

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**SECCIÓN DE SEGUNDA ESPECIALIDAD**



**TESIS**

**“RELACIÓN ENTRE LA INVERSIÓN SOCIAL Y EL RESULTADO  
SOCIAL DE LA TRIPLE BOTTOM LINE EN LA UNIVERSIDAD  
PRIVADA DE TACNA – AÑO 2013”**

Presentado por:

**Dr. ELMER LIMACHE SANDOVAL**

Para optar el

**Título Profesional de Segunda Especialidad en  
ADMINISTRACIÓN**

**TACNA - PERÚ**

**2014**

## **DEDICATORIA**

En el viaje hacia lo insondable del Universo,  
a lo infinito de la materia,  
En la búsqueda de la razón de nuestro vivir,  
En la posibilidad de un mundo con justicia,  
Es el HOMBRE el actor principal...

A mis hijos, para mostrarles que el estudio es el camino del éxito...

A Trinidad y Moisés, cuyos destinos no logré converger...

A Aracely y Briana, nuevas responsabilidades en mi vida...

## **AGRADECIMIENTOS**

A la Universidad Privada de Tacna por cobijarme en esta etapa de mi vida.

Mi sincero agradecimiento a los docentes de la Segunda Especialidad en Administración que volcaron sus conocimientos y experiencia sobre las distintas materias.

A los compañeros de estudios de la Segunda Especialidad en Administración, que permitieron reencarnar épocas ya vividas.

Al Mag. Juan Aranibar, por su apoyo, paciencia y el tino con el que transmite sus opiniones.

Agradezco a mi amigo Dante Lopez por su valiosa contribución en la obtención de información, sin la cual este trabajo se habría retrasado.

Al personal administrativo de FACEM por su permanente disposición a apoyar.

## RESUMEN

La tesis “RELACIÓN ENTRE LA INVERSIÓN SOCIAL Y EL RESULTADO SOCIAL DE LA *TRIPLE BOTTOM LINE* EN LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA – AÑO 2013” es un trabajo que se realizó para determinar la efectividad de la gestión social en la percepción de la imagen de la UPT como una institución responsable socialmente.

Se aplicó la técnica del análisis documental, la triangulación y la encuesta cuyos instrumentos de recolección de datos fueron memorias anuales, informes a las oficinas de apoyo y el cuestionario dirigido a 312 estudiantes matriculados en pregrado de la Universidad Privada de Tacna con capacidad para emitir un juicio sobre las variables de interés. Las respuestas fueron analizadas a través de la deducción.

Los resultados prueban que la relación entre la inversión social y el resultado social del *Triple Bottom Line* de la Universidad Privada de Tacna en el año 2013 no fue directa porque al aumentar la inversión en el 2011 no se percibieron cambios en los resultados en el ámbito social en los últimos años.

## **ABSTRACT**

The thesis "RELATIONSHIP BETWEEN THE SOCIAL INVESTMENT AND SOCIAL RESULTS OF THE TRIPLE BOTTOM LINE IN THE PRIVATE UNIVERSITY OF TACNA - YEAR 2013" is a work that was performed to determine the effectiveness of corporate management in the perception of the image of the UPT as a socially responsible institution.

The art of documentary analysis, triangulation and the survey was conducted whose instruments of data collection were annual reports, reports to support offices and questionnaire to 312 undergraduate students enrolled in the Private University of Tacna with ability to issue a judgment on the variables of interest. Responses were analyzed through deduction.

The results show that the relationship between social investment and social outcome of the Triple Bottom Line of Private University of Tacna in 2013 was not straightforward because increasing investment in 2011 no changes were perceived in the results in the social field in recent years.



3.5	Técnicas de procesamiento de datos	40
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>		<b>41</b>
4.1	Presentación de los resultados	41
	4.1.1 Respecto a la inversión social	41
	4.1.2 Respecto al resultado social	44
4.2	Contrastación de las hipótesis	49
<b>CONCLUSIONES</b>		<b>57</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>		<b>58</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>		<b>59</b>
<b>ANEXOS</b>		

## INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un tema de actualidad en la que se encuentran empeñadas todas las organizaciones a fin de garantizar la sostenibilidad que le permita conciliar los beneficios con su permanencia en un medio cada vez más competitivo. Así, la rentabilidad económica ya no es la única variable a tener en cuenta por los inversionistas sino va aparejada con la rentabilidad social y la ambiental. En la UPT esta variable ha sido tomada en cuenta recientemente en su desempeño motivo por el cual se tiene una oficina dedicada a esta labor, y el hecho de considerar una partida en el presupuesto que permite desarrollar esta labor.

El contenido de la presente investigación se ha seccionado orientando al Capítulo I al planteamiento del problema, identificándolo y determinando los objetivos, la importancia y alcances de la investigación.

El Capítulo II está orientado al marco teórico que incluye una revisión de la literatura existente relacionada al tema de investigación. El Capítulo III versa sobre la metodología, las técnicas e instrumentos utilizados así como la determinación de la muestra para la obtención de la información referente a la reputación y las prácticas éticas en la UPT. Finalmente, el Capítulo IV se orienta a los resultados y discusión de ellos, así como la contrastación de las hipótesis, finalizando con las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA.**

Hasta hace poco las empresas sólo tomaban en cuenta el resultado económico de sus inversiones realizadas, maximizando así sus inversiones, concepto este que a la fecha se torna anticuado, pues la empresa se encuentra inmersa en un medio que es complejo de por sí, en el cual confluyen empresarios y trabajadores, proveedores y clientes, así como otras instituciones y el Estado, denominados *stakeholders*, cada uno con sus propios intereses respecto a la empresa.

Si ésta, la empresa, continúa con el concepto tradicional de enfocarse solamente en los resultados económicos corre el riesgo de quedar desfasada perdiendo competitividad respecto a otras empresas que toman en cuenta los *stakeholders* y sus intereses y el medio ambiente, así como adoptan un compromiso ético respecto a las prácticas empresariales y a la ciudadanía.

Asimismo, las inversiones económicas ya no son suficientes, siendo necesario destinar una parte de las inversiones a otra que no forma parte del producto de la empresa y que se denomina inversión social, como una forma de ganar aceptación en la sociedad y que se traduce en la llamada “reputación de la empresa” o el buen prestigio de la empresa reconocida por sus prácticas sociales y medioambientales. Esta inversión social, que es parte de las inversiones de la empresa, debe traducirse en algún beneficio para ella.

Se aprecia que la rentabilidad económica sigue siendo el motor de la empresa, pero también la buena reputación de la empresa en la sociedad es necesaria para su desenvolvimiento normal, especialmente en zonas caracterizadas por su gran volatilidad social.

Tampoco debe dejarse de lado las implicancias medioambientales especialmente en las épocas recientes, porque a nadie escapa que hay graves alteraciones en el medio ambiente relacionados a la utilización de las aguas, que en la zona que vivimos es escasa; la energía, que también se torna costosa y escasa, siendo necesario una reutilización de los desechos como forma de controlar los impactos negativos de la acción del hombre sobre el medio ambiente.

La Universidad Privada de Tacna (UPT), es una institución educativa sin fines de lucro dedicada a la enseñanza universitaria, con una promotora que ha sido soslayada de su entorno por peculiaridades que no es necesario destacar en este estudio, desarrolla sus actividades en un medio singular como es la región de Tacna, caracterizada por estar ubicada en zona de frontera con bastantes convulsiones sociales de tipo medioambiental relacionados a la explotación de minerales y a la escasez del recurso hídrico.

La sensibilidad social va relacionada también a la ineficaz distribución de los recursos provenientes del canon minero que genera desequilibrios en el crecimiento económico a nivel regional y local así como la desatención de las necesidades sociales, especialmente en zonas marginales y altoandinas. La UPT, como entidad económica es también una empresa, pero con características especiales, pues no tiene fines de lucro.

Los *stakeholders* vinculados al quehacer universitario son los estudiantes (clientes), padres de familia, los docentes y administrativos, los funcionarios de la UPT y los proveedores. La UPT realiza inversión social a través de la Oficina de Bienestar Universitario (OBUN) y Oficina de Extensión Universitaria y Proyección Social (OEUYPS). La labor de estas dependencias está enfocada en los estudiantes, el personal administrativo y docente y el público al cual orienta sus acciones sociales.

Con varios años desde su creación con inspiración cristiana y con capitales provenientes, en sus inicios, de la propia población, y posteriormente, con los aportes de las pensiones de los estudiantes que le han permitido crecer hasta ubicarse como una de las instituciones de educación superior líderes en el contexto regional, ha sobrellevado con éxito los tropiezos iniciales de las instituciones que crecen como la instalación de una Comisión Interventora a comienzos de los años 90 y el alejamiento de una parte de docentes producto del enfrentamiento interno de los estamentos en los años iniciales de este siglo.

Su inspiración cristiana y el origen de los capitales que le dieron nacimiento han regido los destinos de la UPT como institución sin fines de lucro. Sus dependencias como la Oficina de Bienestar Universitario (OBUN) y la Oficina de Extensión Universitaria y Proyección Social (OEUYPS) tienen la misión a nivel interno y externo respectivamente, de poner en práctica los fines de la Universidad.

Se espera que las acciones desarrolladas por estas dependencias se reflejen en la reputación y el prestigio de la UPT luego de varios años de acción, más aun cuando en el medio están insertadas otras instituciones que participan en un mercado de educación superior cada vez más competitivo.

Así, la UPT capacita a su personal administrativo y docente, proporciona becas a estudiantes, realiza acción social entre la población marginal de la ciudad, y en algunos casos, en provincias altoandinas. También realiza actividades de difusión de la cultura entre la población tacneña y otras más que no pueden pasar desapercibidas, haciéndose necesario determinar el impacto de estas acciones sociales en el medio y determinar el beneficio social que le reporta y, si es justificable, para el nivel de este tipo de inversiones.

Las apreciaciones y la observación del entorno parecen indicar que las inversiones sociales no se encuentran en un nivel aceptable ni los resultados sociales parecen ser los esperados.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 PROBLEMA GENERAL**

¿Cuál es la relación entre la inversión social y el resultado social del Triple Bottom Line en la Universidad Privada de Tacna en el año 2013?

### **1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- a) ¿Cómo es la inversión social en la UPT en el año 2013?
- b) ¿Cómo es el resultado social del Triple Bottom Line en la UPT en el año 2013?

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la relación entre la inversión social y el resultado social del Triple Bottom Line en la Universidad Privada de Tacna el año 2013.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Determinar cómo es la inversión social en la Universidad Privada de Tacna en el año 2013.
- b) Determinar cómo es el resultado social del Triple Bottom Line en la UPT en el año 2013.

## **1.4 IMPORTANCIA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1 IMPORTANCIA**

En la actualidad la UPT está incorporando los postulados de la responsabilidad social empresarial en su quehacer cotidiano en correspondencia con las tendencias del mundo actual. Por tanto, el trabajo permite relacionar desde el punto de vista práctico dos variables importantes que son la inversión social y el triple resultado lo que constituye un aporte teórico y práctico al tema de la responsabilidad social empresarial.

### **1.4.2 ALCANCES**

La responsabilidad social empresarial es un tema que ya se ha hecho de conocimiento y práctica de las organizaciones responsables y de los estados. Pero la demostración práctica de las variables que comprende la RSE no se ha realizado aún en nuestro medio, por lo que el presente trabajo es un avance que trasciende lo alcanzado hasta ahora en el conocimiento relativo al tema.

