



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional de Administración

TESIS

**RELACIÓN ENTRE EL RESPETO AL MEDIO
AMBIENTE Y COMPETITIVIDAD EN LA
CORPORACION SAETA S.A. LIMA – 2015.**

**Para Optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración**

Autores:

Bach. Falla Zúñiga Pedro José

Bach. Peralta Campos Tito Leodan

Pimentel, Diciembre de 2015

RELACIÓN ENTRE EL RESPETO AL MEDIO AMBIENTE Y
COMPETITIVIDAD EN LA CORPORACIÓN SAETA S.A. LIMA - 2015

Aprobación de la tesis

Bach. Falla Zúñiga Pedro José

Autor

Bach. Peralta Campos Tito Leodan

Autor

Dr. Mego Núñez Onésimo

Asesor Metodólogo

Mg. Izquierdo Espinoza Julio Roberto

Asesor Especialista

Mg. Castañeda Gonzales Jaime Laramie

Presidente del Jurado de Tesis

Lic. Mory Guarnizo Sandra

Secretario del Jurado de Tesis

Mg. Izquierdo Espinoza Julio Roberto

Vocal del Jurado de Tesis

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mi madre, Teresa Angélica Zúñiga Cuadra, pilar fundamental en mi vida, de igual forma a mis hermanos que siempre me brindan todo su apoyo incondicional, mi tía Ondina y mi Padre. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora he conseguido. Han hecho despertar en mi las ganas de siempre buscar salir adelante y sobre salir.

Pedro José Falla Zúñiga

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora he conseguido. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar. A mis hermanos, por su apoyo incondicional y familia en general por su apoyo moral.

Tito Leodan Peralta Campos

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecemos a Dios por darles salud a nuestros padres, quienes con su apoyo de forma incondicional en el desarrollo de nuestra carrera profesional dieron todo de sí. Les agradecemos por otorgarnos fortaleza en los momentos que más lo necesitábamos ya que sin ello no hubiésemos logrado un desempeño formidable en nuestra vida universitaria.

A la Universidad Señor de Sipán por permitirnos a través de ella conocer a todos nuestros profesores que fueron guías y formadores excelentes y a todos nuestros amigos y compañeros con los cuales pasamos hermosos momentos.

Un agradecimiento muy especial a nuestro asesor metodólogo el Dr. Onésimo Mego Núñez quien con todas sus enseñanzas a través de este último año de estudio, nos ayudó a seguir adelante y gracias al valioso aporte de sus conocimientos con los que poco a poco logramos culminar nuestros objetivos académicos con éxito.

Al Mg. Julio Roberto Izquierdo Espinoza, nuestro asesor especialista quien nos orientó en el proyecto y el desarrollo de la presente investigación. Su completa disponibilidad a resolver nuestras dudas y mostrarnos un mejor panorama de la situación de forma incondicional. Total flexibilidad y paciencia para con nosotros fue un detalle muy valorado durante todo este tiempo.

Agradecer al Ing. Juan Miguel Falla Zúñiga y a la Lic. Carmen Pittaluga Dulanto por la asequibilidad de información permitiendo la contribución de la presente investigación a favor de Saeta S.A.

Pedro José Falla Zúñiga y Tito Leodan Peralta Campos

INDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Situación Problemática:	2
1.1.1. A nivel internacional	4
1.1.2. A nivel nacional	7
1.1.3. A nivel local	10
1.1.4. Pronóstico de Corporación Saeta S.A.	17
1.1.5. Control del pronóstico de Corporación Saeta S.A.....	18
1.2. Formulación del problema	18
1.2.1. Problema general	18
1.2.2. Problemas específicos	19
1.3. Delimitación de la Investigación	19
1.4. Justificación e importancia de la investigación.....	19
1.4.1. Justificación Teórica	19
1.4.2. Justificación Metodológica.....	21
1.4.3. Justificación Social	22
1.5. Limitaciones de la Investigación	22
1.6. Objetivos de la Investigación	23

1.6.1. Objetivo general	23
1.6.2. Objetivos específicos.....	23
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	24
2.1. Antecedentes de Estudio	25
2.1.1. A nivel Internacional	25
2.1.2. A nivel Nacional.....	32
2.1.3. A nivel Local	38
2.2. Estado del arte	41
2.3. Bases teórico científicas	43
2.3.1. Gestión Ambiental.	43
2.3.2. Instrumentos de gestión ambiental	43
2.3.3. Marco legal de gestión ambiental en el Perú	51
2.3.4. Marco Sistemático.....	52
2.3.5. Competitividad.....	54
2.3.6. Gestión ambiental y competitividad.	63
2.4. Definición de la terminología.....	64
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	69
3.1. Tipo y diseño de la investigación	70
3.1.1. Tipo de investigación:.....	70
3.1.2. Diseño de la investigación:	72
3.2. Población y muestra	72
3.2.1. Población	73
3.2.2. Muestra	73
3.3. Hipótesis	73

3.4. Variables.....	73
3.5. Operacionalización de las variables.....	76
3.6.1. Métodos de investigación	78
3.6.2. Técnicas de recolección de datos.....	78
3.7.1. Instrumentos de recolección de datos.	81
3.8. Análisis estadístico e interpretación de los datos.....	81
3.9. Principios Éticos	81
3.10. Criterios de rigor científico	82
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS	84
RESULTADOS.....	84
4.1. Resultados en tablas y gráficos	85
4.1.2. Resultado del test por ítems	86
4.2. Discusión de resultados.....	112
CAPÍTULO V: PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN	130
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	153
6.1. Conclusiones.....	154
6.2. Recomendaciones.....	156
REFERENCIAS.....	158
ANEXOS	163

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A. Empresa cuyas oficinas centrales en la ciudad de Lima, se encuentran ubicadas en el distrito de Jesús María.

El método utilizado fue el deductivo. El método hipotético deductivo consiste en ir de la hipótesis a la deducción para determinar la verdad o falsedad. La técnica utilizada fue encuesta. El tipo y diseño de la investigación fue cuantitativa, correlacional bivariada de diseño no experimental.

La muestra fue tomada de toda la población finita. Se Consideró como muestra no probabilística por conveniencia aplicada a 40 personas divididas entre directivos (3), trabajadores (25) y clientes (12).

Se estableció la escala de Likert como instrumento de medición.

La hipótesis planteada fue; si existe relación entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A. – Lima o, si no existe relación entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A. – Lima.

Palabras clave: Gestión ambiental, medio ambiente, competitividad, sostenibilidad.

ABSTRACT

The research aimed to determine the relationship between environmental management and competitiveness in Saeta Corporation SA Construction company with headquarters in the city of Lima, district of Jesus Maria.

The methodology was the deductive method. The hypothetical deductive method consists of the assumption of deduction to determine the truth or falsity. The techniques used were structured interviews and surveys. The type and design of the research was quantitative bivariate correlational not experimental design.

The sample was taken from all finite population. It was considered as non-probabilistic convenience sample applied to 40 people divided between management (3), workers (25) and customers (12).

Likert scale was established as a measuring tool.

We hypothesized a possible relationship between environmental management and competitiveness Saeta Corporation SA - Lima or if there is no relationship between environmental management and competitiveness Saeta Corporation SA - Lima.

