certificación SA 8000 y Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP); esto permite que los ingredientes activos que utilizan como fertilizantes, abonos orgánicos en los diferentes productos no sobrepasen los rangos permitidos y no afecten a la sociedad ni al medio ambiente, esta labor también la controla el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).

Objetivo 2:

Identificar las actividades de Responsabilidad Social y analizar la Incidencia Social del Grupo Limones Piuranos en la provincia de Sullana.

La empresa busca conjuntamente con el apoyo de los colaboradores generar el bienestar integral y la seguridad en todas sus actividades. Para permitir el desarrollo pleno del colaborador, en el ámbito profesional se implementaron programas de capacitación que ayudarán al desempeño óptimo en el área de trabajo y la satisfacción del colaborador; dichas capacitaciones se encuentran en un programa anual de Gestión, el cual como resultado ha permitido la disminución de los errores en sus operaciones en un 15%.

Las pruebas inopinadas de alcoholismo que se desarrollan al ingresar a la organización contribuyen a generar una conducta de cambio que permite el autocontrol del colaborador y a la vez el cuidado íntegro de la persona, lo que permite un desarrollo óptimo en sus actividades. El desarrollo de programas culturales, sociales y deportivos ayudan al colaborador y al empleador a conocerse mutuamente como a la integración de todos generando un óptimo clima laboral. Estos programas han aumentado en un 30% al constatar que el colaborador efectuaba sus actividades con mayor eficiencia.

Las campañas médicas de prevención y control se desarrollan dentro como fuera de la organización, estas campañas permiten que los colaboradores y sus familias puedan atenderse gratuitamente para diagnosticar y evitar enfermedades que atenten contra sus vidas; además, la empresa cuenta con un área de medicina general y odontológica la cual brinda los mejores servicios y muestra la preocupación del empleador con los principales problemas del entorno,

entre los cuales se encuentra la salud dental. Estas campañas se incrementaron en un 50% al comprobar que el entorno valoraba el apoyo y priorizaba en épocas de campaña trabajar en la empresa que en la competencia. En varias oportunidades, la empresa pone a disposición el servicio personalizado de la asistenta social para lograr que atiendan oportunamente a cada trabajador que lo requiera en el seguro social por lo que no es tan eficiente y se ha optado por ayudas económicas en casos especiales de enfermedades coronarias, etc. Asimismo, las celebraciones de actividades tradicionales como día de la madre, de la mujer, del padre, navidad, cumpleaños, etc. caracterizan a la empresa por su preocupación en el bienestar laboral.

Los programas de seguridad y salud ocupacional para controlar y evitar riesgos son rigurosamente controlados para evitar tragedias que dañen la salud del colaborador, los cuales han disminuido la tasa de accidentes en un 90%.

En el aspecto económico, la empresa cumple con todos los derechos y deberes del colaborador, el 100% de los colaboradores se encuentran laborando en planilla con sus beneficios correspondientes.

Objetivo 3:

Analizar el nivel de conocimiento de los colaboradores en base a la Agricultura Sostenible en el Grupo Limones Piuranos

Los colaboradores de la empresa que se encuentran directamente relacionados al sembrío, cuidado y recolección de los cultivos están en constantes capacitaciones y actualizaciones para asegurar un buen control y monitoreo de las áreas ecológicas con el fin de obtener la trazabilidad del producto que permita el uso sostenible de los recursos. Para ello, se implementaron guías y manuales donde se refleja las actividades llevadas a cabo. Con respecto a los colaboradores que utilizan el recurso natural (Limón fresco) como materia prima para elaborar un producto con valor agregado tienen presente la trazabilidad de este y mantienen las buenas prácticas manufactureras que permitan obtener un producto de calidad óptima.

Dichas capacitaciones han permitido que la empresa mantenga sus estándares de calidad y certificaciones, por lo que el nivel de conocimiento del uso sostenible de los recursos es alto permitiendo una agricultura sostenible.

Asimismo, las diferentes acciones de conservación que se han implementado en las zonas de cultivo como en todo el área ecológica han permitido diferentes contribuciones como: la disminución del consumo de agua en un 20% a comparación del año 2017 por el control exhaustivo que se lleva para asegurar el riego de las plantaciones. Además, se cuenta con

monitoreos para determinar la calidad de emisiones atmosféricas, la calidad de aire, etc. y no perjudicar el medio ambiente.