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Fernandez Sanchez J. (2009) en su tesis “Evaluación de la Inversión Colectiva: Análisis Comparativo de los Fondos Sociales Frente a los Fondos Convencionales en Europa” menciona que, metodológicamente, las principales conclusiones obtenidas del trabajo son las siguientes:

- Entre la variable factor social y las variables endógenas riesgo y rentabilidad existen efectos directos e indirectos significativos que pueden compensarse o neutralizarse, obteniendo efectos totales no significativos. Por tanto, la utilización de ratios de *performance*, puesto que son medidas sintéticas, pueden enmascarar las relaciones existentes entre las variables rentabilidad y riesgo que componen la medida, por lo que **se aconseja analizar conjuntamente el efecto que tienen los diferentes factores sobre el ratio y sobre las diferentes variables que componen el mismo.**

En cuanto a las conclusiones relacionadas con las hipótesis planteadas en el trabajo se concluye que:

- A largo plazo (5 años), **el factor social de la inversión tiene un efecto negativo significativo sobre la *performance* del fondo con independencia del método de contraste o valores empleados en el análisis** (este resultado si se vería afectado por el tipo de medida utilizada: rentabilidad promedio o ganancia acumulada). Este factor hace aumentar el riesgo total del fondo (efecto consistente pero no significativo), y disminuir significativamente la rentabilidad del mismo. En consecuencia,

ante la evidencia obtenida, debe aceptarse la hipótesis 1 de que **existe una relación negativa entre el factor social de la inversión y la *performance* financiera de los fondos.**

- En referencia a la política de inversión social del fondo, los resultados de la investigación muestran que la aplicación de criterios de selección de exclusión (negativos) o de inclusión (positivos) afecta significativamente a la *performance*, pero de diferente manera pudiendo el efecto de un criterio compensar los efectos del otro. Así, la aplicación de criterios de selección negativos supone para el fondo obtener una mayor rentabilidad y un menor riesgo, mientras que la aplicación de criterios positivos supone, por el contrario, tener un mayor riesgo y una menor rentabilidad.

Pone así de relieve la importancia del factor social en el desempeño de las organizaciones financieras incidiendo en una mayor rentabilidad y menor riesgo. Se aprecia que el investigador tiene un punto de vista contrario a lo que se espera respecto a la relación entre las variables factor social y *performance* financiera.

A la vez, Garnier, L. (2000) en su artículo “La Inversión social: el costo de las oportunidades perdidas” sostiene que solamente una transformación productiva sustentada en una incorporación deliberada y sistemática del progreso técnico, permite –y requiere—una utilización cada vez más productiva y mejor remunerada de la fuerza de trabajo, lo que constituye, a su vez, *“el principal mecanismo mediante el cual las grandes mayorías pueden contribuir al desarrollo y participar de sus frutos”*.

Para ello, no basta una política económica que garantice la estabilidad macroeconómica y el crecimiento. **Se requiere, además, una política distributiva consistente con los objetivos planteados de reducción de la pobreza y de la inequidad y una política social que**

**garantice también el acceso de toda la población a los servicios de educación, salud, vivienda y saneamiento ambiental**, ya que estos forman la base fundamental tanto de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, como de su capacidad productiva. La inversión social dirigida a enfrentar la pobreza y las desigualdades no sólo se justifica por razones éticas y sociales sino por razones de estricta eficiencia económica: es la forma más eficiente de frenar la pobreza y la inversión más rentable desde el punto de vista de la productividad y el crecimiento.

Sosteniendo así que las políticas de inversión social permiten una mayor eficiencia económica.

Reyno Momberg, M. (2006) en su tesis de Magister en Gestión Empresarial concluye que **la empresa socialmente responsable es aquella que asume en todas sus decisiones el compromiso social**, se arraiga en la acción y decisión de los directivos, así como en todo su personal de mando, para traspasar este enfoque, programas y políticas con mayor seguridad a toda la organización, reafirmando el compromiso de la empresa y de quienes la gobiernan, transformando su cultura empresarial, incorporando de forma voluntaria valores éticos en sus acciones, de manera de no depender del cumplimiento obligatorio de reglamentos y normas, sino que actuar con probidad, responsabilizándose por sus decisiones, respetando el medio ambiente y trabajando para que sus operaciones no conlleven un impacto negativo en éste.

Sostiene también que la Responsabilidad Social Empresarial lleva a que la empresa identifique y explote puntos de ventaja sobre la competencia, desde el momento mismo en que se incorpora a la gestión, por la diferenciación que se produce de las demás empresas de su industria y los beneficios que son reconocidos en los ámbitos comerciales, legales, medioambientales, hacia su comunidad interna y en el área financiera.

El autor destaca la responsabilidad social empresarial como el factor que lleva adelante a la empresa.

## **2.2 BASES TEÓRICO – CIENTÍFICAS**

### **2.2.1 ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Ya en el siglo XIX y en la primera mitad del XX se utilizaban términos parecidos aunque con diferente nombre y con otra dimensión, que constituyeron la fase precursora de la responsabilidad social de la empresa (Lara, 2003; Morrós y Vidal, 2005).

Así, en el siglo XIX se encuentran casos de filantropía empresarial y a mediados de la década de 1920, directivos de empresas empezaron a hablar de la necesidad de atender los intereses de otros agentes distintos a los accionistas (Frederick, 1994). Estas ideas variaron durante la década de la depresión de 1930 y fueron subordinadas ante otras necesidades más urgentes en la Segunda Guerra Mundial (Fernández Gago, 2005).

Sin embargo, en la década de los sesenta aparece la responsabilidad social como término principalmente en los Estados Unidos, donde comienza a reconocerse que las empresas privadas, además de producir bienes y servicios, eran responsables de los riesgos sanitarios de sus trabajadores, de la contaminación que generaban, de la monopolización de recursos sin preocuparse de la suficiencia de suministros a largo plazo, etc. Además, dada la enorme capacidad de las empresas, se vislumbraban las posibilidades con las que cuentan éstas para influir y contribuir a paliar los problemas sociales. Esto originó que

comenzara a argumentarse la existencia de una responsabilidad de la empresa con la sociedad (Lara, 2003).

La discusión sobre la RSE pasó por una primera etapa filosófica (1950-1960), donde se trata de definir qué es RSE como concepto abstracto, al tiempo que se replanteaban los fines de la empresa y de la economía (Carroll, 1999).

Al mismo tiempo, se traslada el discurso filosófico a la gestión empresarial (Balaguer, 2006) y se habla de responsividad social de la empresa (*corporate social responsiveness*), en referencia a la actitud anticipatoria y proactiva que debe mantener la misma ante las demandas de la sociedad, y de resultado o rendimiento social (*corporate social performance*).

En una tercera etapa, en las décadas de los 80 y 90 se integra el discurso sobre RSE en la dirección estratégica, a través de la teoría de los *stakeholders*, según la cual la empresa debe atender no solo a los accionistas sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendente al logro de los objetivos de la compañía (Freeman, 1984).

Con ello se pretendía buscar una mayor aplicabilidad de la RSE en la gestión empresarial, así como un esfuerzo por proponer modelos que dieran cabida a las diferentes perspectivas y conceptualizaciones, y que sirvieran de orientación para avanzar en la investigación sobre dicha materia (Araque y Montero, 2006). Actualmente, las referencias a la RSE se han integrado en el discurso sobre *Business Ethics* y en las nuevas teorías de gestión empresarial (teoría de los recursos y capacidades).

### 2.2.2 CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la cuestión económica y se incorpora la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible tiene como fin alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, *stakeholders*, son el centro de atención esencial para la gestión.

La Responsabilidad Social Empresarial ha sido definida desde diversos ámbitos de modos muy distintos. A pesar de esta diversidad conceptual, en casi todos los enfoques es posible encontrar algo en común que ha permitido llegar a un cierto consenso sobre el concepto de RSE. (Reyno Momborg, M., 2006)

Una de las definiciones más conocidas es la de la Comisión Europea: **“La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”**, (*Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”*), (Alfaya, V. (s.f.)).

Adicionalmente se tienen otras definiciones de RSE:

**“La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”**, (*World Business Council for Sustainable Development*).

La *PWBLF, Prince of Wales Business Leaders Forum* la define como “... el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”,

Asimismo el *Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas* indica que “La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”,

De otro lado “La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”, (*BSR, Business for Social Responsibility*).

También el *Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social* indica que “La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”,

Y “La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas

**comerciales, operaciones y políticas cotidianas”,** (*The Center for Corporate Citizenship del Boston Collage*).

Apreciándose como un factor común las prácticas de valores o el factor ético en las relaciones empresariales y el respeto al medio ambiente.

### **2.2.3 ALCANCES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Reyno Momberg, M. (2006) sostiene que en este escenario cambiante, donde aparece la Responsabilidad Social Empresarial como factor de equilibrio, se pueden visualizar los siguientes alcances como concepto en el desarrollo de las actividades empresariales:

- **Alcance social y de desarrollo.** Desde este punto de vista la RSE se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa a ésta, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.
- **Alcance solidario e igualitario.** La empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, reconociéndose la existencia implícita de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.
- **Alcance de autorreferencia.** Considera sólo el interior de la empresa, es decir, la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa,

enfocándose solo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias.

- **Alcance ético sistémico.** Se considera una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus *stakeholders* o grupos de interés de manera permanente, de ahí el carácter sistemático de esta noción.
- **Alcance ético y de valores.** Considera la RSE como reflejo de la empresa o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa.

#### **2.2.4 NIVELES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

El mismo autor destaca que en la sociedad la RSE se manifiesta en diferentes ámbitos, ésta puede ser expresada en acciones públicas o privadas de cada individuo, el desarrollo de las familias y grupos sociales, organizaciones civiles e instituciones políticas, en el Estado y en sus políticas públicas. Por lo que, la empresa ve manifestada sus responsabilidades en:

- **Responsabilidad básica o global.** Proviene de la existencia de la empresa en la sociedad y el cumplimiento de normativas y acciones que aseguren el bienestar de ésta. De esta manera, las empresas se encargan de las consecuencias de sus acciones en su entorno, medioambiente y en las personas, haciéndose cargo y asumiendo responsabilidades en los efectos que causen por el desarrollo de sus operaciones.

- **Responsabilidad institucional o de las organizaciones.** Determinado por la relación que sostienen con todos aquellos que se ven involucrados en sus acciones y actividades en forma directa. Así, la empresa deberá acceder y estar dispuesta a dar cuenta de sus acciones a su entorno inmediato, como es su comunidad interna, proveedores y accionistas, respondiendo a la vez las demandas que estos realicen, y a informar en cuanto al por qué de sus acciones.
  
- **Responsabilidad societal o contextual.** Consiste en la conciencia por parte de la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, porque al mantener el bienestar de éste se está contribuyendo también a la continuidad de su desarrollo enfocándose en alcanzar y mantener el desarrollo sostenible de la empresa.

### **2.2.5 LAS PARTES INTERESADAS O GRUPOS DE STAKEHOLDERS**

El concepto de empresa sostenible es bastante antiguo y se refiere a la evidencia de que en el largo plazo los resultados empresariales mejoran si se mantienen relaciones no oportunistas con las diferentes partes interesadas o *stakeholders* que concurren en la actividad empresarial: empleados, clientes, proveedores, y comunidades sociales donde se opera.