Keywords: Environmental management, environment, competitiveness and sustainability.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación consiste en determinar la relación que existe entre gestión ambiental y competitividad en la empresa constructora Corporación Saeta, para esto se necesitó la orientación debida la cual permitió el ordenamiento respectivo de la investigación.

Según Pousa & Ideas propias Editorial (2006) “Gestión Ambiental” es el conjunto de acciones dirigidas a lograr la máxima racionalidad en el proceso de decisión a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente, basándose en una información multidisciplinar ciudadana coordinada. Esta definición nos revela que debe existir un balance entre la calidad del ambiente humano y la calidad del ambiente natural. Además es una herramienta para la toma de decisiones dentro de la organización.

El instrumento para la recolección de datos utilizado fue la encuesta con criterios de medición que fue 5. Definitivamente Si, 4. Probablemente Si, 3. Indeciso, 2. Probablemente No, 1 Definitivamente No, con un análisis escala tipo Lickert, dirigida a los clientes, directivos y trabajadores de la empresa constructora Saeta.

Los datos obtenidos se procesaron para su respectivo análisis estadístico e interpretación mediante el sistema operativo Microsoft Office Excel y SPSS.

El Capítulo I está comprendido por la realidad problemática en el contexto internacional, nacional y local hasta concretar en la formulación del problema, además, la justificación y la importancia que son aspectos relevantes que han permitido la elaboración de los objetivos de estudio.

En el Capítulo II se presenta el marco teórico correspondiente al tema investigado que da origen a los antecedentes de estudio en los

contextos internacional, nacional y local, el marco teórico propiamente dicho de gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta. Y por último, se presentan las definiciones de la terminología (Marco conceptual).

En el Capítulo III se presenta la metodología de la investigación científica. Está comprendido por el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra a emplear; la hipótesis de investigación; la operacionalización, los métodos, técnicas e instrumentos para la recolección de datos y el método de análisis de datos obtenidos en la presente investigación. También señala el procedimiento para la recolección de los datos; el análisis estadístico e interpretación de los datos; los criterios éticos y por último, el criterio de rigor científico.

El Capítulo IV se constituye la presentación y análisis de los resultados en tablas y figuras, igualmente se reporta los resultados, con su análisis respectivo y los promedios de las variables. También se señala la hipótesis y la prueba de normalidad.

El Capítulo V está conformado por la descripción del programa de cambio mediante la propuesta básica. Comprende detalladamente las características, componentes, de la propuesta elaborada y la descripción de la aplicación de la metodología para su desarrollo.

En el Capítulo VI se presentan las conclusiones y recomendaciones que la presente investigación buscó contribuir al estudio de las variables de gran importancia dentro del contexto empresarial.

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Este capítulo está comprendido por la situación problemática en el contexto internacional, nacional y local, hasta concretar en la formulación del problema, delimitación y limitación de la investigación; así como, la justificación en su dimensión epistemológica, metodológica y ontológica que han sido aspectos relevantes para la elaboración de los objetivos de estudio.

1.1. Situación Problemática:

La Gestión Ambiental es el resultado de una iniciativa por controlar y disminuir los principales problemas ambientales que se han generado con el transcurrir del tiempo. Muchos de estos problemas han sido generados por el impacto de la industria mundial. La gestión ambiental se ha convertido en un tema de índole internacional y además está dirigido a todo tipo de organizaciones.

El impacto ambiental es causado por el crecimiento económico. Los problemas ambientales, tanto por la excesiva explotación de la naturaleza originó una concientización, surgiendo objetivos sociales y económicos para la conservación del medio ambiente mediante el desarrollo sostenible, es decir, mediante un manejo razonable de nuestros recursos naturales satisfaciendo nuestras necesidades actuales sin perjudicar la de las generaciones futuras.

A pesar de esto se debe aclarar que este escenario cada vez mejora más con el paso del tiempo, aunque no significativamente. Desde la década de 1970 se incrementó la toma de conciencia ecológica y desde entonces la sociedad comenzó a entender que el origen de los problemas ambientales se encontraba en las estructuras económicas y productivas de la economía y dado que los principales síntomas que

aquejan al medio ambiente tienen origen en los procesos productivos mal planificados y gestionados, es precisamente mediante el mejoramiento de tales sistemas que se podría acceder a una mejora del medio ambiente.

Cuando las poblaciones humanas eran pequeñas y su tecnología modesta, su impacto sobre el medio ambiente fue solamente local. No obstante, al ir creciendo la población, mejorando y aumentando la tecnología, aparecieron problemas más significativos y generalizados.

Hoy por hoy, el sector industrial es más dinámico y ha tenido un crecimiento un poco más acelerado con respecto a los anteriores años. Este mismo crecimiento, ha llevado a que las empresas utilicen al máximo su capacidad instalada.

El cuidado ambiental, conduce a las organizaciones a que aumenten y fortalezcan su competitividad empresarial. En sí, se dice que una empresa es competitiva, cuando tenga una rentabilidad sostenible. El calificativo sostenible implica que la empresa vende en el mercado, pero lo hace habiendo minimizado el impacto ambiental de su producción y también asegurando un desarrollo de su actividad de forma socialmente responsable, esto es, garantizando el máximo desarrollo personal, y profesional de sus trabajadores y generando huella en el entorno local y/o global.

En cuanto competitividad se puede decir que el beneficio que recae sobre ésta, es el desarrollo que ocurre gracias a las innovaciones ecológicas que contribuyen a reducir costos; la implantación de tecnologías ecológicas, puede mejorar su rendimiento, proporcionan oportunidades para la innovación, crean nuevos mercados e incrementan la competitividad gracias a una mayor eficacia de los recursos y a nuevas oportunidades de inversión, benefician a la

economía, a las personas y a la sociedad. En la actualidad las empresas no pueden descuidar el tema de la competitividad y deben enfrentarse a altos niveles de crecimiento en este tema. Además están forzadas a cumplir con estándares ambientales de los mercados nacionales y también internacionales (dependiendo del rubro). Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas generalmente tienen dificultades para responder a su gestión ambiental, ya que no disponen de recursos suficientes.

1.1.1. A nivel internacional

Las grandes empresas, a nivel mundial, cada vez tendrán más en cuenta la importancia sobre el cuidado ambiental y la relevancia con que esto repercute en el mundo de los negocios. Sobre esto se puede decir:

“(...) de ahí que las empresas excelentes estén incorporando el concepto ambiental (...). Sin embargo a nivel Pyme (...) todavía se está lejos de conseguirlo, a pesar de que un gran número de ellas ya está apostando y comprometiéndose por la mejora del medio ambiente.” (Plaza, 2011 p.45).

Si bien es cierto, las grandes empresas incorporarán temas de cuidado ambiental porque sus directivos o CEO han podido notar que es bien aceptado tanto por la sociedad como en el mundo empresarial; sin embargo, la otra cara de la moneda es que aún las pequeñas empresas están lejos de que por iniciativa propia adopten ciertas medidas o políticas referentes al tema ambiental.

Dado que lo concerniente a Gestión Ambiental se respalda en normas ISO (International Organization for Standardization) es conveniente resumir que es la ISO. En este caso, la norma que tiene enmarcado a nuestro tema es la número 14001 concerniente a Sistemas de Gestión Ambiental.