Figura 6. Fuente: Elaboración propia a través de la información de la base de datos del Grupo Limones Piuranos

Según la figura 6, el desarrollo del sembrío del limón orgánico certificado en el Grupo de Limones Piuranos aún se encuentra en una etapa incipiente, esto se ve reflejado en el bajo porcentaje de hectáreas de sembrío de limón orgánico en comparación con el convencional. Sin embargo, la producción ha venido creciendo cada año, y para permitir este crecimiento, los diferentes ingredientes activos que se utilizan en cada producto cuentan con certificados orgánicos permitidos por SENASA los cuales son aplicados por personal capacitado con el fin de no exceder los límites permitidos; la recolección de los recursos son llevados a cabo de forma manual para evitar dañar la fruta y su contaminación. Todas estas actividades se reflejan en los instrumentos ambientales que permiten la planificación identificando las fortalezas y debilidades de la organización.

Sin embargo, el consumo de madera es relativamente alto por lo que se usa en el empaque del limón fresco que se destina a la venta nacional en jabs de madera, y esto contribuye a la deforestación de los árboles secos de la zona, aproximadamente se utilizan 47,000 jabs de madera mensuales por esta razón, se trata de usar jabs plásticas para disminuir el consumo.

Objetivo 4:

Evaluar los fundamentos éticos de la Responsabilidad Social del Grupo Limones Piuranos:

Los fundamentos éticos de la Responsabilidad Social del Grupo Limones Piuranos que se han evaluado en las entrevistas a profundidad han coincidido en un 67% con el compromiso del

empleador en el bienestar de sus colaboradores, fomentando el trato de igualdad y respeto hacia todos. Los colaboradores valoran el interés por el bienestar social y económico que les brindan. El 33% restante, coinciden con el compromiso de los colaboradores y la honestidad al realizar sus actividades lo que genera un producto de alta calidad sin perjudicar al medio ambiente ni a la sociedad fortaleciendo los valores. Estos dos enfoques logran un buen clima laboral y han disminuido la rotación del personal.



CAPITULO IV

Discusión

El objetivo del estudio pretendía analizar la ejecución de una agricultura sostenible, según la UNCTAD (2007), la sostenibilidad de la biodiversidad se logra cuando la organización respeta los siete principios del Biocomercio; es por eso que el desarrollo ambiental, social y económico del Grupo Limones Piuranos ha priorizado los diferentes enfoques permitiendo la mejora en la Responsabilidad Social y logrando la sostenibilidad.

Los productos del Grupo Limones Piuranos se han identificado por tener un valor agregado que les hace representativos frente a la competencia. Según Velarde- Álvarez (2014), una empresa del Biocomercio ofrece productos con valor agregado generando un desarrollo sostenible, el cual se ha verificado con las actividades de la empresa que han desarrollado una agricultura sostenible.

Según Marquina (2013), la Responsabilidad Social sostiene una estrategia gerencial orientada al desarrollo sostenible; en la organización se han identificado diferentes contribuciones en las operaciones como disminución de las tasas de accidentes, mayor eficiencia, mayor desarrollo de proyectos sociales que se han logrado por las estrategias planificadas del Directivo.

El apoyo y participación de los colaboradores ha sido fundamental para lograr los objetivos planteados. Sin embargo, la concientización de los colaboradores continúa en proceso; por lo tanto, su involucramiento en estas actividades como lo indica Mori (2009), va a ayudar a configurar la realidad social.

Las capacitaciones orientadas al control y monitoreo de las plantaciones del limón han logrado que los colaboradores desarrollen guías y manuales que les permita identificar los puntos críticos y planificar las actividades acorde a sus objetivos de sostenibilidad. Como lo menciona Fernández (2008), estos programas se elaboran para la conservación de la naturaleza y para las futuras generaciones.

Según Londoño (1999), las reglamentaciones que implanta el gobierno se enfocan en actividades de prevención para conservar la biodiversidad. Asimismo, las diferentes certificaciones y estándares de calidad que se han logrado en el Grupo Limones Piuranos tienen el mismo enfoque, y permite un impacto ambiental positivo.