Podemos definir los *stakeholders* como toda persona individual, grupo, organización o similar de carácter público o privado capaz de afectar/interaccionar con sus acciones en la estrategia de la empresa, o que puedan verse afectadas por las decisiones de esta última. Es decir, el nuevo concepto de *stakeholder* establece una relación biunívoca empresa-sociedad con intereses coincidentes.

De entre estos grupos de *stakeholders*, Clarkson, M. (1995), distingue entre primarios y secundarios. Los partícipes primarios son aquellos sin cuyo concurso la empresa no puede sobrevivir, esto es, accionistas, clientes, empleados, proveedores (el grupo que tiene una Relación Directa con la empresa que se muestra en la figura). En cambio, los secundarios, no realizan transacciones con la empresa, aunque existen relaciones de influencia mutua. Cada *stakeholder* tiene un especial interés en que se decida y viceversa, ya que son capaces de afectarse mutuamente en la consecución de sus objetivos.



**Figura 1. Los grupos de *stakeholders* en la empresa**

Fuente: Ramírez Orellana, A. (2006)

Alfaya, V. (s.f.) remarca que el comportamiento que la empresa tiene con cada uno de estos grupos está relacionado con el valor que es capaz de crear. Las empresas que perjudican a sus *stakeholders* no valen lo mismo que aquellas que ayudan a diseñar un mundo más justo.

La empresa sostenible es capaz de orientar los esfuerzos de sus directivos hacia la construcción de relaciones fructuosas con las partes interesadas. Desde esta nueva perspectiva, en la

que las expectativas de los *stakeholders* juegan un papel relevante, la misión de la empresa es encontrar oportunidades que resulten beneficiosas tanto para ella como para la sociedad (entendida en un sentido amplio). Esta es la base de lo que denominábamos “*comunicación inteligente*”.

Ramirez Orellana, A. (2006) sostiene que el implantar una estrategia de RSC implica un análisis de *stakeholder*, significa asumir la esencia social de las organizaciones empresariales como conjunto de personas que interactúan en el marco de la sociedad, (organización igual a la suma de individuos sociales).

Indica que se pueden identificar seis fases metodológicas en una propuesta de análisis de los *stakeholder* de una empresa:

1. Identificar a los grupos de *stakeholders* vinculados directa o indirectamente a la empresa.
2. Jerarquizar los *stakeholders*, identificando los grupos clave que afectarán de forma más directa cualquier decisión estratégica que se pretenda adoptar en la empresa.
3. Analizar los requerimientos de los *stakeholders*. Se definen factores de interés para los *stakeholders* por cada uno de los vértices de la RSC.
4. Analizar las expectativas de la empresa. Recoger la visión que describe el tipo de organización en que se desea convertir.
5. Priorizar las necesidades
6. Definir las acciones.

Enfatiza que, pretender un proyecto de largo plazo bajo un criterio de empresa sostenible necesariamente ha de prever aquellos aspectos que lo fortalecen económica, social y medioambientalmente y siempre estos parámetros estarán íntimamente asociados a los *stakeholders*.

### 2.2.6 INVERSIÓN SOCIAL

Para Orlitzky, Schmidt y Rynes (2003) el grado de correlación que existe entre el *performance* financiero y social cada vez es mayor, siendo muy fuerte cuando el indicador que se tiene en cuenta para medirlos es la reputación corporativa. Los defensores de la *performance* social afirman que su importancia es vital especialmente si la compañía tiene intención de establecer una relación a largo plazo con sus accionistas, porque se incrementa el valor de los intangibles y genera confianza. Existen, asimismo, algunos detractores que afirman que ese rendimiento social es algo que tiene sin cuidado al inversor, fundamentalmente cuando éste toma sus decisiones sobre la base de la mera especulación.

Sostienen que no es razonable contraponer el enfoque centrado en el accionista que mantiene su inversión a lo largo del tiempo y el inversor esporádico. Siempre se puede dar el especulador financiero y siempre se puede encontrar al “especulador social”, que buscan resultados en el corto plazo. La perspectiva adecuada es asumir una visión a largo plazo que esté orientada al fortalecimiento y la sostenibilidad ya que los efectos negativos que pudieran tener las decisiones especulativas se corrigen cuando se considera el agregado y un horizonte temporal amplio.

Martinez, J. (2007) sostiene que es un hecho la amalgama de motivos que subyacen en la toma de decisiones de inversión con una dimensión social. De manera general, se identifican el propio interés, la autosatisfacción, el altruismo y las convicciones personales como los cuatro motivos básicos. Cuando lo que mueve es el interés, se espera recibir algo a cambio: además de la rentabilidad vía dividendos o cotización, se busca activa y positivamente que haya un rédito específico de la donación que

podiera realizarse, que revierta en beneficio del propio inversor como, por ejemplo, las ventajas fiscales.

En cambio, cuando es la autosatisfacción la que induce a la inversión social, se busca la complacencia en el bien que se es capaz de reportar: hay capacidad de cambiar las cosas, el inversor social siente que tiene poder para transformar la realidad y eso le satisface. Se puede dar un comportamiento altruista que, más allá de lo que la acción reporta para el que la realiza material o espiritualmente, busca beneficiar a un tercero: es éste el que la justifica, por último, por convicción.

Se tiene la creencia de que se debe hacer, de que existe un compromiso por el que se debe colaborar y dedicar el dinero al sostenimiento de acciones solidarias. Desde esta perspectiva, no se necesitaría recompensa alguna para movilizar al inversor, ni de hacerle partícipe de ninguna situación de padecimiento: apelando a sus valores y principios, dedicaría su atención al soporte de la causa a la que se sintiera obligado y por la que fuera afín.

Reyno Momberg M. (2006) enfatiza que la **Inversión Social** constituye un enfoque integral de la interacción entre sociedad y empresa, donde la aplicación de ésta se orienta a satisfacer las necesidades prioritarias de la comunidad, contribuyendo a su desarrollo, eliminando el enfoque caritativo para destacar uno que está más ligado a la sustentabilidad y el desarrollo de proyectos.

“Es una filosofía de inversión que mezcla objetivos éticos, medioambientales y sociales con objetivos puramente financieros. Generalmente se usan criterios positivos de carácter cualitativo: grado de compromiso y participación de la empresa en la comunidad, su relación con los empleados, grado de compromiso medio ambiental, calidad de productos y servicios, entre otros”.

La *UK Social Investment Forum*, señala que un uso habitual del concepto se refiere a cualquier desembolso de dinero, pericia o esfuerzo que colabore con la construcción de capital social o capital humano. En este uso del término no hay una intención de que el desembolso entre en la lógica del mercado. Este es el uso que le dan autores como Giddens, A. (1999) en “La Tercera Vía” y también el que utiliza el *London Benchmarking Group*.

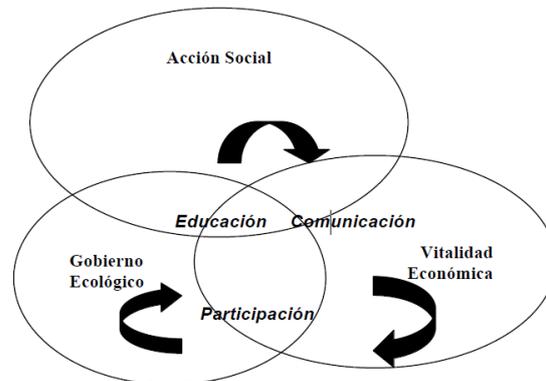
Esta organización equipara los términos “inversión socialmente responsable” e “inversión social”. Entiende en ambos casos transacciones financieras, en las cuales se invierte dinero (tomando en cuenta los valores y objetivos de los inversionistas) de manera tal que se logra un reembolso o una transacción con o sin un retorno financiero adicional. De esta manera, no considera inversión social la donación de esfuerzo o dinero a una escuela.

Define la inversión socialmente responsable (algunas veces conocida como inversión ética) como aquella que combina los objetivos financieros de los inversionistas con su compromiso hacia preocupaciones sociales como justicia social, desarrollo económico, paz y medio ambiente.

### **2.2.7 EL “TRIPLE BOTTOM LINE” O LA TRIPLE CUENTA DE RESULTADO**

El término “*Triple Bottom Line*” (en adelante, TBL) data de mediados de los años 90, cuando un grupo de expertos en contabilidad empieza a utilizarlo en sus trabajos. Dada la rápida adaptación por parte de empresas, gobiernos, organizaciones no gubernamentales y otros grupos activistas a este nuevo concepto de la TBL, no se han realizado grandes aportaciones desde el punto de vista científico. En la concepción de la TBL existen tres

líneas que son la sociedad, la economía y el medioambiente. La sociedad depende de la economía y ésta a su vez del ecosistema global.



**Figura 2. El triple resultado**

Fuente: Ramirez Orellana, A. (2006)

En síntesis, una organización sólo puede sobrevivir a mediano y a largo plazo si resulta económicamente viable, es medioambientalmente sostenible y es socialmente responsable". "Este es el planteamiento de la denominada *"Triple Bottom Line"* introducida por Elkington, J. (1997) en el sentido de atender las demandas de los diversos grupos de *stakeholders*, a través de la elaboración de la "Triple Cuenta de Resultados", que comprende resultados económicos, sociales y medioambientales de las compañías". Es decir, lo que serían los tres vértices de una gestión sostenible (Ramirez de Orellana, A., 2006).

Almagro García, J. (2009) afirma que las empresas "sostenibles" y "responsables" integran voluntariamente los valores sociales, medioambientales y económicos para beneficio de todas las partes interesadas. El reto es garantizar la integración de esos valores sostenibles en la estrategia global de la compañía.

“...las empresas deben operar en modalidades que garanticen el desempeño económico a largo plazo evitando las conductas de corto plazo socialmente perjudiciales o medioambientalmente dilapidadoras” (Porter, M. y Kramer, Mark R. 2006).

Gradl, C., Herndorf, M. y Kramer, A. (2009), menciona que el concepto del “triple resultado” es ampliamente utilizado para describir que, en un emprendimiento sostenible, lo que cuenta no es solo el resultado financiero o “balance final” sino que también el resultado social y ambiental es igualmente importante. Esa perspectiva es la más importante cuando se evalúan los costos y los beneficios de un emprendimiento. También cumple una función importante cuando se identifican los emprendimientos y se evalúan los factores determinantes del éxito, porque un resultado equilibrado y mejorado solo puede lograrse cuando se tienen presentes los efectos sobre las personas, el planeta y las ganancias.

### **2.2.8 LA MATRIZ DEL TRIPLE RESULTADO**

La matriz del triple resultado es un marco diseñado y alineado que ofrece soluciones sostenibles para la convivencia entre empresa y sociedad en los albores del siglo 21, con la finalidad de transformar los accionistas en parte implicada no sólo de la empresa sino también de la sociedad en su conjunto.