ISO es una red de los institutos nacionales de estándares de más de 160 países con una secretaría central en Ginebra, Suiza. ISO es una organización no gubernamental. El primer estado pionero en la publicación de una norma sobre Gestión Ambiental fue el Reino Unido en 1992, que editó su primera norma experimental, la norma. BSI-7.750. El espíritu de ésta y otras normas era de disponer una guía para implementar un sistema de gestión medioambiental en la industria. (Plaza, 2011 p. 47).

Con lo antes expuesto, podemos tener una idea desde más o menos cuando, que países y que normas fueron las precursoras de las ya muy conocidas, en la actualidad, normas ISO. Queda claro entonces, que la preocupación por el cuidado del medio ambiente por causa de la industria se remonta más allá del siglo XXI. Si bien es cierto en este siglo tuvo mayor fuerza popular, no fue sino en el siglo pasado que la conciencia ya había despertado.

Como se menciona anteriormente, muchas grandes empresas han empezado a tomar una noción más decidida y convincente sobre el cuidado del medio ambiente, al respecto se puede decir:

“(...) La inversión en medio ambiente, puede ser una gran oportunidad para la modernización de las industrias”.
(Plaza, 2011 p. 50)

Como sostiene el autor, la inversión en el cuidado del medio ambiente conllevaría a una modernización en las industrias ya que representaría la implementación de tecnología moderna que sea amigable con el medio ambiente, que contribuye significativamente en la reducción de agentes contaminantes, la disminución de gases, la reutilización de ciertos materiales, etc. Se puede agregar que la relación entre economía y recursos naturales cada vez se hacen más complejas y no se pueden permitir separar el vínculo entre el tratamiento de los recursos y el de la contaminación.

Una definición de lo que puede llamarse competitividad internacional es la siguiente:

“La competitividad internacional puede definirse como la capacidad que tiene una empresa para lograr un mayor y mejor rendimiento sobre sus competidores en los mercados extranjeros y preservar así las condiciones que sustentan sus rendimientos actuales y futuros” (Peña-Vinces & Triguero, 2011 p.17)

Claramente lo que podemos inferir es que, competitividad es una capacidad diferenciadora que hará que la empresa sobresalga de entre todas las demás empresas de la industria o del rubro.

Sobre la importancia de la competitividad de las empresas en la de una nación se puede citar:

“Pensamos que cuando mejora la competitividad de las empresas mejora la economía de las naciones, ya que la competitividad de las naciones es el reflejo del nivel

competitivo de sus empresas.” (Peña-Vinces & Triguero, 2011 p.10)

La lógica del autor es simple y concisa. Mientras mayor sea el nivel de competitividad de las empresas en una nación, la nación, por ende, se convierte en una nación competitiva. Es difícil de concebir, por ejemplo, a Estados Unidos o Japón, países altamente industrializados, con empresas con niveles de competitividad inferiores a países en vías de desarrollo como el nuestro.

En cuanto a competitividad y gestión ambiental a nivel internacional. Normalmente los países más desarrollados, han introducido exigencias ambientales cada vez más restrictivas como consecuencia de una mayor conciencia ambiental de los consumidores y las presiones de las empresas para cumplir con las normas ambientales.

"La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas." (Cáceres, 2014 p.128)

El autor sostiene que las empresas deberían tomar la iniciativa en cuanto cuidado ambiental, y que sobre todo lo hagan por convicción propia y no porque la ley o el país así lo determine o se lo exija. En otras palabras, no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más.

1.1.2. A nivel nacional

El tema medio ambiental en nuestro país también se ha convertido en un tema muy relevante a nivel empresarial. En un artículo obtenido de las publicaciones de la Universidad Esan se puede decir:

En los últimos años, hemos notado una creciente toma de conciencia con respecto a los problemas ambientales que afectan a nuestro planeta. Los gobiernos han dictado normas para la protección del medio ambiente; y en cuanto a los consumidores, hemos ido cambiando nuestros hábitos para optar por productos ecoamigables. Ello ha ocasionado, en consecuencia, la aparición y el desarrollo de nuevos mercados, y para conocer mejor cuáles son las características de las personas interesadas en productos que no dañan el medio ambiente, así como la introducción de estos en el mercado, las empresas deben orientar su gestión hacia el cuidado ambiental y diseñar estrategias. (Hamann, 2013 p. 38)

Podemos mencionar que una figura tripartita compuesta por la sociedad, el gobierno y las empresas, por igual, irá modificando sus respectivos factores en cuanto a cuidado ambiental y con ello, como consecuencia ir desarrollando nuevos mercados y nuevos retos para las empresas que buscan mantenerse vigentes.

La importancia de tecnologías limpias, modernas e innovadoras que permitan cumplir con normas internacionales la podemos notar en el siguiente párrafo:

En este sentido, las empresas deben considerar el desarrollo de tecnologías más limpias, tener en cuenta las normas internacionales ISO 14000 (para un sistema de gestión

ambiental), diseñar productos cuyo impacto sobre el medio ambiente sea reducido (ecoamigables). También aparece el consumidor verde, que cuestiona: ¿Cómo ha sido elaborado el producto?, ¿De dónde vienen las materias primas?, ¿qué tan limpio es el proceso productivo?, ¿qué sucede con el producto al final de su ciclo de vida? Estas constituyen demandas ecológicas que las empresas deben atender e ir adaptándose a ellas. (Hamann, 2013 p. 38)

Los consumidores serán cada vez más exigentes para con las empresas respecto a la forma en como fue elaborado el producto que tienen entre manos. Darán un especial valor a los productos que hayan sido elaborados con los mejores estándares de cuidado ambiental.

Sabemos que la competitividad nos puede llevar a un nivel productivo elevado y satisfactorio y esto es aplicado tanto a nivel empresarial como a nivel de países.

La competitividad es el fin que requiere de la productividad, es decir, ésta es un medio para conseguirla. Los países poseen ventajas comparativas y las organizaciones, competencias distintivas. Ambas deben convertirse en ventajas competitivas para producir bienes y servicios, los cuales, finalmente, son los competitivos. Es una capacidad que se adquiere mediante la productividad para competir con otras organizaciones. (Fernando D'Alessio ,2011 p.9)

El autor nos hace entender que si una organización o una empresa es altamente productiva, se considerará de ante mano que es una organización altamente competitiva y de igual modo podemos considerar a los países.

En cuanto a competitividad y medio ambiente, la autora señala lo siguiente:

Los consumidores estamos cambiando, somos más conscientes de lo que sucede con nuestro planeta, buscamos productos que no contaminen, que sean amigables con el ambiente. Ante ello, las empresas se están transformando también; aún son muy pocas —principalmente las grandes—, pero, en la medida en que nosotros los consumidores estemos más informados, iremos exigiendo productos que respeten el medio ambiente. Las empresas que no se ajusten a estos cambios perderán competitividad y serán reemplazadas por aquellas que sí entregaron un “producto aumentado”, pues la cuestión ambiental es un beneficio adicional proporcionado a los consumidores. (Hamann, 2013 p. 40)

Se reconoce que aquellas empresas que no se ajusten a estos cambios de tendencia medio ambientales serán desplazadas por empresas que si desarrollen políticas sobre gestión ambiental ya que esto significa un valor agregado muy bien percibido por los clientes.

1.1.3. A nivel local

Corporación Saeta S.A. con número de RUC 20538122441 se ubica en el distrito de Jesús María, Lima. Es una empresa constructora con cinco años de existencia, iniciaron operaciones en los primeros meses del año 2010, formada por un grupo de profesionales capacitados con un alto grado de preparación en

temas de ingeniería civil y con el compromiso de mejorar los actuales estándares en ejecución.