En el análisis de los resultados, se reflejaron dos enfoques de los fundamentos éticos, el compromiso del empleador para el bienestar de los colaboradores y el compromiso del colaborador de realizar sus actividades con honestidad sin perjudicar el medio ambiente ni a la sociedad; los dos enfoques se basan en generar el bienestar; según Bautista (2009), el fin del fundamento ético es satisfacer los intereses sociales manteniendo una conducta íntegra, que dependerá de la conciencia que tiene cada persona, según Vélez-Romero & Cano-Lara (2016), e influenciará en las actividades de manera positiva o negativa. En el estudio se observan actividades positivas hacia la sociedad y el medio ambiente; por lo tanto el empleador y el colaborador tienen el mismo fin del desarrollo sostenible.



Conclusiones

Primera.-

El valor agregado que permite la sostenibilidad ambiental, social y económico en el Grupo Limones Piuranos son las certificaciones que se han adquirido a lo largo de los años gracias a la calidad de los productos y la Responsabilidad Social implementada, que han permitido la diferenciación con la competencia.

Segunda.-

La Incidencia Social en el Grupo Limones Piuranos es alta, y esto se refleja en el aumento del 80% de los proyectos y programas sociales, culturales y deportivos que han generado una mayor eficiencia de las actividades. Asimismo, las capacitaciones aumentaron en un 20% logrando disminuir los errores administrativos en un 15% y bajar el índice de la tasa de accidentes en un 90%.

Tercera.-

El nivel de conocimiento del uso sostenible de los recursos es alto por lo que los colaboradores realizan buenas prácticas de manejo de recursos para mantener las plantaciones agrícolas orgánicas. Además, se ha logrado una disminución del consumo de agua en un 20%. Por otro lado, la presente investigación nos ratifica que el Biocomercio aún se encuentra en pleno desarrollo, solamente el 6% del total de las hectáreas constituyen a plantaciones orgánicas.

Cuarta.-

Los fundamentos éticos de la Responsabilidad Social del Grupo Limones Piuranos se han segmentado en dos enfoques: el 67% coincidió con el compromiso del empleador hacia el bienestar del colaborador, y el 33% coinciden con el compromiso del colaborador al realizar sus actividades con honestidad sin perjudicar a la sociedad ni el medio ambiente. Ambos enfoques tienen la finalidad del bienestar de la sociedad.

Recomendaciones

Primera.-

Se recomienda continuar con la innovación y mejora de las prácticas con el fin de implementar nuevas certificaciones para ser más competitivos a nivel mundial.

Segunda.-

Se requiere diseñar estrategias para establecer alianzas con instituciones de bienestar social, ambiental y desarrollar actividades que permitan realizar campañas de arborización, etc. Asimismo, implementar un área de Bienestar Social más amplio que permita el acceso más fluido y personalizado de los colaboradores para un desarrollo óptimo.

Tercera.-

Diseñar y ejecutar un plan para incrementar el desarrollo de las plantaciones orgánicas incentivando el consumo y brindando información de los beneficios del mismo.

Cuarta.-

Incrementar actividades motivacionales hacia los colaboradores con el fin de seguir promoviendo la ética en la organización.