La matriz se desarrolla considerando los tres ámbitos básicos de la TBL: economía, sociedad y medioambiente y todas las partes implicadas: accionistas, franquicias y/o subsidiarias, empleados, clientes, proveedores, competencia, comunidad local, humanidad, generaciones futuras y mundo natural o ecosistema. Las interacciones que se han de dar entre los distintos elementos aparecen recogidas en la siguiente matriz:

**Tabla 1. Matriz del triple resultado**

GRUPOS DE PARTES IMPLICADAS	ECONOMÍA Y FINANZAS	ECOLOGÍA- MEDIO AMBIENTE	ACCION SOCIAL	MEDIDA TOTAL
	Determina el impacto del desarrollo económico de la empresa y su coste	Determina el impacto medioambiental de la empresa y su coste	Determina el impacto de la empresa en la sociedad y su coste	Resultado de la suma de los costes totales incurridos
ACCIONISTAS	ROI, VALOR DE LA ACCIÓN, BENEFICIOS	REDUCCIÓN DEL RIESGO. USO RACIONAL DE LOS RECURSOS	IMAGEN PÚBLICA. PRÁCTICAS ÉTICAS Y LEGALES	↓
FRANQUICIAS Y/O SUBSIDIARIAS	BENEFICIO O CRECIMIENTO POTENCIAL	ESTRATEGIA DE NEGOCIO "LIMPIA"	PRACTICAS HONORABLES	
EMPLEADOS	BENEFICIOS SOCIALES	NIVELES DE RIESGO LABORAL	DESARROLLO PROFESIONAL, CULTURA CORPORATIVA	
CLIENTES	PRECIO, CALIDAD, VALOR AÑADIDO BASADO EN EL PRODUCTO O SERVICIO	PRODUCTOS O SERVICIOS SEGUROS Y RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE	PRÁCTICAS ÉTICAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	↓
PROVEEDORES	PRECIOS, CONDICIONES DE PAGO	COMPARTIR ESTRATEGIA Y TECNOLOGÍA MEDIOAMBIENTAL	RELACIONES ÉTICAS	
COMPETENCIA	COMPETITIVIDAD, PRÁCTICAS DE MERCADO LIBRE	TECNOLOGÍA Y PRINCIPIOS COMPARTIDOS	NORMATIVA ÉTICA Y LEGAL SOSTENIBLE	
COMUNIDAD	ESTABILIDAD FINANCIERA, FILANTROPIA	NIVELES DE RIESGO, IMPACTO AMBIENTAL, RESTAURACIÓN DEL HABITAT	SERVICIOS PARA MEJORAR LA VIDA DE LA COMUNIDAD	
HUMANIDAD	ACCIONES ECONÓMICAS IGUALITARIAS, INTERNALIZACIÓN DE COSTES EXTERNOS	ESTRATEGIAS Y PRÁCTICAS QUE BENEFICIEN A LA BIOSFERA	ESTRATEGIAS QUE BENEFICIEN LA COMUNIDAD Y LA CULTURA EN TODO EL MUNDO	↓
GENERACIONES FUTURAS	INVERSIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES, FONDOS DISPONIBLES DE I+D	MINIMIZAR EL IMPACTO MEDIO AMBIENTAL Y RESTAURAR EL HABITAT	CULTURA, SEGURIDAD Y DESARROLLO SOSTENIBLE	
MUNDO NATURAL	DEVOLUCION DE LOS FONDOS INVERTIDOS	PRACTICAS SOSTENIBLES Y DIVERSIDAD NATURAL	TRATO HUMANO DURANTE TODA LA VIDA	↓
<b>TOTAL BENEFICIOS - COSTES = BENEFICIO SOSTENIBLE</b>				

Fuente: UPM-UFRP-UDELAR (s.f.).

Los aspectos concretos que se tienen en cuenta dentro de la matriz del triple resultado son los siguientes, considerando cada una de las áreas involucradas:

- Medioambiente: Energía, agua, materiales utilizados, emisiones y residuos, diseños operacionales ecoeficientes,

nuevos productos y servicios, impacto en el sistema de vida.

- Financieros: Aumento del beneficio, productividad, beneficios marginales crecientes, retorno de la inversión, costos de capital, valoración de la empresa, riesgos asumidos por la dirección.
- Sociales: Impacto social y comunitario, salud y seguridad laboral, igualdad de oportunidades, educación, reconocimiento social, pensiones de jubilación.

Entre las principales ventajas de la aplicación de un sistema del triple resultado podemos destacar las siguientes: Aumento del beneficio y el mercado a través del incremento de la cuota de mercado, la posibilidad de penetración en nuevos mercados, mejora de la calidad, la competitividad, las relaciones con los clientes y el público en general. También se puede apreciar la mejora del margen comercial y la productividad, mejores condiciones de acceso al capital, reducción de los costos de capital y de las funciones organizativas.

Elkington, J. (1998) manifiesta: “En un futuro cercano, todos los mercados financieros del mundo exigirán a las empresas la TBL”.

### **2.2.9 MEDIDA, CÁLCULO E INFORMACIÓN DE LOS ASPECTOS NO FINANCIEROS DE LA TBL**

Los componentes del resultado social y medioambiental podrían ser medidos mediante la aplicación de indicadores estándar, los cuales además ofrecen un cierto grado de objetividad. En este sentido, los datos obtenidos mediante los

citados indicadores podrían ser auditados y dar lugar a informes acerca de la actuación social y medioambiental de la empresa.

Algunos indicadores de este tipo serían los siguientes:

- Existencia de igualdad de oportunidades.
- % de directivos que son mujeres.
- % de empleados que pertenecen a minorías étnicas.
- % de empleados representados por los sindicatos o el comité de empresa.
- % de empleados dentro del convenio colectivo
- Nº de accidentes laborales por año.
- Existencia de programas que animen a los empleados a adoptar estilos de vida sanos.
- Explotación infantil.
- Donaciones a la comunidad.
- Etc.

De este modo, en el campo social o medioambiental se podría obtener un resultado social neto que podría ser calculado usando los datos proporcionados por los indicadores y determinando una fórmula que no presentara controversias y pudiera ser utilizada por cualquier empresa.

Las razones por las cuales las empresas desean medir, calcular e informar acerca de sus actuaciones sociales y medioambientales se podrían resumir en las tres siguientes:

**Convergencia:** la medida del resultado social y medioambiental implica que la empresa mejorará sus actuaciones sociales y tenderá a tener más beneficios de todo tipo a largo plazo.

**Afianzamiento de sus obligaciones sociales y medioambientales:** las empresas tienen la obligación de mejorar

el beneficio neto de sus actuaciones en materia social y medioambiental por lo que resulta necesario que se pueda medir para poder juzgar con qué grado de cumplimiento llevan a cabo estas obligaciones.

En resumen, la TBL aboga por que el beneficio social y medioambiental pueda ser medido de forma objetiva de modo que las empresas puedan usar esos resultados para tratar de mejorar su beneficio. Además, sostiene que usando e informando acerca de estos otros beneficios, también mejorará el resultado financiero a largo plazo (TBR-UFRP-UDELAR, s.f.).

## 2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

**Inversión social.** Se entiende por inversión social aquel tipo de herramienta o estrategia que está dirigida a la sociedad y que abarca una amplia gama de áreas, es decir, aquella que va más allá de lo estrictamente económico. Se trata de una inversión socialmente responsable.

Desde las empresas, la inversión social es un instrumento en el que se aplican valores hacia la comunidad, mientras que desde las personas y desde las instituciones sin fines de lucro, es aquel tipo de herramienta que tiene por finalidad, no sólo proveer un mayor bienestar a sus beneficiarios, sino también dotarlos de capacidades que incrementen su capital social. En conclusión, es aquella inversión que considera variables de rentabilidad que van más allá de las utilidades económicas, es aquella que toma en cuenta aspectos sociales y de desarrollo humano en sus resultados.

**Línea del triple resultado.** *Triple Bottom Line* (o “Triple Balance”) refiere a los resultados de una empresa medidos en términos económicos, ambientales y sociales. Se presentan en los reportes corporativos de las empresas comprometidas con el desarrollo sostenible,

y son datos y mediciones de carácter voluntario. Surgieron inicialmente en Europa y luego se adoptaron en Estados Unidos. La expresión fue utilizada por primera vez por John Elkington en 1994, quien posteriormente expandió y articuló a fondo en su libro *Cannibals With Forks*.

**Responsabilidad social empresarial.** “La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”.

**Resultado ambiental.** Impacto en el medio ambiente manifestado en las acciones de preservación del medio a través de la optimización de procesos o acciones que conlleven a una racional utilización de las materias primas o ahorro de ellas.

**Resultado económico.** Impacto en la empresa manifestada en la rentabilidad.

**Resultado social.** Impacto en la sociedad o en la empresa, como organización o como individuos dentro de la organización o fuera de ella, manifestada en la mejora de sus condiciones de vida.

**Stakeholders.** Grupos de interés relacionados con la Universidad Privada de Tacna los que pueden ser de dos tipos: Internos y externos.

## 2.4 HIPÓTESIS

### 2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL

La relación de la inversión social y el resultado social del *Triple Bottom Line* de la Universidad Privada de Tacna en el año 2013 es directa.

### 2.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a) La inversión social en la UPT en el año 2013 es insuficiente.
- b) El resultado social del *Triple Bottom Line* en la UPT en el año 2013, es poco satisfactoria.

## 2.5 VARIABLES

### 2.5.1 DEFINICIÓN OPERACIONAL

**Variable Independiente:**

**X: Inversión social**

Es un instrumento en el que se aplican valores hacia la comunidad, mientras que desde las personas y desde las instituciones sin fines de lucro, es aquel tipo de herramienta que tiene por finalidad, no sólo proveer un mayor bienestar a sus beneficiarios, sino también dotarlos de capacidades que incrementen su capital social. Es la inversión aparte de la económica.

**Variable dependiente:****Y: Resultado social**

Impacto en la sociedad o en la empresa, como organización o como individuos dentro de la organización o fuera de ella, manifestada en la mejora de sus condiciones de vida.

**2.5.2 INDICADORES****Variable X:**

- Monto de la inversión social por año en la UPT.
- Relación Inversión social / Inversión total.
- Número de becas y subvenciones entregadas por la UPT.

**Variable Y:**

- Relación trabajadores hombres/mujeres.
- Número de actividades realizadas por la Oficina Universitaria de Proyección Social.
- Percepción de mejora de la reputación de la institución en los últimos años.
- Percepción de prácticas éticas.

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Es una Investigación aplicada.

### **3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

- De acuerdo con la interferencia del investigador en el estudio, es una investigación observacional.
- De acuerdo con el periodo que se capta la información, es un estudio retrospectivo.
- De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado, es una investigación transversal.

### **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.3.1 POBLACIÓN**

La población la conforman documentos institucionales como memorias anuales, informes estadísticos y normativas comprendidas entre el 2009 y 2013, asimismo, lo constituyen los *stakeholders* de estudiantes matriculados y reportados en pregrado cuyo número se aproxima a 1635 jóvenes con criterio para emitir un juicio sobre la variable de interés que corresponden a los estudiantes a partir del 7° ciclo, localizados en la UPT.

#### **3.3.2 MUESTRA**

Para la selección de la muestra, en caso de la población de los jóvenes universitarios, se aplicó la fórmula siguiente:

$$n = \frac{k^2 \cdot (N \cdot p \cdot q)}{e^2 \cdot (N - 1) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

- $n$  : Tamaño de la muestra.
- $N$  : Tamaño de la población.
- $k$  : Constante del nivel de confianza (95%).
- $e$  : Margen de error (5%).
- $p$  : Proporción de individuos que poseen las características deseadas (50%).
- $q$  : Proporción de individuos que no poseen las características deseadas (50%).