La empresa cuenta con las siguientes unidades de Negocio:

- i) Edificios, locales comerciales e infraestructura educativa
- ii) Infraestructura comunal
- iii) Plantas industriales y mineras
- iv) Carreteras y caminos
- v) Puentes
- vi) Habilitaciones urbanas
- vii) Infraestructura urbana (parques, alamedas, plazas, etc.)

Para el estudio de la situación problemática a nivel local, en este caso, de la empresa en cuestión; hicimos un diagnóstico de la misma.

1.1.3.1 Estructura orgánica

La estructura orgánica de Corporación Saeta es poco jerárquica, no es una gran empresa donde exista directorio ni mucho menos junta de accionistas y está conformada de la siguiente manera: En primer lugar, se encuentra la gerencia general, Luego de la gerencia general encontramos las áreas contables y legales, de forma independiente cada una sin embargo son áreas externas al organigrama interno de la empresa. En otras palabras, son áreas con sus respectivas funciones tercerizadas a empresas especializadas. Posteriormente, por debajo de la gerencia general se desprende la gerencia de operaciones y la gerencia técnica. Ambas gerencias

trabajan de forma paralela. Gerencia de operaciones se ubica por encima de la administración de obra y ésta a su vez del staff de obra. Por el otro extremo, se encuentra la gerencia técnica que se encuentra por encima del departamento de estudios.

1.1.3.2. Funciones

Las funciones por cada área en Corporación Saeta S.A. están establecidas de la siguiente manera.

Gerencia general

Está a cargo de la Lic. Carmen María Pittaluga Dulanto Administradora por la Universidad San Martín de Porres. Dentro de sus funciones están, ser el representante legal de la sociedad, realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos, también planea y desarrolla metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entrega de proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.

Gerencia técnica

Está a cargo del Ing. Civil Juan Miguel Falla Zúñiga egresado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, colegiado N°77033 que a la vez cuenta con un diplomado en gerencia de construcción por la Universidad Esan. Está encargado de la elaboración de las propuestas a los

clientes, también es responsable de la retroalimentación de los índices de productividad de cada obra. De igual manera, se encarga de generar los contactos comerciales con nuevos clientes. Planea y controla el desarrollo de la ingeniería a detalle y por último, está a cargo de la elaboración de expedientes técnicos de proyectos.

Gerencia de operaciones

Liderada por el Ing. Civil Jorge Quispe egresado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Maneja las operaciones diarias de la empresa, hace a la compañía más productiva proveyendo métodos efectivos para las operaciones de la empresa. Es el responsable de establecer el contacto cuando se realiza una venta con el objetivo de detectar necesidades del cliente. También, realiza las presentaciones de los proyectos junto con la respectiva cotización y por último se encarga de la negociación con los clientes en cuanto precio y crédito.

Administración de obra

El responsable de la administración de obra es responsable de las cobranzas. Además es responsable de la adecuación y difusión de los procesos administrativos, también del cumplimiento de las políticas de la empresa y de la obra. Realiza los procedimientos de compras y por último, realiza todos los trámites y gestiones que rodean a una obra.

Staff de obra

El staff de obra está conformado por un conjunto de colaboradores que, dependiendo de la obra a donde se les asigna, tienen, entre otras labores las de gestionar la obra en cuanto plazos, calidad, margen/costos. Así mismo, manejar el tema contractual, la programación semanal al detalle con las actividades y recursos asignados. Ejecutar la planeación y control, por último, elevar sus reportes correspondientes a la oficina central.

Área contable

Todo el proceso contable está encargada a una empresa especializada.

Área legal

De igual forma ocurre con los temas legales. Todas estas funciones están confiadas a un estudio de abogados.

1.1.3.3. Procesos

Existen muchos procesos dentro de una empresa, sin embargo uno de los procesos importantes es la apertura de mercados, ésta labor la realiza el gerente técnico. No obstante, cabe resaltar que en Corporación Saeta también ocurre el fenómeno boca a boca; en otras palabras, los clientes satisfechos recomiendan a la empresa, dentro del rubro donde ellos se desempeñan.

Por otro lado como se mencionó, hay funciones que se tercerizan como lo es la contabilidad de la empresa. Toda la labor contable se delega al estudio contable del C.P.C.C. Eduardo Houghton Araujo ubicado también en Lima. Mientras que la segunda área tercerizada es el área

legal, que se le encarga al estudio de abogadas García Sayán. Estudio de abogados muy reconocido en la capital por su gran profesionalismo y prestigio ganado con los años.

En cuanto la administración de cada obra, se le encarga a un profesional que vela por solo una obra de manera independiente, en otras palabras, no tiene que verse involucrado con asuntos administrativos de otras obras de la empresa en otras ciudades. Sumado a esto se organiza un staff dirigido y seleccionado por el administrador de la obra. El staff generalmente está conformado por un Ing. Residente, un ing. De campo y el almacenero. No obstante, el número de personas que conforman el staff va a variar dependiendo de la dimensión de la obra.

El manejo de la gestión ambiental en Saeta es manejado con gran esfuerzo, y cuentan con una política referente al cuidado ambiental.

De igual modo algunos clientes manifiestan cierta preocupación al solicitarles que en muchas de sus actividades a realizar, sean cuidadosos con el trato al medio ambiente.

1.1.3.4. Cultura organizacional

Este aspecto de la empresa es muy bien manejada ya que por constatación propia es fácil identificar un ambiente laboral cómodo, agradable, donde existe mucho respeto. Esta aprobación de la cultura organizacional se puede cuantificar mediante el nivel de rotación de personal

que ha habido el cuál es casi nulo. Esto quiere decir que los colaboradores de la organización están completamente satisfechos con la misma. De igual modo cuentan con una imagen institucional bien establecida.

1.1.3.5. Infraestructura

Las oficinas principales de la empresa, desde donde se encuentra la directiva están ubicadas en una zona urbana residencial en la ciudad de Lima en el distrito de Jesús María frente al Campo de Marte. Las funciones se desarrollan dentro de un departamento espacioso y bien iluminado por luz natural. Cabe recalcar que el espacio natural frente a las oficinas, es una de las áreas verdes más grandes de la capital peruana donde muchas personas llegan todos los días a realizar distintos deportes o por simple esparcimiento.

En cuanto a las oficinas en sí, las alberga una construcción moderna en un edificio de 20 pisos, siendo la de las oficinas de Corporación Saeta en el 4to nivel. Cumple y satisface la necesidad de un lugar central ya que además no se observa mayor tráfico de gente que la directiva y de vez en cuando los administradores de obra que llegan a dar sus reportes.

1.1.3.6. TICs

Calificaremos la tecnología utilizada en dos grupos, primero la utilizada para la administración y las clasificamos como “administrativas” y las utilizadas en construcción a las que denominaremos “técnicas”.

En lo referente a tecnologías administrativas, Corporación Saeta usa la tecnología disponible y actual en cuanto equipo de oficina como computadoras, laptops, impresoras multifuncionales, internet inalámbrico. Así mismo para la comunicación cuenta con líneas privadas para comunicación directa con los trabajadores de la corporación. Además de todo ello, cuenta con su página web oficial con toda la información relevante para los grupos de interés y también hace uso de las redes sociales como el Facebook donde también cuenta con su fanpage.