Bibliografía

- Arteaga, W. (2012). *Oportunidades Comerciales. Tendencias de Mercado Sector Agroexportador*. Obtenido de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=5A706E37-B1EB-4A45-B33D-94518296DAA5.PDF>
- Bautista, O. (2009). Fundamentos Eticos para un Buen Gobierno. *Cuadernos de Etica para los servidores publicos*, 1-28.
- Beltron, M. H. (2016). *Sustentabilidad en temas agricolas de limon, cacao y Bambu en Portoviejo- Ecuador* (Tesis doctoral). Universidad Nacional Agraria La Molina . Programa Doctoral de Agricultura Sustentable. Lima, Perú
- Berman, S. (1997). *Children's social consciousness and the development of social responsibility*. New York: New York State University Press. New York: SUNY Series, democracy and education.
- Camarena, J. L. (2017). *Responsabilidad Social empresarial de la gerencia servicios públicos de la Municipalidad de San Martin de Porres 2017* (Tesis para Master). Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Ciencias Empresariales Escuela de Posgrado. Lima, Perú.
- Camejo, A. J. (2010). *Etica y Responsabilidad Social en las relaciones laborales*. Valencia, España: Fundacion Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, C. (2015). *Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de acción al 2025*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/estrategia-nacional-de-biocomercio-y-su-plan-de-accion-al-20-anexo-ds-n-008-2016-mincetur-1409578-1/>
- Dore, T. (2011). Facing up to the paradigm of ecological intensification in agronomy: revisiting methods, concepts and knowledge. *European Journal of Agronomy*. 34 (4), 197-210.
- Entorno, F. (2003). Informe sobre la gestión ambiental en la empresa española. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/40943943_Entorno_2003_Informe_sobre_la_Gestion_Ambiental_en_la_Empresa_Espanola_Avances_hacia_la_Sostenibilidad
- Ethos, I. (s.f.). *Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social*. Obtenido de <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx> .
- Evans, K. (2015). *Guía práctica de manejo adaptativo y colaborativo (ACM) y mejora de la participación de las mujeres*. Indonesia: Centro para la Investigación Forestal Internacional, CIFOR. Obtenido de https://www.cifor.org/publications/pdf_files/Books/ACMManual2014S.pdf
- Fairlie, A. (2010). *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*. Obtenido de <https://www.pucp.edu.pe/climadecambios/noticias/biocomercio-en-el-peru-experiencias-y-propuestas/>
- FAO. (2001). *Reglamento de la Ley sobre conservación y aprovechamiento sostenible de la Diversidad Biológica*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/exportaciones/166661321rad78925.pdf>
- FAO. (2004). *Las buenas prácticas agrícolas*. Obtenido de <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/009/a0718s/A0718s00.pdf>
- FAO. (2015). *Agricultura sostenible: Una herramienta para fortalecer la seguridad alimentaria y nutricional en America Latina y el Caribe*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i5754s.pdf>
- Fernandez, J. D. (2008). Análisis de la Ley de Responsabilidad Medioambiental. *Ingernieria Quimica*, 458, 160-167.
- Gil Bravo, N. (2012). *Aporte del Biocomercio a la conservacion de la Biodiversidad* (Tesis Magister). Pontificia Universidad Catolica del Peru. Escuela de Posgrado. Lima, Perú.

- Gomez, C. (2010). *El Desarrollo Sostenible: conceptos basicos, alcance y criterios para su evaluacion*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>
- Guy, H., Pahun, J., & Trigo, E. (2014). La Bioeconomia en America Latina: oportunidades de desarrollo e implicaciones de politica e investigacion. *FACES*, 125-141.
- Hernandez de Toro, J. A. (2010). *La valoración de la Incidencia Social y politica: propuesta de un modelo y aplicacion al caso de Intermón Oxfam* (Tesis Doctoral). Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales. Cordoba, Argentina.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodologia de la investigacion* (6a ed). Mexico D.F. McGraw-Hill / Interamericana Editores.
- IFOAM. (2010). *International Federation of Organic Agriculture Movements. The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends Willer*. Suiza: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) and IFOAM.
- INEI. (2015). *Peru: Anuario de Estadísticas Ambientales 2015*. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1342/libro.pdf
- INEI. (2018). *Peru: Crecimiento y distribución de la población 2017*. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1530/libro.pdf
- ISO26000. (2010). Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Johnson, P. (2003). *Comercio Justo: propuestas para intercambios comerciales solidarios al servicio de un desarrollo sostenible*. Cuzco: Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolome de las Casas.
- Koo, W. (2018). Limon Sutil Peru Exportacion 2018 Septiembre. Obtenido de <https://www.agrodataperu.com/2018/10/limon-sutil-peru-exportacion-2018-septiembre.html>
- Guevara, L. (2011). *Empresas Socialmente Responsables Enfocadas al Marketing Verde* (Tesis de licenciatura). Universidad Veracruzana. Facultad de Contaduria y Administracion. Mexico D.F, Mexico.
- Londoño, B. T. (1999). Responsabilidad Ambiental: Nuevo paradigma del derecho para el Siglo XXI. *Estudios Socio-Juridicos*, 6-25.
- Malca, O. (2005). *Responsabilidad Social: Fundamentos para la Competividad Empresarial y el desarrollo sostenible*. Lima: Universidad del Pacifico.
- Marquina Feldman, P. (2015). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposicion a pagar de consumidores bogotanos. *Estudios Gerenciales* (31), 373-382.
- Marquina, P. (2013). Consumer social responses to CSR initiatives versus corporate abilities. *ournal of Consumer Marketing*, 100-111.
- Marquina, P. (2015). *Impacto de la Responsabilidad Empresarial en el comportamiento de compra y disposicion a pagar de consumidores bogotanos*.
- Matson, P., & P. V. (2006). Agricultural intensification: will land spared from farming be land spared for nature? *Conservation Biology*. Obtenido de <https://doi.org/10.1111/j.1523-1739.2006.00442.x>
- MINAGRI. (2017). *Informe del Limon*. Obtenido de http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/f-taxonomia_plantas/f01-cultivo/informe_limon_ago17.pdf
- Ministerio del Ambiente, M. (2015). *Impacto de la Promocion del Biocomercio en el Peru: Retos y oportunidades*. Obtenido de