Dando como resultado de la operación lo siguiente:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (1635) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2 \cdot (1635 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 311.2248781 = (312)$$

Entonces, el número de estudiantes matriculados en pregrado de la UPT que estuvieron sujetas a la encuesta fueron de 312 seleccionados al azar.

### **3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.4.1 TÉCNICAS**

Se hizo uso del análisis documental. También se utilizó la entrevista directa.

#### **3.4.2 INSTRUMENTOS**

El instrumento de investigación fue la ficha documental y el cuestionario.

### **3.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS**

La información recopilada a través del cuestionario y del análisis documental fue ingresada a una base de datos utilizando el paquete estadístico SPSS 22. El análisis de la información se realizó utilizando técnicas estadísticas como la correlación de Pearson, las tablas de frecuencias y gráficos.

En el caso de las variables cualitativas como la reputación de la empresa y las prácticas éticas se utilizó la triangulación de datos.

## CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

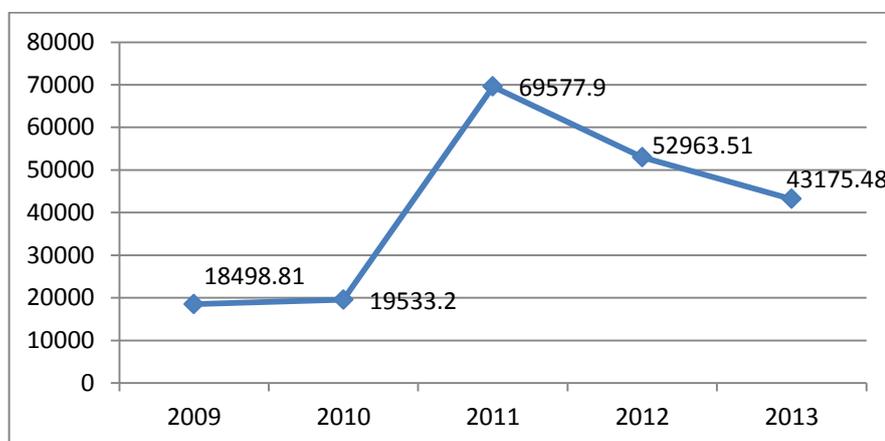
#### 4.1.1 RESPECTO A LA INVERSIÓN SOCIAL

**Indicador X1.** Monto de inversión social por año en la UPT.

**Tabla 2. Monto de inversión social por año en la UPT, 2009 – 2013.**

Año	Inversión social	Evolución porcentual
2009	18498.81	
2010	19533.20	+ 5,3%
2011	69577.90	+ 71,9%
2012	52963.51	- 31,4%
2013	43175.48	- 22,7%

Fuente: Área de Contabilidad de la UPT. Elaborado por el ejecutor



**Figura 3. Evolución del monto de inversión social por año en la UPT, 2009 – 2013.**

Fuente: Área de Contabilidad de la UPT. Elaborado por el ejecutor

Se puede observar en la tabla 2 y figura 3 que el monto de la inversión social más significativo en la Universidad Privada de Tacna se dio en el año 2011 con S/. 69577.90 nuevos soles y fue descendiendo considerablemente hasta S/. 43175.48 nuevos

soles en el 2013. Sin embargo, comparando con años anteriores al 2010 la inversión social no superaba los 20 mil nuevos soles.

**Indicador X2.** Relación inversión social / inversión total.

**Tabla 3. Monto de inversión total por año en la UPT, 2009 – 2013.**

Concepto	Año				
	2009	2010	2011	2012	2013
Gastos capacitación del personal	19500.54	20799.86	20504.73	40001.50	26923.70
	0,80%	1,65%	0,93%	0,31%	1,09%
Inversión social	18498.81	19533.20	69577.90	52963.51	43175.48
	0,76%	1,55%	3,16%	0,42%	1,75%
Inversión en activos	2261309.00	944916.00	1819865.00	12311699.00	2071587.87
	92,45%	75,04%	82,71%	96,60%	83,77%
Inversión en activos intangibles				111770.00	225310.65
				0,88%	9,11%
Inversión en otros activos	146583.00	273947.00	290225.00	228816.00	106079.33
	5,99%	21,76%	13,19%	1,80%	4,29%
<b>Inversión total</b>	<b>2445891.35</b>	<b>1259196.06</b>	<b>2200172.63</b>	<b>12745250.01</b>	<b>2473077.03</b>
	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Área de Contabilidad de la UPT.

Se puede observar en la tabla 3 que los índices de inversión social son considerablemente limitados a comparación de otros egresos realizados por la Universidad Privada de Tacna y no ha superado del 3,20% del total. Se aprecia que la inversión en este rubro en el año 2013 fue de 1,75%. Suele considerarse como inversión social el rubro de capacitación, por lo que sumado a este

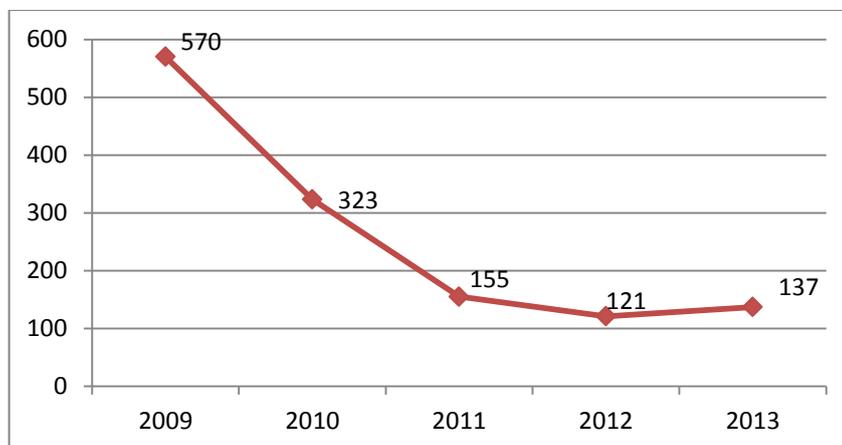
rubro, la inversión social ascendería el año 2013 a 2.84%. La tabla muestra fehacientemente que se ha dado mayor importancia a la inversión en activos que supera el 75% desde el 2009 hasta el 2013.

**Indicador X3.** Número de becas y subvenciones entregadas por la UPT.

**Tabla 4. Número de becas y subvenciones entregadas por la UPT según año, 2009 – 2013.**

Año	Mérito académico	Orfandad	Escasos recursos económicos	Descuento por hermanos	Total
2009	51	23	105	391	<b>570</b>
2010	38	16	42	227	<b>323</b>
2011	40	20	25	70	<b>155</b>
2012	40	21	24	36	<b>121</b>
2013	60	16	29	32	<b>137</b>

Fuente: Oficina de Bienestar Universitario de la UPT.



**Figura 4. Evolución del número de becas y subvenciones entregadas por la UPT según año, 2009 – 2013.**

Fuente: Informe de la Oficina de Bienestar Universitario de la UPT.

Se puede observar en la tabla y figura 4 que la cantidad de becas y subvenciones han ido disminuyendo significativamente desde el 2009 al 2013 desde 570 hasta 137. Existe una diferencia de 449 beneficios menos entre el año 2009 (570 beneficios) y el 2012 (121 beneficios); en el último período (2013), solo se

mantiene la cantidad de becas y subvenciones entregadas a 137 beneficiarios. Un análisis de la composición interna de este indicador muestra que las becas por méritos académicos ha tenido un ligero incremento en el período a diferencia de los otros que han descendido.

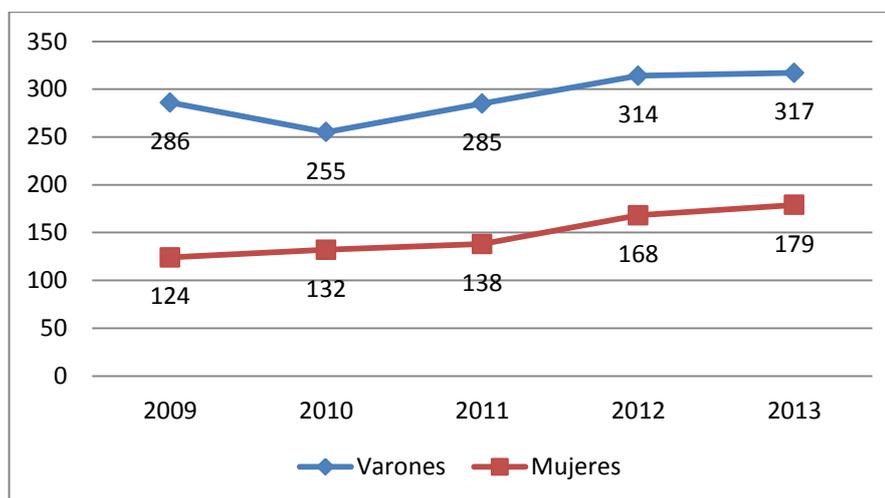
#### 4.1.2 RESPECTO AL RESULTADO SOCIAL

**Indicador Y1.** Relación trabajadores hombres / mujeres.

**Tabla 5. Número de docentes que trabajan en la UPT según año y condición laboral, 2009 – 2013.**

Año	Mujeres			Varones			Total
	Nomb	Cont	Total	Nomb	Cont	Total	
2009	20	104	124	55	231	286	410
2010	20	112	132	54	201	255	387
2011	20	118	138	54	231	285	423
2012	20	148	168	53	261	314	482
2013	20	159	179	52	265	317	496

Fuente: Memorias institucionales UPT 2009-2013. Elaborado por el ejecutor.



**Figura 5. Evolución del número de docentes que trabajan en la UPT según año y condición laboral, 2009 – 2013.**

Fuente: Memorias institucionales de la UPT 2009-2013. Elaborado por el ejecutor.

Se puede observar en la tabla y figura 5 que entre el 2009 y el 2013 la tendencia de la participación de las mujeres como docentes es considerablemente menor a la de los varones, tanto en personal nombrado como contratado. En el último año registrado (2013), el personal femenino representa el 36,09% y el masculino el 63,91% del total de la población docente en la Universidad Privada de Tacna.

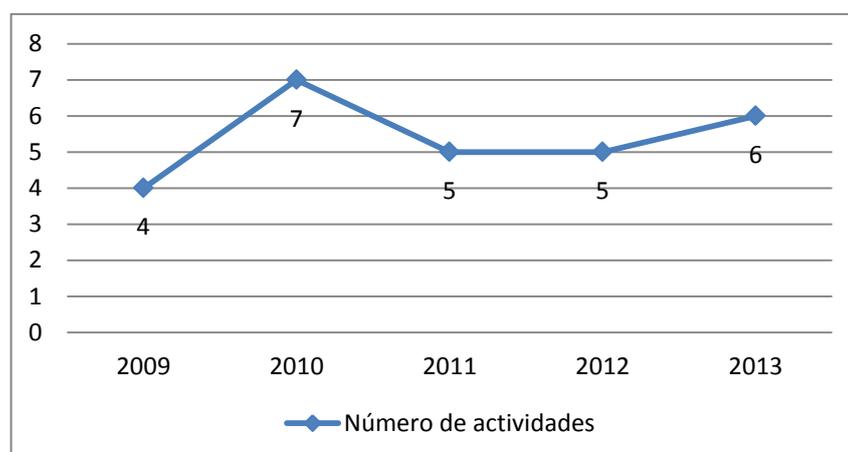
Esto podría indicar una discriminación por sexo que se mantiene a través de la serie ya que la relación es de 2 a 1, situación que se mantiene tanto a nivel de docentes nombrados como contratados.