Las tecnologías “técnicas”, como hemos denominado a las utilizadas en la construcción, son las disponibles en el mercado y unas de las más modernas y sobre todo, siempre con la supervisión y control para que éstas funcionen de forma adecuada y no surjan demoras y atrasos imprevistos dentro de la obra lo que perjudicaría los tiempos establecidos de desarrollo y entrega.

1.1.4. Pronóstico de Corporación Saeta S.A.

Si bien es cierto, Corporación Saeta es una empresa pequeña que cuenta con solo cinco años realizando sus operaciones, ha ido poco a poco ganándose la confianza de sus clientes que apostaron por ellos y quedaron satisfechos y éstos mismos los recomiendan o los vuelven a contratar para otras obras importantes. Es por ello que consideramos que si Corporación Saeta deja de lado el tema de la gestión ambiental llegará el momento en que las dimensiones de sus obras serán mayores, los clientes corporativos serán empresas más grandes

y por ende más estrictos en sus especificaciones y podrán encontrarse con empresas que les pidan un plan de gestión ambiental para que se lleve a cabo durante la ejecución de las obras.

O de forma contraria, Corporación Saeta puede implementar de forma voluntaria políticas de gestión ambiental mucho mejores de las que puede tener en la actualidad y de esa manera no quedarse rezagado frente a las otras empresas que si las llevan a cabo y les favorece como un valor agregado para con sus clientes corporativos. No olvidemos que la gestión ambiental es un tema que cada día toma mayor importancia en el mundo empresarial.

1.1.5. Control del pronóstico de Corporación Saeta S.A.

Por lo tanto se plantea que Corporación Saeta lleve a cabo correcciones necesarias para llevar una adecuada gestión ambiental, dado que si continúa llevando a cabo sus prácticas en construcción de manera eficiente y eficaz como lo hace hasta el momento seguirá yendo por buen camino sin embargo, llegará un momento donde no podrá optar por algunas oportunidades de negocio ya que carecen de una gestión ambiental acorde con el nivel o dimensión de los proyectos que se les presentará; situación que los hará ceder mercado para la competencia e ir quedando rezagada como una empresa poco competitiva.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Existirá relación entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A Lima – 2015?

1.2.2. Problemas específicos

- i. ¿Cuál es el proceso de la gestión ambiental en Corporación Saeta S.A. - Lima?
- ii. ¿Cuál es el proceso de competitividad de la Corporación Saeta S.A. – Lima?
- iii. ¿Qué relación existe entre gestión ambiental y competitividad en la Corporación Saeta S.A. - Lima?

1.3. Delimitación de la Investigación

La investigación se llevó a cabo en mayor proporción en la ciudad de Chiclayo, sin embargo fue necesario hacer viajes a Lima donde se encuentra la empresa para realizar la aplicación de los respectivos instrumentos.

El periodo de tiempo empleado fue de aproximadamente 8 meses o lo que se podría decir el equivalente a dos ciclos académicos.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación Teórica

Según Blanco (2004), La gestión ambiental es obtener la sostenibilidad de nuestro planeta. Las empresas

deben adaptarse a la variedad de externalidades que se presentan si desea sobrevivir a un mundo altamente competitivo. La creciente conciencia con referencia al impacto ambiental, ha resultado en una serie de iniciativas que las empresas están utilizando por mitigar su impacto.

El cambio climático se ha manifestado a nivel mundial que ha generado consecuencias perjudiciales para el medio ambiente como la degradación, pérdida y contaminación de la fuente de recursos naturales. Por tal motivo surge la necesidad de generar los medios necesarios para restablecer el equilibrio entre el ser humano y su medio, y establecer una sana relación entre el progreso económico y la naturaleza. Ante este panorama, desde hace más de 40 años diversas organizaciones internacionales han generado espacios de reflexión para discutir sobre estos temas y encontrar soluciones. Uno de los espacios fue la Comisión en Europa en 2001, en la cual se señaló que las empresas socialmente responsables son aquellas que se preocupan que sus operaciones comerciales no afecte a los grupos de interés. Otro espacio fue Comisión Mundial Para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU (Organización de las Naciones Unidas) en 1987, manifestando que el adecuado manejo de los recursos ambientales garantiza satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras.

En nuestro país, La Constitución Política del Perú determina en el artículo 2 inciso 2.2., toda persona tiene derecho a vivir en un ambiente equilibrado y saludable. En

la LEY general de ambiente N° 28611 el artículo 9, que tiene como objetivo el cumplimiento del deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental para mejorar la calidad de vida de la población y lograr el desarrollo sostenible del país.

Para Michael Porter (1991) la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país. La competitividad, es diferenciarnos por nuestra calidad, por nuestras habilidades, por nuestras cualidades, por la capacidad que tengamos de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a nuestros clientes. Tomando en cuenta el esquema de (Ñaupas, Mejia, Novoa y Villagomez, 2014 p.53)

1.4.2. Justificación Metodológica

Para el logro de los objetivos del presente estudio, se utilizó el método deductivo. Además recurriremos a la utilización de técnicas de investigación como la encuesta que fueron aplicadas a trabajadores y a clientes de Corporación Saeta S.A. Con ello se pretendió determinar la importancia que tiene la gestión ambiental dentro de los grupos de interés de Corporación Saeta y como ésta variable puede afectar de forma positiva en el nivel de competitividad. Los resultados de la investigación se

apoyaron en técnicas de investigación válidas en el medio constituyendo un aporte a la ciencia y consiguiendo un modelo académico aplicable a otro tipo de empresas. Tomando en cuenta el esquema de (Ñaupas, et al. 2014 p.53)

1.4.3. Justificación Social

Tiene justificación social porque permite la identificación de la empresa con el cuidado ambiental y la manera en cómo se preocupa por reducir el impacto que generan en el ambiente, permitiendo que este tipo de compromiso por parte de la empresa, desarrolle competitividad y además ayude a resolver diferentes tipos de problemas sociales mediante campañas que tienen como objetivo modificar las actitudes de las personas y las demás empresas. Tomando en cuenta el esquema de (Ñaupas, et al. 2014 p.53)

1.5. Limitaciones de la Investigación

Algunas de las dificultades afrontadas para la realización satisfactoria de ésta investigación fueron:

- i. El título principal.- Donde se presenta como primera variable el respeto al medio ambiente cuando esto no es posible medir ni cuantificar dado que es básicamente un valor cívico.
- ii. Viajes.- Por el mismo hecho de que la empresa se ubica en Lima nos vimos en la necesidad de realizar algunos viajes con financiamiento propio. Con el motivo de hacer entrega y explicación de las encuestas. También viajes a obras.

1.6. Objetivos de la Investigación

1.6.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A. – Lima 2015.

1.6.2. Objetivos específicos

- i) Determinar el proceso de la gestión ambiental en Corporación Saeta S.A. – Lima 2015.
- ii) Determinar el proceso de competitividad de la Corporación Saeta S.A.- Lima 2015.
- iii) Describir la relación entre gestión ambiental y la competitividad de la Corporación Saeta S.A. – Lima 2015.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

Esta parte está conformado por los antecedentes de estudios correspondiente al tema investigado, el estado del arte, la base teórica científica y por último, se presenta la definición de la terminología (marco conceptual).