- <https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ditc-ted-17052018-BioTrade-SCC-peru1.pdf>
- Mori, M. S. (2009). *Responsabilidad Social. Una mirada desde la psicología comunitaria*. Lima: LIBERABIT.
- Muradian, R., G. V., E. B., & G. O. (2012). Construyendo cadenas de valor incluyentes: Una comparación de dos casos de Biocomercio en Suramerica. *Mundo Amazonico* 3, 43-69.
- Oliva, M. J., & N. F. (2014). *ABS y Biocomercio Etico: Enfoques, oportunidades y desafíos en la puesta en practica*. Obtenido de https://www.portalces.org/sites/default/files/migrated/docs/ABS_BioComercio_Etico.pdf
- Pelaez, S. (2016). *El Biocomercio y la agricultura sostenible en la provincia de Sanchez Carrion* (Tesis de licenciatura). Programa Academico de Comercio Internacional. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Peru.
- Perrings, C. et al. (2006). Biodiversity in agricultural landscapes: saving natural capital without losing interest. *Conservation Biology*. 20(2), 263-264
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, P. (2011). *Hacia una Economía Verde: Guia para el desarrollo sostenible y la erradicacion de la pobreza*. Obtenido de <https://sinia.minam.gob.pe/documentos/hacia-una-economia-verde-guia-desarrollo-sostenible-erradicacion>
- PROMPERU. (2013). *Las empresas del Biocomercio en el Perú*. Obtenido de http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1033/Kit_capacitacion_biocomercio_3_lectura_1_2_2013_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- PROMPERU. (2014). *Biocomercio: Modelo de negocio sostenible*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/exportaciones/166661321rad78925.pdf>
- Rodriguez, V., Bustamante, L., & Jean-Claude, M. (2011). La protección del medio ambiente y la salud, un desafío social y ético actual. *Revista Cubana de Salud Publica*, 37(4), 510-518.
- Sarandon, S. (2009). Evaluación de la sustentabilidad en agroecosistemas: una propuesta metodológica. *Agroecologia* 4, 19-28.
- Schwalb, M. (2005). *Responsabilidad Social: Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. Lima: Universidad del Pacifico.
- Shepherd, G. (2006). *El Enfoque Eco sistémico : cinco pasos para su implementación*. Suiza: IUCN.
- Thalya, G. (2017). *Evolucion de las agroexportaciones peruanas*. Obtenido de <http://www.mercadosyregiones.com/2017/06/23/evolucion-de-las-agroexportaciones-peruanas/>
- Torres, P. (2004). *Evaluación de la sustentabilidad del desarrollo regional. El marco de la agricultura*. Obtenido de <http://lanic.utexas.edu/project/etext/colson/29/4torres.pdf>
- Ulle, J. A. (2010). *Evaluación de la sostenibilidad de sistemas orgánicos mediante el desarrollo y validación de indicadores agroambientales, sociales y económicos en Latinoamérica*. Obtenido de http://www.abhorticultura.com.br/eventosx/trabalhos/ev_4/MR2_A_Rel%C3%A7%C3%A3o_da_Produ%C3%A7%C3%A3o.pdf
- UNCTAD. (2007). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Obtenido de <https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ditc-ted-17052018-BioTrade-SCC-peru2.pdf>
- Vega-Christie, M. E. (2012). *El caso de la Coopertiva agraria industrial Naranjillo (COOPAIN) : Expresion de Biocomercio en el Peru* (Tesis para Magister). Pontificia Universidad Catolica del Peru. Escuela de Posgrado. Lima, Peru.