**Indicador Y2.** Número de actividades realizadas por la Oficina de Extensión Universitaria y Proyección Social.

**Tabla 6. Número de actividades realizadas por la OEUYPS de la UPT según año, 2009 – 2013.**

Año	Número de actividades
2009	4
2010	7
2011	5
2012	5
2013	6

Fuente: OEUYPS de la UPT.



**Figura 6. Evolución de actividades realizadas por la OEUYPS de la UPT según año, 2009 – 2013.**

Fuente: OEUYPS de la UPT. Elaborado por el ejecutor.

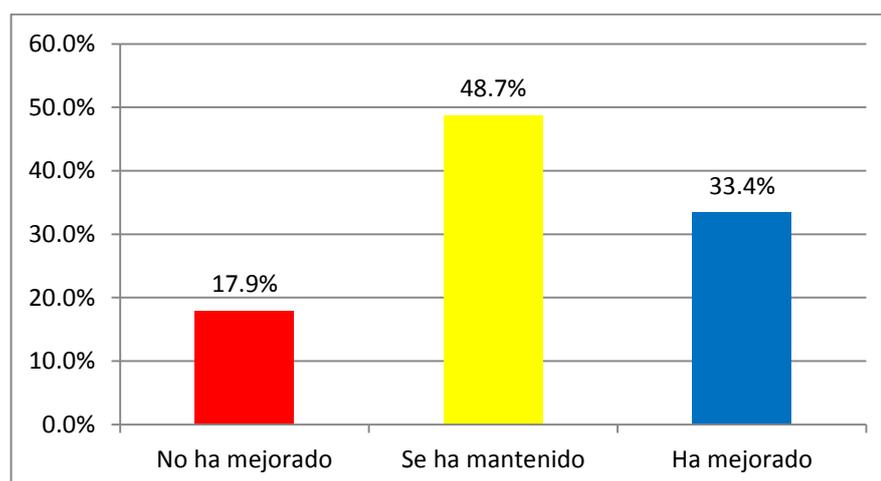
Se puede observar en la tabla y figura 6 que el número de actividades de proyección social no supera la cantidad de 7 por año con un total de 27 acciones en cinco años (2009 – 2013). Esta cifra no reproduce exactamente la cantidad de actividades realizadas ya que a nivel de facultades se realizan otras que no son registradas por la OEUYPS.

**Indicador Y3.** Percepción de mejora de la reputación de la institución en los últimos años.

**Tabla 7. Percepción de mejora de la reputación de la institución en los últimos años según estudiantes de la UPT.**

Respuesta	Recuento	Porcentaje
No ha mejorado	56	17,9%
Se ha mantenido	152	48,7%
Ha mejorado	104	33,4%
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes matriculados en la UPT, período 2014.



**Figura 7. Percepción de mejora de la reputación de la institución en los últimos años según estudiantes de la UPT.**

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes matriculados en la UPT, período 2014.

Se puede observar en la tabla y figura 7 que la reputación de la UPT se ha mantenido en estos últimos años según el 48,7% de los estudiantes matriculados en pregrado, mientras que un 33,4% expresó que la institución ha mejorado su imagen y el 17,9% presenta su disconformidad con el concepto que la universidad refleja en la ciudad.

Si comparamos este resultado con lo obtenido por Limache, E. (2010), respecto a la evaluación que realizan los **egresados** de la UPT obteniendo un 52.6% como bueno y 33.6% como regular y, en cuanto a la evaluación que realizan los **empresarios** sobre el nivel de preparación de los egresados calificando como Bueno 57.3% y regular el 35.9% y la calificación que realizan los **padres de familia** respecto a los egresados calificando como buena el 63.8% y regular el 28.4%. Asimismo, los estudiantes manifiestan que la UPT fue seleccionada para estudiar porque tiene prestigio (10.3%) (Ver tablas en el anexo).

De otro lado en el estudio de mercado de Limache, E. (2012) se establece que la percepción respecto a un ranking u orden entre las principales universidades instaladas en la ciudad se asigna un puntaje positivo de muy buena y buena a la UPT por el 80.0% de los entrevistados y a la UNJBG el 69.2% de los entrevistados. El resto de las universidades son calificadas positivamente por menos del 15.0% de los entrevistados.

En el caso del estudio de Limache, E. (2013) la percepción de la población de Tacna en cuanto a su calificación fue positiva en un 60% a favor de la UPT y de 56.5 a favor de la UNJBG que son las universidades que lideran el prestigio entre las universidades instaladas en Tacna. (Ver anexo).

Los resultados anteriores se pueden resumir en la siguiente tabla:

**Tabla 8. Valoraciones respecto a la UPT en diferentes estudios**

	Estudio Limache, E. 2010	Estudio Limache, E. 2012	Estudio Limache, E. 2013	Encuesta 2014
Egresados	86.2			
Empresarios	93.2			
Padres de familia	92.1			
Estudiantes				82.1
Stakeholders		80.0	60.0	

Fuente: Encuesta realizada y diferentes estudios.

La tabla 8 aun cuando fueron realizadas en diferentes momentos y con diferentes motivos y las poblaciones fueron distintas, proporciona información sobre la evolución de las valoraciones respecto a la UPT e indica que varían alrededor de un 80% sin tendencias definidas en el período de análisis.

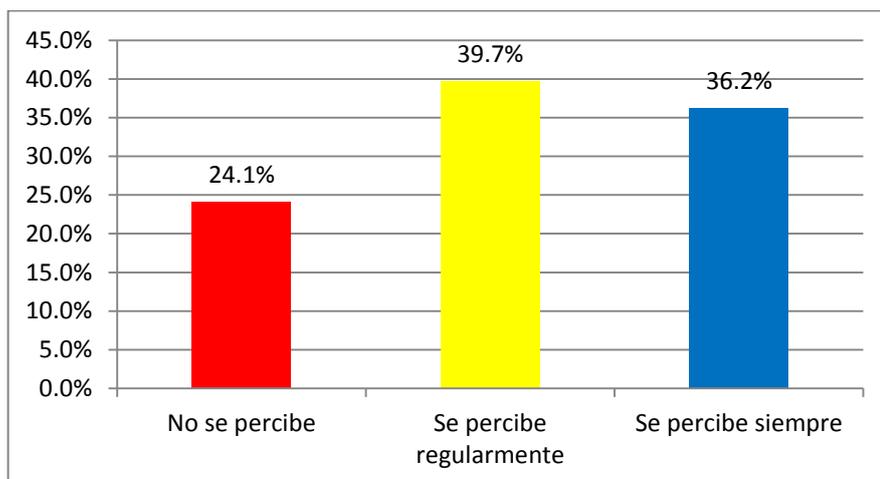
Estos resultados indican la fuerte valoración que tiene la UPT por la población de Tacna, respecto al resto de las universidades, aun cuando se puede apreciar que en el período analizado estos porcentajes se mantienen.

#### **Indicador Y4. Percepción de prácticas éticas.**

**Tabla 9. Percepción de prácticas éticas en el personal docente y administrativo de la UPT en los últimos años según estudiantes.**

Respuesta	Recuento	Porcentaje
No se percibe	75	24,1%
Se percibe regularmente	124	39,7%
Se percibe siempre	113	36,2%
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes matriculados en la UPT, período 2014.



**Figura 9. Percepción de prácticas éticas en el personal docente y administrativo de la UPT en los últimos años según estudiantes.**

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes matriculados en la UPT, período 2014.

Se puede observar en la tabla y figura 9 que las prácticas éticas en el personal docente y administrativo de la UPT se percibe regularmente por el 39,7% de los estudiantes matriculados en pregrado, mientras que un 36,2% lo ha percibido siempre y el 24,1% no lo percibe. Esto indica que existe un porcentaje apreciable de los estudiantes que no percibe prácticas éticas por parte de los docentes y administrativos, situación que debe mejorarse, ya que compromete al capital humano de la UPT.

## 4.2 CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

### 4.2.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA “A”

$H_i$ : La inversión social en la UPT en el año 2013 fue insuficiente.

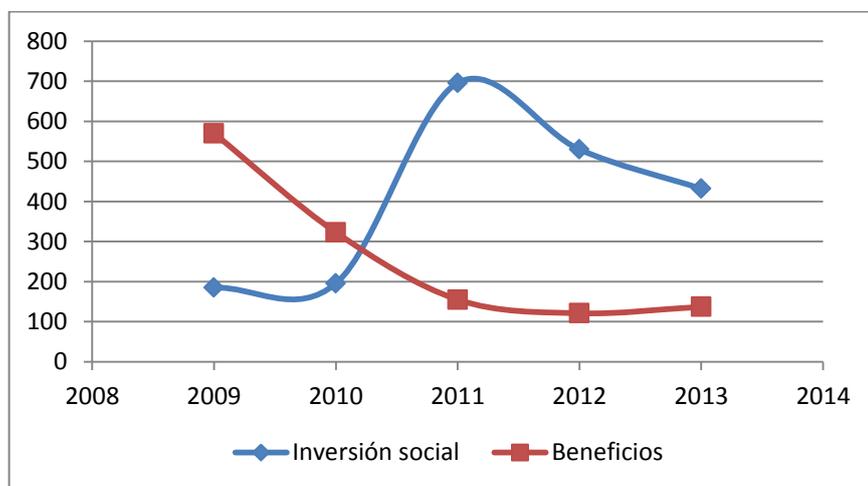
$H_0$ : La inversión social en la UPT en el año 2013 no fue insuficiente.

Considerando los indicadores para la contrastación de la hipótesis específica “a” tenemos:

**Indicador X1:** Monto de inversión social por año en la UPT.

**Indicador X2:** Relación inversión social / inversión total.

**Indicador X3:** Número de becas y subvenciones entregadas por la UPT.



**Figura 10. Relación de beneficios / S/. 100 de inversión.**

Fuente: Oficina de Bienestar Universitario y Área de Tesorería de la UPT.

Se puede observar en la figura 10, la correspondencia entre el número de becas y el monto de inversión en relación de 1 beneficio por S/. 100, se denota que la línea de inversión se incrementa significativamente entre el 2010 y el 2011 y disminuir lentamente en los dos próximos años, sin embargo, la tendencia de los beneficios se reduce notoriamente entre el 2009 y 2013.

Se aprecia también que la correlación de la Inversión social en la UPT mantiene una tendencia negativa, manifestada en la correlación de esta variable con el tiempo obteniéndose un valor negativo  $r=-0.989$  con  $p=0.094$ . Sin embargo, si se acumula la inversión social y la inversión en capacitación, se aprecia una

correlación positiva  $r=0.702$  con  $p=0.182$  indicando tendencia positiva. (Ver tabla del anexo)

Sin embargo, al analizar la inversión social en términos porcentuales respecto a la inversión social, la evolución de esta variable indica que ha tenido una tendencia positiva entre 2009 y 2011 para decaer en 2012 y recuperarse en 2013. El porcentaje en este año fue de 1.75% y que, sumado a los gastos en capacitación de personal asciende a 2.84%, monto que resulta apreciable.