2.1. Antecedentes de Estudio

2.1.1. A nivel Internacional

Julen Izaguirre, Azucena Vicente y Unai Tamayo, 2005, en España. En su investigación denominada Medio ambiente y competitividad ¿Obstáculo u oportunidad? Donde el principal problema es justamente dilucidar si la relación de la primera variable con respecto a la otra es un obstáculo o una oportunidad para las empresas. Teniendo como objetivos, primero, analizar los obstáculos que afectan a la implementación de estrategias y procesos ecológicos en las empresas y el segundo es dilucidar si efectivamente los supuestos costes en que incurre la organización por introducir mejoras ambientales suponen una merma en la competitividad.

La hipótesis de los autores sostiene que pese a que son muchas las empresas que proclaman ante el mercado las bondades ecológicas de sus productos y sistemas de gestión, lo cierto es que pocas introducen cambios organizativos importantes para reducir sus impactos ambientales y satisfacer las nuevas demandas sociales y a la par generando ventajas competitivas sostenibles. De hecho el principal impulsor de la actuación medio ambiental es la legislación y el gran empresariado ve en su acatamiento un coste que

antes no tenía. Hubieron resultados de estudios realizados en la década de los 70's y 80's (11) y otros llevados a cabo desde 1990 hasta nuestros días (24).

Sus resultados arrojaron diversos resultados, sin embargo, predominan las observaciones positivas. Se tiene en cuenta que el tipo de investigación es algo limitado y que el número de observaciones analizado no es muy alto. No obstante, la relación entre las actuaciones medioambientales y competitividad (medida a través de resultados económico-financieros) predomina el signo positivo en un 70% de los casos. En 16% no se obtuvo correlación y 14% de los casos la relación entre ambas variables fue negativa. En dicha investigación el método utilizado fue tomando una muestra de 35 estudios procedentes en su mayoría de Estados Unidos.

El punto de partida de la investigación es del año 1972 hasta el 2003. Los estudios se dividieron por años con el fin de facilitar su interpretación. Por último, el estudio concluye que si bien el coste de los proyectos ecológicos es uno de los obstáculos que la clase directiva aduce para no implementar estrategias ecológicas hemos de señalar que la actuación medio ambiental de las empresas tienen a presentar una relación positiva con los resultados económico-financieros, mejorando la competitividad empresarial por lo tanto, sería deseable un cambio de mentalidad de la clase directiva respecto a la consideración del medio ambiente como un coste en lugar de como una fuente de ventajas competitivas.

Nuestra investigación, al igual que la mencionada anteriormente, coincide en las dos variables y su relación directa de una sobre la otra. En este caso, el resultado del

estudio realizado en España da como resultado una situación positiva, pudiéndose decir que una mejora en políticas medio ambientales por parte de la empresa constituirá una oportunidad para una mejora sustancial en la competitividad.

Pilar Flórez y Sandra Jiménez, 2007, Colombia, en su investigación; Sistema de gestión ambiental como estrategia de competitividad en la industria química. Caso de implantación: Colorquímica S.A. Cuyo problema fue como sacar adelante un proyecto con la implementación ISO 14000 en Colorquímica S.A. La anteriormente mencionada es una compañía colombiana productora y comercializadora de insumos para la industria, con más de 30 años de experiencia.

El objetivo definido por la empresa fue la implantación del Sistema de Gestión Integral, el cual cubre las perspectivas de calidad, productividad, seguridad industrial y medio ambiente. En el caso del Sistema de Gestión Ambiental, se definió como estrategia la protección del medio ambiente con el compromiso de prevenir la contaminación, disminuyendo los impactos nocivos.

La hipótesis de la investigación es que implementando estándares internacionales para la gestión en temas críticos de su operación, como protección del medio ambiente (ISO 14000) junto con otros estándares son fuentes de ventaja competitiva en un mercado globalizado, pues buscan la satisfacción de las partes interesadas. Los resultados fueron que gracias a las inversiones ejecutadas en relación con el proyecto ISO 14000 hoy la empresa cuenta con equipos de control ambiental, dispositivos y adecuaciones locativas para el almacenamiento seguro de las sustancias químicas y

cobertura total en infraestructura para la prevención y contención de derrames de éstas.

Con esto han logrado cumplir los estándares aplicables y mejorar el desempeño de sus procesos en aspectos ambientales. El método fue mediante la determinación del consumo de recursos naturales o generación de residuos sólidos por unidad en cada una de las áreas productivas. Por último se obtuvieron como conclusiones que en la actualidad la globalización de los mercados ha generado un entorno altamente competitivo en múltiples aspectos, como eficiencia en costos, tecnología de punta, productividad, calidad, innovación y riqueza de los recursos naturales, entre otros.

Por tal motivo Colombia debe promover en sus empresas una visión de clase mundial, consistente en lograr la capacidad para dar respuesta a las necesidades de los mercados con estándares internacionales.

Podemos apreciar que muchas industrias en el vecino país de Colombia han podido entender que la competitividad vivida en la actualidad por las empresas y más aún con las aperturas de los mercados han dado como resultado que las empresas estén pendientes de desarrollar estrategias basadas en la aplicación de estándares internacionales para mantenerse vigentes en los mercados internacionales y poder hacerle frente a esta situación de la mejor manera.

Rodríguez (2010), En México; en su investigación realizada para la revista de la ingeniería industrial titulada “factores internos que afectan a la competitividad en las empresas de la zona sur de Tamaulipas” se analizó los factores internos

que influyen en la competitividad de las empresas hoteleras y restauranteras en la Región Sur de Tamaulipas que comprende los municipios de Altamira, Ciudad Madero y Tampico, con el fin de tener un diagnóstico del nivel de desempeño de las PYMES, considerando aquellos factores internos que diversos estudios han mostrado que son determinantes en el nivel de competitividad en las empresas.

Su objetivo general fue diagnosticar el nivel de desempeño que los hoteles y restaurantes tienen respecto a un grupo de factores internos que inciden en la competitividad de dichas empresas. La hipótesis planteada fue el nivel de desempeño de la competitividad de las empresas es de al menos un 70%. En ese sentido, esta investigación fue de carácter descriptivo. Para responder la pregunta de cuáles son los factores que influyen en el éxito competitivo de las PYMES en la zona sur de Tamaulipas, se aplicó una encuesta con preguntas cerradas.

Se llegó a siguientes conclusiones, observando que los factores internos que mayormente afectan son la planeación estratégica, las habilidades directivas del responsable o gerente de la empresa, la calidad de servicio y la tecnología de información y comunicación. Esto se determinó a partir del análisis de otras investigaciones. También se observó por medio de pruebas de hipótesis que las empresas (Hoteles y Restaurantes) tienen un nivel menor al 70% de competitividad.

En México; Lima (2012), en su tesis “estrategias competitividad para PyMES” refiere que, las PyMEs

mexicanas representan, según datos de 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el 95% de las empresas en México. En los últimos años México ha presentado un retroceso en temas de competitividad a nivel mundial. De acuerdo con la información publicada por el Foro Económico Mundial (WEF), en su índice Global de Competitividad 2010-2011, México se encuentra en la posición 66 de 132 después de haberse ubicado en el sitio 52 en la misma publicación para el periodo 2007- 2008.