- Velarde-Alvarez, M. S. (2014). *Biocomercio: modelo de negocio sostenible*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/exportaciones/166661321rad78925.pdf>
- Velez-Romero, X., & Cano-Lara, E. (2016). *Los diferentes tipos de Responsabilidad Social y sus implicaciones eticas*. Obtenido de <https://blog.oxfamintermon.org/los-diferentes-tipos-de-responsabilidad-social-del-ambito-individual-a-la-acciones-gubernamentales/>
- World Business Council for Sustainable Development, W. (2017). *World Business Council for Sustainable Development*. Obtenido de <http://www.wbcsd.org/home.aspx>



Apéndices

Apéndice A Matriz de consistencia

Matriz de Consistencia Título: La Responsabilidad Social en una empresa del Biocomercio. Caso: Limones Piuranos Autor: María Victoria Piwosz Julián											
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores								
<p>Problema General: ¿Cómo se desarrolla la Responsabilidad Social de una empresa Biocomercial, en el Grupo Limones Piuranos, el año 2018?</p> <p>Problemas Específicos: 1. ¿Cuál es el valor agregado de los productos que permite la sostenibilidad ambiental, social y económica en el Grupo Limones Piuranos? 2. ¿De qué manera la empresa agroindustrial colabora con la situación actual en el distrito de Sullana? 3. ¿Cuál es el nivel de conocimiento del uso sostenible de recursos en los trabajadores del Grupo Limones Piuranos? 4. ¿Cuáles son los fundamentos éticos de la Responsabilidad Social del Grupo Limones Piuranos?</p>	<p>Objetivo general: Analizar el desarrollo de la Responsabilidad Social de una empresa Biocomercial, en el Grupo Limones Piuranos del año 2018.</p> <p>Objetivos específicos: 1. Identificar el valor agregado de los productos que permiten la sostenibilidad ambiental, social y económica en el Grupo Limones Piuranos. 2. Identificar las actividades de responsabilidad social y analizar la incidencia social del Grupo Limones Piuranos en la provincia de Sullana. 3. Analizar el nivel de conocimiento en base a la agricultura sostenible en el Grupo Limones Piuranos. 4. Evaluar los fundamentos éticos de la responsabilidad social del Grupo Limones Piuranos.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <hr/> <p>Hipótesis Específica:</p>	<p>Variable 1: Biocomercio</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Categorías</th> <th style="text-align: center;">Subcategorías</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Agricultura sostenible. 2. Valor agregado. 3. Distribución justa y equitativa de los beneficios.</td> <td>1. Conocimiento de conservación y extracción sostenible de los recursos. 2. Certificaciones ambientales. 3. Normativas vigentes de remuneración laboral.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Variable 2 : Responsabilidad Social</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Categorías</th> <th style="text-align: center;">Subcategorías</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Incidencia social. 2. Desarrollo de capacidades. 3. Desarrollo de proyectos sociales. 4. Fundamentos éticos</td> <td>1. Oportunidades de trabajo para la población. 2. Actividades de desarrollo personal. 3. Cuantificaciones de actividades de Responsabilidad Social. 4. Compromiso de la organización</td> </tr> </tbody> </table>	Categorías	Subcategorías	1. Agricultura sostenible. 2. Valor agregado. 3. Distribución justa y equitativa de los beneficios.	1. Conocimiento de conservación y extracción sostenible de los recursos. 2. Certificaciones ambientales. 3. Normativas vigentes de remuneración laboral.	Categorías	Subcategorías	1. Incidencia social. 2. Desarrollo de capacidades. 3. Desarrollo de proyectos sociales. 4. Fundamentos éticos	1. Oportunidades de trabajo para la población. 2. Actividades de desarrollo personal. 3. Cuantificaciones de actividades de Responsabilidad Social. 4. Compromiso de la organización
Categorías	Subcategorías										
1. Agricultura sostenible. 2. Valor agregado. 3. Distribución justa y equitativa de los beneficios.	1. Conocimiento de conservación y extracción sostenible de los recursos. 2. Certificaciones ambientales. 3. Normativas vigentes de remuneración laboral.										
Categorías	Subcategorías										
1. Incidencia social. 2. Desarrollo de capacidades. 3. Desarrollo de proyectos sociales. 4. Fundamentos éticos	1. Oportunidades de trabajo para la población. 2. Actividades de desarrollo personal. 3. Cuantificaciones de actividades de Responsabilidad Social. 4. Compromiso de la organización										