**Tabla 10. Monto de inversión social y total por año en la UPT, 2009 – 2013**

Concepto	Año				
	2009	2010	2011	2012	2013
Gastos capacitación del personal	19500.54	20799.86	20504.73	40001.50	26923.70
	0,80%	1,65%	0,93%	0,31%	1,09%
Inversión social	18498.81	19533.20	69577.90	52963.51	43175.48
	0,76%	1,55%	3,16%	0,42%	1,75%
<b>Inversión total</b>	<b>2445891.35</b>	<b>1259196.06</b>	<b>2200172.63</b>	<b>12745250.01</b>	<b>2473077.03</b>
	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Área de Tesorería de la UPT.

Por tanto, los resultados revelan que la inversión social no fue insuficiente, sin embargo, no se utilizaron eficientemente estos recursos destinados para fines de responsabilidad y acciones sociales, tanto para estudiantes, docentes, personal administrativo y la población tacneña.

Esto implica rechazar la hipótesis específica “a” y aceptar la hipótesis nula, concluyendo que “la inversión social en la Universidad Privada de Tacna entre el año 2011 y 2013 ha sido suficiente para incrementar la entrega de beneficios sociales a estudiantes, docentes, personal administrativo y población tacneña, sin embargo, esto no se ha utilizado eficientemente lo que ha conllevado la reducción paulatina de este presupuesto”.

#### 4.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICA “B”

H<sub>i</sub>: El resultado social del *Triple Bottom Line* en la UPT en el año 2013, fue poco satisfactoria.

H<sub>0</sub>: El resultado social del *Triple Bottom Line* en la UPT en el año 2013, fue satisfactoria.

H<sub>a</sub>: El resultado social del *Triple Bottom Line* en la UPT en el año 2013, no fue satisfactoria ni poco satisfactoria.

Considerando los indicadores para la contrastación de la hipótesis específica “b” tenemos:

**Indicador Y1:** Relación trabajadores hombres / mujeres.

**Indicador Y2:** Número de actividades realizadas por la Oficina Universitaria de Proyección Social.

**Indicador Y3:** Percepción de mejora de la reputación de la institución en los últimos años.

**Indicador Y4:** Percepción de prácticas éticas.

**Tabla 11. Triangulación de resultados de la variable Resultado Social del TBL.**

<b>Año</b>	<b>Y1. Relación hombres/mujeres</b>	<b>Y2. N° de actividades realizadas por OEUYPS</b>	<b>Y3. Percepción de mejora de reputación</b>	<b>Y4. Percepción de prácticas éticas</b>
<b>2009</b>	Predominó el número de varones con 162 más que de las mujeres.	Se realizaron 4 actividades.	El 48,7% de los estudiantes expresaron que la imagen de la UPT se ha mantenido en los últimos años. El 33,4% manifestaron su conformidad. El 17,9% estuvieron disconformes.	El 39,7% de los estudiantes expresaron que la imagen de la UPT se ha mantenido en los últimos años. El 36,2% manifestaron su conformidad. El 24,1% estuvieron disconformes.
<b>2010</b>	Se redujo la diferencia entre el número de varones y mujeres a 123.	El índice se incrementó a 7.		
<b>2011</b>	Aumentó la diferencia entre el número de varones y mujeres a 147.	Disminuyeron las acciones sociales a 5.		
<b>2012</b>	Se mantuvo la diferencia entre el número de varones y mujeres a 146.	Se mantuvo en 5 las acciones sociales.		
<b>2013</b>	Se redujo la diferencia entre el número de varones y mujeres a 138.	Aumentó a 6 actividades.		

Fuente: Documentación de la UPT y entrevistas a los estudiantes.

Se puede observar en la tabla 11 que la realidad en cuanto al resultado social del *Triple Bottom Line*, no ha variado significativamente entre el 2009 y el 2013; presenta un predominio en el número de varones sobre el índice de mujeres con una razón de 2 a 1 aproximadamente representando el mantenimiento de una discriminación de género, además, el número de acciones sociales se ha mantenido entre un margen de 5 y 7 lo que se considera como insuficiente para una población relativamente grande de la región de Tacna que es el ámbito de acción de la UPT. Asimismo, los estudiantes expresaron que la reputación y la práctica de acciones éticas de la UPT se han conservado en los últimos años.

Por tanto, los resultados revelan que el resultado social de según la TBL no fue satisfactoria ni poco satisfactoria, es decir, no se ha registrado ni percibido un incremento en la efectividad de los beneficios sociales de la UPT.

Esto implica rechazar la hipótesis específica “b” y la hipótesis nula, y aceptar la hipótesis alternativa, concluyendo que “el resultado social del *Triple Bottom Line* en la UPT en el año 2013, no fue satisfactoria ni poco satisfactoria, los índices de la relación hombres/mujeres, el número de acciones sociales realizadas, la percepción de la reputación institucional y de los principios éticos se han mantenido entre el 2009 y 2013”.

#### 4.2.3 HIPÓTESIS GENERAL

H<sub>i</sub>: La relación de la inversión social y el resultado social del *Triple Bottom Line* de la Universidad Privada de Tacna en el año 2013 fue directa.

H<sub>0</sub>: La relación de la inversión social y el resultado social del *Triple Bottom Line* de la Universidad Privada de Tacna en el año 2013 no fue directa.

Considerando el resultado de las variables para la contrastación de la hipótesis general tenemos:

**Variable X:** Inversión social.

**Variable Y:** Resultado social del TBL.

**Tabla 12. Contraste de la conclusión general**

<b>Conclusión de la hipótesis “a”</b>	<b>Conclusión de la hipótesis “b”</b>	<b>Conclusión de la hipótesis general</b>
La inversión social en la Universidad Privada de Tacna entre el año 2011 y 2013 ha sido suficiente para incrementar la entrega de beneficios sociales a estudiantes, docentes, personal administrativo y población tacneña, sin embargo, esto no se ha utilizado eficientemente lo que ha conllevado la reducción paulatina de este presupuesto	El resultado social del <i>Triple Bottom Line</i> en la UPT en el año 2013, no fue satisfactoria ni poco satisfactoria, los índices de la relación hombres / mujeres, el número de acciones sociales realizadas, la percepción de la reputación institucional y de los principios éticos se han mantenido considerablemente entre el 2009 y 2013	La relación entre la inversión social y el resultado social del <i>Triple Bottom Line</i> de la Universidad Privada de Tacna en el año 2013 no fue directa porque al aumentar la inversión en el 2011 no se percibieron cambios en los resultados en el ámbito social en los últimos años.

Fuente: Documentación de la UPT y encuesta a estudiantes.  
Elaborado por el ejecutor.

**Tabla Nº 13 : Tabla de valoración de Indicadores y variables**

<b>Año</b>	<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>	<b>X</b>	<b>Y1</b>	<b>Y2</b>	<b>Y3</b>	<b>Y4</b>	<b>Y</b>
<b>2009</b>					-	0	0	0	<b>0</b>
<b>2010</b>	+	+	.	+	-	+	0	0	<b>+(0)</b>
<b>2011</b>	+	+	.	+	-	-	0	0	<b>-(0)</b>
<b>2012</b>	-	.	.	-	-	0	0	0	<b>-(0)</b>
<b>2013</b>	-	+	+	+	-	+	0	0	<b>0</b>

Fuente. Elaborado por el ejecutor.

Nota: Para la valoración de la variable se ha tomado como referencia la moda.

Los resultados de ambas variables revelan que la inversión social y sus indicadores presentaron modificaciones notables mientras que el resultado social según la TBL y sus indicadores no fueron afectadas considerablemente, por tanto, esto implica rechazar la hipótesis general y aceptar la hipótesis nula, concluyendo que “la relación entre la inversión social y el

resultado social del *Triple Bottom Line* de la Universidad Privada de Tacna en el año 2013 **no fue directa** porque al aumentar la inversión social no se percibieron cambios en los resultados en el ámbito social en los últimos años”.

## CONCLUSIONES

1. La relación entre la inversión social y el resultado social del *Triple Bottom Line* de la Universidad Privada de Tacna en el año 2013 no fue directa porque al aumentar la inversión en el 2011 no se percibieron cambios en los resultados en el ámbito social en los últimos años.
2. La inversión social en la Universidad Privada de Tacna entre el año 2011 y 2013 ha sido suficiente para incrementar la entrega de beneficios sociales a estudiantes, docentes, personal administrativo y población tacneña, sin embargo, esto no se ha utilizado eficientemente lo que ha conllevado a la reducción paulatina de esta inversión.
3. El resultado social del *Triple Bottom Line* en la UPT en el año 2013, no fue satisfactoria ni poco satisfactoria, los índices de la relación hombres / mujeres, el número de acciones sociales realizadas, la percepción de la reputación institucional y de los principios éticos se han mantenido entre el 2009 y 2013. La contrastación de las variables indica que la relación entre la inversión social y el resultado social del *Triple Bottom Line* no fue directa.

## RECOMENDACIONES

1. Incentivar la participación y organización de actividades de bienestar social por parte de los estudiantes, facilitándoles, a su vez, un monto del presupuesto destinado para invertirlo en acciones de este tipo, para hacer posible su realización e influya directamente en la percepción positiva de la imagen de la Universidad Privada de Tacna.
2. Implementar estrategias de promoción más acertadas para que la inversión se realice eficientemente y se incremente el número de beneficios no solo para estudiantes, sino también a otros *stakeholders* de la Institución como docentes, personal administrativo, egresados y sectores de la población tacneña en situación de necesidad.
3. Reformular las políticas institucionales para que estén orientadas a generar una buena reputación tanto a nivel de los usuarios (estudiantes) como de los *stakeholders* externos (población tacneña) partiendo de la participación de la mujer en las actividades y puestos laborales de la Institución y el fortalecimiento del compromiso de la Universidad Privada de Tacna con la comunidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaya, V. (s.f.). *Responsabilidad social empresarial (rse). La empresa sostenible*. Descargado de internet el 30 de enero de 2014 desde [http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/articulorsebiblioteca/alfaya\\_rse.pdf](http://www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/articulorsebiblioteca/alfaya_rse.pdf)
- Almagro García, J. (2009). *Aproximación a la responsabilidad social de la empresa: reflexiones y propuesta de un modelo*. Tesis doctoral en Ciencias del Trabajo Universidad Complutense de Madrid.
- Araque, R. & Montero, M. J. (2006). *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Recuperado de internet el 15 de julio de 2014: [http://books.google.com.co/books?id=98I3I5RJJncC &pg=PA95&lpg=PA95&dq=EVOLUCION+DE+LA+RESPONSABILIDAD+SOCIAL+SEUN+sethi+en+1975&source=bl&ots=I9fgRC8axo&sig=P3j1u26gKhd-2eLSfpkD\\_R6cTI8&hl=es&ei=FnrjSt-uH8KWtgeM9LQ7&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=2&ved=0CA0Q6AEwAQ#v=onepage&q=&f=false](http://books.google.com.co/books?id=98I3I5RJJncC&pg=PA95&lpg=PA95&dq=EVOLUCION+DE+LA+RESPONSABILIDAD+SOCIAL+SEUN+sethi+en+1975&source=bl&ots=I9fgRC8axo&sig=P3j1u26gKhd-2eLSfpkD_R6cTI8&hl=es&ei=FnrjSt-uH8KWtgeM9LQ7&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CA0Q6AEwAQ#v=onepage&q=&f=false)
- Balaguer, M. (2006). *Observatorio de la inversión socialmente responsable en España. ISR, gobierno corporativo y rentabilidad*. ESADE: Madrid. 106 pp.
- Carroll, A. (1999). *Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional BUSINESS & SOCIETY, Construct*. Sage Publicaciones. Georgia.
- Clarkson, M. (1995). *A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance*. *Academy of management*. Descargado de internet el 30 de enero de 2014 desde <http://www.jstor.org/stable/258888>
- Elkington's, J. (1998): "*Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*". Stony Creek, CT. New Society Publishers.
- Fernandez Gago, R. (2005). *Administración de la responsabilidad social corporativa*. Thomson: Madrid
- Fernández Sánchez J. (2009). *Evaluación de la Inversión Colectiva: Análisis comparativo de los fondos sociales frente a los fondos convencionales en Europa*. Tesis doctoral. Universidad de Cantabria. España.