La mayoría de los empresarios mexicanos ven a sus empresas como forma de manutención para ellos y sus familias. Esto representa un arraigo cultural que necesita ser modificado en aras del crecimiento de la empresa. El objetivo de esta tesis es presentar metodologías de planteamiento de estrategias para mejorar la competitividad de las empresas pequeñas y medianas por medio de una reconceptualización de la competitividad empresarial.

Se planteó como hipótesis, con la lectura de este documento los micro, pequeños y medianos empresarios podrán conocer recomendaciones operativas de las diferentes áreas de sus empresas promoviendo valores de desarrollo y crecimiento que se traduzcan, con tiempo y esfuerzo, en armas y competencias que ayudarán a la empresa a cumplir con sus metas.

El desarrollo de este trabajo se basó principalmente en darle una visión más integral, funcional y pragmática a publicaciones de distintos autores y entidades con el fin último de crear una amalgama de concepto y conocimientos relacionados, los cuales han sido filtrados, ordenados y

acomodados, para ser más útiles, entendibles y sobre todo, causar el impacto necesario para quien resulte lector de este documento. Una de las conclusiones más relevantes es que este documento puede resultar de gran ayuda para aquellas empresas que deseen adquirir competitividad empresarial y con ella representar una mejor opción de consumo para todos sus clientes, actuales o potenciales, a la par de que ofrezcan mejores productos y servicios.

Quevedo (2011) en Ecuador; en su tesis “Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas” Que tiene como propósito principal de este trabajo hacer un análisis de la competitividad en el sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas en el Ecuador. Teniendo como objetivo principal analizar el sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas e identificar la ventaja competitiva del sector.

Para cumplir este propósito se realiza un estudio teórico de las cinco fuerzas de Porter y, a partir de una exploración e investigación del sector se logra un conocimiento claro sobre la realidad de las barreras contra la entrada y la salida de la industria, datos que permitieron conocer que tan rentable y riesgoso es este sector. La información utilizada para el desarrollo de esta investigación se obtuvo a través de encuestas, entrevistas, artículos relacionados, visitas de campo e interacción con algunos de los actores del sector estudiado. Además se realizó una revisión bibliográfica que da el sustento teórico a este trabajo.

Llegando a la conclusión que la especialización en esta industria logra una gran ventaja competitiva; el tener la capacidad de reproducir plantas a gran escala, de crear nuevas especies, de ser una autoridad en el tema, otorga un importante grado de poder dentro del sector. Para ser exportador y poder comercializar grandes volúmenes de plantas y flores es necesario contar con tecnología especializada, con procedimientos técnicos y específicos, con una infraestructura lo suficientemente grande para poder mantener por un largo período las plantas hasta su floración.

2.1.2. A nivel Nacional

La empresa peruana COSAPI S.A. dedicada a los servicios de ingeniería y construcción, dentro del marco de sus políticas de responsabilidad social empresarial asume el compromiso de un respeto sobre el medio ambiente sosteniendo que uno de sus objetivos es promover una gestión sostenible, generando el bienestar a los diferentes grupos de interés garantizando la conservación y permanencia de las fuentes de recursos naturales. Comprometidos con la preservación del medio ambiente en todas sus operaciones, han certificado sus planes y procedimientos de gestión ambiental bajo la norma ISO 14001 – 2004.

Cuentan con exigentes estándares ambientales, planes y procedimientos para la identificación de aspectos ambientales que puedan causar riesgos ambientales, medidas de control, monitoreo y respuesta ante emergencias. Asimismo al término de sus actividades se aseguran de realizar un

adecuado cierre ambiental y no afectar negativamente al medio ambiente como consecuencia de las operaciones. Gestión de Residuos, cuentan con rigurosas herramientas de gestión de residuos peligrosos y no peligrosos que aseguran una adecuada segregación, almacenamiento, traslado y disposición, de tal forma que no se altere o contamine al ambiente en las áreas de influencia directa donde operamos.

Programa de Reciclaje en oficinas. En 2011 implementaron programas de reciclaje de papel y tóneres en la sede central y el almacén central, con el apoyo de Aldeas Infantiles a través del programa “Recicla, cumple tu papel” y HP a través del programa “Planet Partners” respectivamente. También se ha implementado un depósito de pilas para que los empleados puedan deshacerse de estos residuos altamente contaminantes. De esta forma disminuyen el impacto de sus operaciones administrativas al medio ambiente.

Edificios Ecoeficientes. Cosapi está incursionando en el mundo de la construcción de edificaciones sostenibles. En el 2012 iniciaron los primeros proyectos que buscarán obtener la certificación LEED otorgada por el Green Building Council, y actualmente construyen la nueva sede del Banco de la Nación bajo esta modalidad. Asimismo, son miembros del Perú Green Building Council y como tal están comprometidos a promover la construcción sostenible.

Podemos notar con este ejemplo que en nuestro país, empresas dedicadas al rubro construcción, como la empresa que hemos estudiado en la presente tesis van adoptando criterios de respeto al medio ambiente porque sus directivos han comprendido que es un tema del cual no se puede hacer

caso omiso. El respeto por el medio ambiente siempre será bien aceptado por los stakeholders. En este caso el artículo obtenido de las políticas y valores de la empresa Cosapi S.A. hace mención a nuestra variable independiente.

Gustavo Loayza Acosta y Sonia Curasma Quispe, 2014, en Huancayo – Perú, en su investigación denominada Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo. Cuyo principal problema para los investigadores fue dar continuidad en la mejora del nivel competitivo de las empresas del sector textil con potencial exportador ya que no cuentan con colaboradores que puedan impulsar la viabilidad de un plan de mejora de la competitividad.

El estado a través de Promperú solo puede financiar asistencia técnica pero no la permanencia de los colaboradores que ayuden a la implementación de planes de mejora. Mientras tanto sus objetivos son los de determinar el nivel de competitividad de empresas del sector textil con potencial exportador de la provincia de Huancayo, Perú y promover el desarrollo de las áreas más críticas de gestión de las empresas objeto de estudio de acuerdo con el resultado del mapa de competitividad.

Cuya hipótesis es que organizando un triángulo macroeconómico conformado por el Estado, a través de Promperú, CERX Junín (Consejo Ejecutivo Regional de Exportaciones Junín) y la Organización Educativa Continental. A través de la interacción de las empresas, institución educativa y estado se buscará que las empresas exportadoras logren una gestión empresarial con resultados

continuos que impacten en el desempeño competitivo en mercados internacionales.

Los resultados fueron que las empresas incrementaron el nivel de competitividad de 2,96 a 3,67 puntos sobre un total de 5 puntos. El incremento porcentual por áreas fue de 60% a 73% en planeamiento estratégico, de 62% a 74% en producción y operaciones, de 64% a 76% en aseguramiento de la calidad, de 56% a 74% en comercialización, de 66% a 74% en contabilidad y finanzas, de 66% a 75% en recursos humanos, de 47% a 75% en gestión ambiental, y de 42% a 63% en sistemas de información.

En dicha investigación se utilizó el método de un diseño descriptivo. La recolección de datos fue a través de la aplicación del mapa de competitividad empresarial, que permitió obtener información del nivel de competitividad y productividad de la empresa. La muestra estuvo constituida por 15 empresas participantes en el Programa de Training en Gestión Exportadora (PTGE) de Promperú. Las mediciones se realizaron al inicio y al final, para luego determinar los respectivos diagnósticos de competitividad de la empresa.