Matriz de Consistencia Título: La Responsabilidad Social en una empresa del Biocomercio. Caso: Limones Piuranos Autor: María Victoria Piwosz-Julían			
Tipo y Diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística
Tipo: Cualitativa Alcance: Transversal Diseño: No experimental. Estudio de caso Método: Inductivo.	Población: Los trabajadores de la empresa Limones Piuranos de la provincia de Sullana. Tipo de muestreo: No probabilístico. Tamaño de muestra: Por conveniencia	Variable 1: Biocomercio Técnicas: Entrevista Instrumentos: Entrevista a profundidad Variable 2: Responsabilidad social Técnicas: Entrevista Instrumentos: Entrevista a profundidad y lista de cotejo	Estadística Este campo solo considerarlo cuando el alumno desarrolle la tesis para optar el grado de licenciado.

Apéndice B
Instrumento

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA EMPRESA DEL BIOCOMERCIO

CASO: LIMONES PIURANOS

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Soy alumna de la Universidad de Piura, egresada de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Estoy realizando un estudio de investigación con el objetivo de analizar la Responsabilidad Social en una empresa del Biocomercio. Caso: Limones Piuranos con fines académicos. Toda información es de uso confidencial. Le pido que conteste con toda sinceridad una serie de preguntas que a continuación se le presenta.

Fecha:

Hora:

1. Datos del entrevistado:

- Nombre:
- Apellido:
- Cargo:
- Correo electrónico:

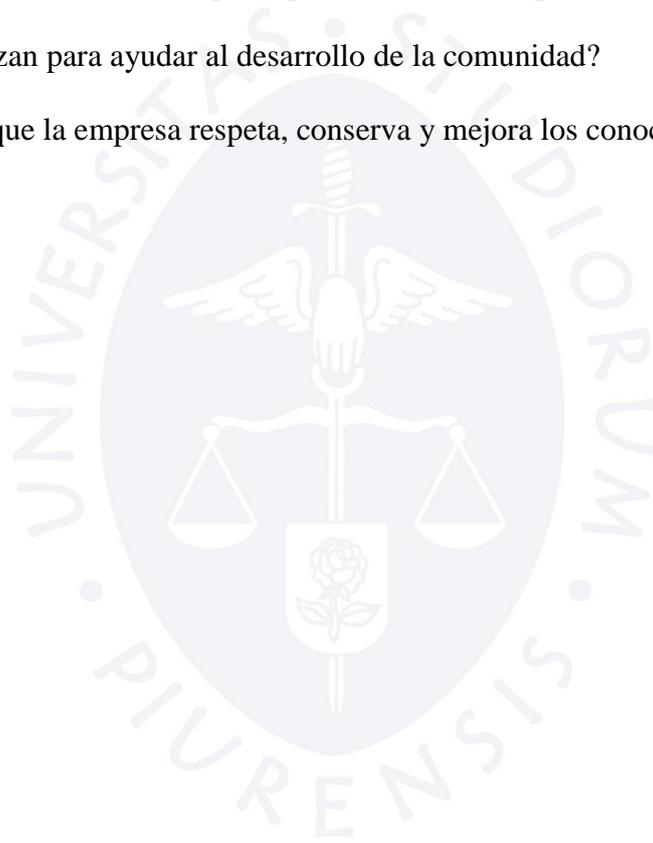
Variable 1: Biocomercio

1. Hable sobre su experiencia con el Biocomercio en la empresa Limones Piuranos
2. ¿Cuál cree usted que son los principales problemas y/o barreras del sector, existe algún incentivo o desarrollo del Biocomercio por parte del ministerio?
3. ¿Existe algún valor agregado de su producto que lo diferencie de la competencia?

4. ¿Considera que, siendo parte de la cadena de valor, recibe los beneficios de manera justa y equitativa?
5. ¿Cómo cree Ud., que será el entorno del Biocomercio en Perú en los próximos años?