- Frederick, W. (1994). From CSR1 to CSR2. The maturing of business-and-Society thought. Classic paper. *Business and Society*. Vol. 33 N° 2.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman press, Boston.
- Garnier, L. (2000). *La inversión social: El costo de las oportunidades perdidas*. Descargado de internet el 20 de diciembre de 2013 desde <http://www.top.org.ar/ecgp/FullText/000000/GARNIER%20Leonardo%20-%20Inversion%20social.pdf>
- Giddens, A. (1999). *La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia*. Taurus. Descargado de internet el 25 de enero de 2014 desde: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.3815/pr.3815.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.3815/pr.3815.pdf)
- Gradl, C., Herrndorf, M. y Kramer, A. (2009). *Hacia un impacto triple. Caja de herramientas para el análisis de emprendimientos sostenibles en los países en desarrollo*. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. PNUMA.
- Lara, M.A. (2003). *La responsabilidad social de la empresa: implicaciones contables*. EDISOFER S.L. Madrid-España.
- Limache, E. (2010). *Imagen corporativa sobre las carreras profesionales que oferta FACEM*. Facultad de Ciencias Empresariales: Tacna. 42 pp.
- Limache, E. (2012). Estudio de mercado “*percepción de los grupos de interés sobre la Escuela profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Privada de Tacna*”. Universidad Privada de Tacna. Tacna-Perú. 94 pp.
- Limache, E. (2013). *Determinación del impacto de la Universidad Privada de Tacna en el mercado laboral de la región Tacna*. Universidad Privada de Tacna. Tacna. 66 pp.
- Martinez, J. (2007). *Las motivaciones de los inversores socialmente responsables. Las inversiones socialmente responsables: su análisis y gestión*. Editado por BBVA y compromiso empresarial. 104 pp.
- Morrós, J. y Vidal, I. (2005). *Responsabilidad social corporative (RSE)*. FC Editorial: Madrid.
- Orlitzky, Schmidt y Rynes (2003) “*Corporate Social and Financial Performance. A Meta-Analysis*” *Organization Studies* 24 (3) Pp 403-441.

- Porter, M. y Kramer, Mark R. (2006). *Estrategia y Sociedad. El vínculo entre ventaja competitiva y RSC*. Harvard Business Review.
- Ramirez Orellana, A. (2006). *La RSC y la triple cuenta de resultados*. Estrategia financiera N° 231.
- Reyno Momberg, M. (2006). *Responsabilidad social empresarial (rse) como ventaja competitiva*. Tesis grado de Magister en gestión empresarial Universidad Politécnica Federico Santa María. España. 145 pp.
- Universidad Privada de Tacna (2012). *Memoria Institucional*. Tacna: UPT.
- Universidad Privada de Tacna (2011). *Memoria Institucional*. Tacna: UPT.
- Universidad Privada de Tacna (2010). *Memoria Institucional*. Tacna: UPT.
- Universidad Privada de Tacna (2009). *Memoria Institucional*. Tacna: UPT.
- UPM-UFRP-UDELAR (s.f.). Red temática "Desafíos del sector forestal".

# **ANEXOS**

## ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TÍTULO:** “La inversión social y el resultado social del *Triple Bottom Line* en la Universidad Privada de Tacna – año 2013”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p><b>Problema principal</b></p> <p>¿Cuál fue la relación entre la inversión social y el resultado social del <i>Triple Bottom Line</i> en la Universidad Privada de Tacna en el año 2013?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la relación entre la inversión social y el resultado social del <i>Triple Bottom Line</i> en la Universidad Privada de Tacna el año 2013.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>La relación de la inversión social y el resultado social del <i>Triple Bottom Line</i> de la Universidad Privada de Tacna en el año 2013 fue directa.</p>	<p><b>Independiente</b></p> <p>X: Inversión social</p>	<p><b>De inversión social:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monto de la inversión social por año en la UPT.</li> <li>• Relación Inversión social / Inversión total.</li> <li>• Número de becas y subvenciones entregadas por la UPT.</li> </ul>
<p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cómo fue la inversión social en la UPT en el año 2013?</p> <p>¿Cómo fue el resultado social del <i>Triple Bottom Line</i> en la UPT en el año 2013?</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Determinar cómo fue la inversión social en la Universidad Privada de Tacna en el año 2013.</p> <p>Determinar cómo fue el resultado social del <i>Triple Bottom Line</i> en la UPT en el año 2013.</p>	<p><b>Hipótesis secundarias</b></p> <p>La inversión social en la UPT en el año 2013 fue insuficiente.</p> <p>El resultado social del <i>Triple Bottom Line</i> en la UPT en el año 2013, fue poco satisfactoria.</p>	<p><b>Dependiente:</b></p> <p>Y: Resultado social</p>	<p><b>De resultado social:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación trabajadores hombres/mujeres.</li> <li>• Número de actividades realizadas por la Oficina Universitaria de Proyección Social.</li> <li>• Percepción de mejora de la reputación de la institución en los últimos años.</li> <li>• Percepción de prácticas éticas.</li> </ul>

## ANEXO 2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	INDICADOR	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
X: Inversión social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monto de la inversión social por año en la UPT.</li> </ul>	Documento	De razón
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación Inversión social / Inversión total.</li> </ul>	Documento	De razón
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de becas y subvenciones entregadas por la UPT.</li> </ul>	Documento	De razón
Y: Resultado social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación trabajadores hombres/mujeres.</li> </ul>	Documento	De razón
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de actividades realizadas por la Oficina Universitaria de Proyección Social.</li> </ul>	Documento	De razón
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción de mejora de la reputación de la institución en los últimos años.</li> </ul>	Cuestionario	Ordinal
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción de prácticas éticas.</li> </ul>	Cuestionario	Ordinal

### ANEXO 3. CUESTIONARIO

**Estimado(a) alumno(a):**

Se ha elaborado el presente Cuestionario en beneficio de promover la inversión y los resultados sociales en la Universidad Privada de Tacna.  
De antemano se agradece su colaboración.

Marque con una X su respuesta dentro del recuadro según la escala siguiente:

- 1: Muy en desacuerdo.
- 2: En desacuerdo.
- 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- 4: De acuerdo.
- 5: Muy de acuerdo.

**Ítems:**

ÍTEMS	CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5
1. La UPT motiva su participación en actividades de bienestar social e integración con la población tacneña.					
2. La UPT está comprometida con la sociedad tacneña, en el sentido de asistir, intervenir y plantear alternativas de solución a los problemas sociales de la localidad.					
3. La UPT se preocupa por posicionar su imagen como una Institución auténticamente sin fines de lucro que antepone sus intereses socio-culturales que los económicos.					
4. Las autoridades, docentes y personal administrativo actúan según los principios éticos de la profesión y establecidos por la Universidad.					
5. Se difunden campañas de concientización promoviendo las prácticas ético – morales y el compromiso social con la comunidad tacneña.					

**ANEXO 4**  
**Principales tablas de estudio “Imagen Corporativa de las Carreras profesionales que oferta FACEM”**

**Cuadro N° 32: Evaluación de la UPT en función al nivel de preparación de sus egresados (Egresados)**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Mala	4	3.4
	Regular	39	33.6
	Bueno	61	52.6
	Muy Bueno	7	6.0
	No sabe/no responde	5	4.3
	Total	116	100.0

**Cuadro N° 74: Evaluación de la UPT en función al nivel de preparación de sus egresados Empresarios)**

	Frecuencia	Porcentaje
Mala	4	3.1
Regular	47	35.9
Bueno	75	57.3
Muy Bueno	5	3.8
Total	131	100.0

**Cuadro N° 60: Evaluación de la UPT en función al nivel de preparación de sus egresados (Padres de familia)**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Regular	40	28.4
	Bueno	90	63.8
	Muy Bueno	11	7.8
	Total	141	100.0

**Cuadro N° 14: Cuáles son las razones por las que escogió a la UPT para estudiar (estudiantes FACEM)**

	Frecuencia	Porcentaje
La calidad de la enseñanza es buena	10	7.4
Hay buenos profesores	3	2.2
Aquí estudian mis amigos	15	11.0
Tiene prestigio	14	10.3
Está bien implementada	8	5.9
No hay paros ni huelgas	60	44.1
Mi futuro está en buenas manos	4	2.9
Todas las anteriores	12	8.8
Otra razón	4	2.9
Ninguna	5	3.7
No sabe/no responde	1	.7
Total	136	100.0

## Anexo N° 5

### Resultado de estudio “Determinación del impacto de la UPT en el mercado laboral de la Región Tacna”

Establezca un ranking u orden según su percepción asignando el puntaje del 1 al 5, donde 1 es lo más bajo y 5 es lo más alto, a las siguientes universidades instaladas en la Región Tacna

Universidad	Puntaje					
	1	2	3	4	5	NS/NR
UAP	27.1	36.5	21.2	5.9	1.2	8.2
Santa María	29.4	22.4	17.6	7.1	5.9	17.6
UNJBG	4.7	5.9	24.7	27.1	29.4	8.2
UJCM	25.9	29.4	12.9	11.8	0.0	20.0
UPT	1.2	5.9	27.1	38.8	21.2	5.9
ULC	34.1	22.4	10.6	4.7	5.9	22.4

### Estudio de mercado “percepción de los grupos de interés sobre la Escuela profesional de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Privada de Tacna”

Universidad	Puntaje					
	1	2	3	4	5	NS/NR
UAP	11.4	35.4	37.7	13.7	0.6	1.1
Santa María	23.4	32.6	21.7	11.4	8.0	2.9
UNJBG	4.0	6.3	19.4	38.9	30.3	1.1
UJCM	12.0	30.9	34.9	14.3	2.3	5.7
UPT	4.0	4.0	10.3	42.3	37.7	1.7
ULC	30.9	25.7	21.1	10.3	4.0	8.0

**Anexo 6**  
**Principales resultados de procesamiento de datos**

**Correlaciones**

		Tiempo	InvSocial
Tiempo	Correlación de Pearson	1	-,989
	Sig. (bilateral)		,094
	N	3	3
InvSocial	Correlación de Pearson	-,989	1
	Sig. (bilateral)	,094	
	N	3	3

**Correlaciones**

		Año	TotInvSoc
Año	Correlación de Pearson	1	,702
	Sig. (bilateral)		,186
	N	6	5
TotInvSoc	Correlación de Pearson	,702	1
	Sig. (bilateral)	,186	
	N	5	5