Variable 2: Responsabilidad Social

1. ¿De qué manera efectivamente la Responsabilidad Social impacta en el nivel social, económico, político y ambiental?
2. ¿Cuál es el principio ético de la empresa para desarrollar responsabilidad social?
3. ¿Qué labores realizan para ayudar al desarrollo de la comunidad?
4. ¿Considera usted que la empresa respeta, conserva y mejora los conocimientos de sus prácticas?



Apéndice C
Lista de Cotejo

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN UNA EMPRESA DEL BIOCOMERCIO.
CASO: LIMONES PIURANOS

LISTA DE COTEJO N° 1- SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL

Instrucciones:

A continuación, se presentan ciertos indicadores a evaluar del área de control ambiental y social, marcan con una (X) si cumple o no cumple, en caso que no cumpla utilizar la columna de observación.

Nombres y apellidos:

Fecha:

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL				
	INDICADOR	SI	NO	OBSERVACION
1	Cuentan con sistemas de control, monitoreo y trazabilidad que asegure el uso sostenible y cumplimiento de las buenas practicas establecidas por la organización			
2	La organización conoce el entorno donde ejerce sus actividades y su área de influencia			
3	La organización promueve buenas prácticas de conservación de las especies en todas las áreas de la empresa			
4	Cuentan con guías o manuales que definen e implementan prácticas de uso sostenible en sus actividades de cultivo.			
5	Cuenta con un programa de capacitaciones para los trabajadores (operarios y/o jornales)			
6	Capacitan a los trabajadores (operarios y/o jornales) en buenas prácticas agrícolas			
7	Implementan las buenas prácticas agrícolas los trabajadores que fueron capacitados.			
8	Identifican la delimitación geográfica del área donde realizan sus actividades y verifican de no inducir cambios.			
9	Cuentan con un plan de actividades específicas para conservar o restaurar las áreas ecológicas			
10	Guardan la documentación de sus prácticas de cultivo generando información de campo para un uso futuro			

11	Se han identificado posibles impactos que puedan repercutir en el ecosistema			
12	Cuenta con estrategias para la mitigación de los impactos identificados			
13	Se han identificado las especies y variedades que utilizan en sus procesos			
14	Se ha logrado algún convenio con una entidad o empresa para realizar actividades de conservación en su entorno que sean compatibles con las estrategias ambientales regionales			
15	La organización promueve actividades para el desarrollo local de las comunidades aledañas			
16	Fortalecen las capacidades de los trabajadores y/o la comunidad, en el contexto sobre la gestión de los recursos naturales			
17	Cumplen con la normativa vigente relacionada a la contratación laboral.			
18	Garantizan condiciones óptimas para el desarrollo de las actividades			
19	Se realizan capacitaciones para un buen desarrollo de actividades			
20	Se realizan evaluaciones periódicas de las funciones y desempeños			
21	Cuentan con documentación legal que respalde el desarrollo de sus actividades comerciales, sus obligaciones y derechos de sus negociaciones.			
22	La organización tiene derecho sobre el uso de la tierra			

Apéndice D
Curriculum Vitae

Piwosz Julián, María Victoria

E-mail: maria.piwosz@gmail.com.



Egresada de la Carrera Administración de Empresas en la Universidad de Piura, con capacidad de adaptación a diversos cargos de responsabilidad poniendo en práctica mis conocimientos académicos y valores. Los inicios de mi experiencia profesional han estado ligados al área administrativa. He tenido el placer de trabajar para empresas de diferentes sectores con grandes diferencias entre ellos, lo cual me ha permitido obtener una amplia visión del mercado. En la actualidad, estoy trabajando en una empresa exportadora como responsable del área administrativa.

Apéndice E

Carta de autorización



CARTA DE AUTORIZACION

Lima, 14 de abril del 2019

Señores
Universidad de Piura

Por medio de la presente, yo, Miguel Gerardo Fossa Villar, identificado con DNI 02630188, representante legal de la empresa Limones Piuranos SAC identificada con RUC N° 20484002216 en pleno uso de mis facultades autorizo la investigación titulada "La Responsabilidad Social en una empresa del Biocomercio. Caso: Limones Piuranos", trabajo de investigación de la Universidad de Piura a cargo de María Victoria Pivosz Julian.

Atentamente,

LIMONES PIURANOS S.A.C.
MIGUEL GERARDO FOSSA VILLAR
GERENTE GENERAL