Por último, concluyen que se incrementó la competitividad de las empresas, 18% en comercialización, 21% en sistemas de información y 28% en gestión ambiental, por citar las áreas donde se alcanzó un mejor desempeño.

La implementación de una cooperación tripartita entre estado, empresas e institución educativa dio como resultado un aumento de distintos aspectos de la competitividad de las

empresas del sector textil de Junín pertenecientes al Programa de Training en Gestión Exportadora (PTGE).

En Lima; Soto (2007) en su trabajo de investigación denominado la competitividad de la industria del calzado en el Perú y sus proyecciones en el mediano plazo (caso PYME Tobbex International y el papel de CITECCAL); teniendo como situación problemática la realidad de la industria del calzado. Si bien es cierto, las PYMES después que la actividad industrial del país ingresó a una severa crisis y recesión en el año 1973, han continuado con la actividad industrial, la gran mayoría de ellas no está formalizada.

De acuerdo con datos de PROMPEX, sólo el 18% de ellas posee RUC, el 78% están organizadas como "persona natural con negocio propio" y el 75% de las PYMES urbanas no cuenta con licencia de funcionamiento. Aun cuando con fecha 3 de julio del año 2003, entró en vigencia la nueva Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE), la mayoría de organizaciones micro empresariales aún no se han formalizado, razón por la cual, se requiere se adopten medidas complementarias a las ya establecidas, de manera que se coadyuve a mejorar los niveles de contribución tributaria y por ende, de producción de bienes y servicios. La industria del calzado, que depende de la producción de pieles tiene grandes perspectivas de crecimiento, debiendo para ello promover el incremento en los próximos cinco años de los niveles del hato ganadero peruano y de la producción de pieles, de manera que se forme una actividad en materia de producción de cuero y calzado creciente y altamente eficaz; y hacia ello se orienta el presente

trabajo de investigación, a través del cual se perfilarán las alternativas más convenientes para que la industria del calzado peruano, sea cada vez más competitiva.

Esta investigación tiene como objetivo Determinar, previo diagnóstico, las perspectivas que existen para promover el desarrollo y competitividad de la Micro y Pequeña Empresa del sector calzado, en función a las expectativas existentes sobre un inminente crecimiento comercial del Perú, determinado por las negociaciones y acuerdos comerciales que se vienen realizando a través del gobierno. Llegando a la conclusión que en el Sector Calzado, existe la empresa TOBBEX INTERNATIONAL S.A., que está demostrando que con una buena gestión de su gerencia general y de toda la organización, desde una pequeña empresa, se puede producir calzado de calidad, a precios competitivos, con la consiguiente aceptación del público usuario.

En Lima; Narciso (2011) en su investigación denominada de la micro competitividad a la competitividad nacional, el país en el último lustro ha experimentado un crecimiento promedio de 7 % anual, uno de los más altos de la región. Sin embargo este crecimiento no ha logrado disminuir las desigualdades, y los niveles de productividad del tejido empresarial son cada vez más pobres en comparación con los países más desarrollados.

En ese contexto la única manera de lograr mayores niveles de competitividad nacional es a través de elevar la competitividad de las empresas que conforman nuestro es articulado tejido empresarial, por lo que es importante reflexionar sobre los determinantes de la competitividad para

el grueso de las empresas, que viene a ser en este país: las micro y pequeñas empresas. Teniendo como objetivo determinar el proceso para llegar del micro competitividad a la competitividad nacional.

Utilizando el método de la revisión y análisis de los antecedentes de los últimos años, referidos a la competitividad nacional y la aplicación de entrevistas especializadas. En su investigación llega a 3 conclusiones importantes. La necesidad de mejorar nuestros niveles de competitividad como nación, nos lleva a buscar mejores niveles de productividad de nuestro tejido empresarial, sobre todo en los sectores de micro y pequeñas empresas. Las políticas de desarrollo de las Mypes son fundamental ya que no se concibe mejores niveles de competitividad para el país si su tejido empresarial no mejora sus niveles de productividad.

Es decir no hay competitividad si no hay productividad. La manera de generar competitividad nacional es fomentando la competitividad del tejido empresarial a través de intervenciones exógenas y endógenas que apunten a mejorar su productividad. De allí que es imprescindible generar la micro competitividad para pasar a la competitividad nacional.

2.1.3. A nivel Local

La Municipalidad Provincial de Chiclayo, 2012, en Chiclayo – Perú, en su Plan integral de gestión ambiental de residuos sólidos de la provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque cuyo problema es el

crecimiento de las poblaciones y por lo tanto el incremento de la cantidad de residuos sólidos. La gestión y el manejo de los residuos sólidos son de carácter trascendental para poder evitar diversos problemas tanto sociales como ambientales.

El considerable aumento, conlleva a que los gobiernos locales enfrenten dicho problema sin ninguna planificación, lo que trae por consecuencia la mala gestión de los residuos sólidos actual. Por lo tanto el objetivo es elaborar de manera concertada el diagnóstico de la gestión y manejo de residuos sólidos en la provincia de Chiclayo, con la finalidad de establecer un proceso de planificación con los involucrados en el sistema de gestión y manejo de residuos municipales a través de la formulación del Plan Integral de Gestión de Residuos Sólidos – PIGARS para la Provincia trayendo consigo el manejo adecuado de residuos sólidos de toda la Provincia.

La hipótesis del plan considera necesario afrontar las carencias en el manejo de los residuos con soluciones puntuales que vengán acompañadas con una sostenibilidad a medio y largo plazo y que no perjudiquen a la comunidad y/o terceras personas en los aspectos de salud y del medio ambiente. Es necesario que se asuman e internalicen medidas de planificación a futuro, medidas que permitan alcanzar un estándar ambiental adecuado en el manejo de residuos sólidos para todo el ámbito de la provincia.

Los resultados aún no son palpables en nuestra realidad ya que el plan no se ha llevado a cabo en su totalidad. El método con que se asume que logran llevar a cabo el plan con éxito es mediante la utilización y elaboración de instrumentos legales, institucionalidad y concertación, organización y participación activa de la población y por último, evaluación y monitoreo en base a indicadores. Por último el plan concluye que La provincia de Chiclayo, requiere de una estructura municipal que mejore progresivamente su gestión ambiental para el crecimiento y desarrollo de sus ciudades.

Es evidente que los funcionarios muestran conocimientos y decisión de mejorar el quehacer cotidiano del servicio de limpieza pública, sin embargo los niveles de registro de información sobre el servicio de limpieza pública son genéricos y heterogéneos, impidiendo en muchos casos disponer de información. Se elaboró el presente diagnóstico de manejo de residuos en el ámbito urbano de los distritos de la provincia, encontrándose que la generación total estimada de residuos sólidos municipales para el año 2012 es de 539.72 Ton/día.

Todas las municipalidades presentan un déficit de los servicios de almacenamiento público, recolección, transporte de los residuos sólidos. Ninguno de los distritos posee una infraestructura de disposición final de acuerdo a la normativa de DIGESA. Todas las municipalidades poseen un déficit financiero, a pesar que en algunas se realiza el cobro de tributos por concepto de limpieza pública, en muchos casos los presupuestos se plantean de

acuerdo a lo recibido por FONCOMUN, es decir no son estructurados de acuerdo a las necesidades del servicio.

Por lo tanto podemos decir que ciudades importantes de una nación como lo es nuestra ciudad; una que se ha convertido en un punto importante de intercambio comercial en el norte del país trae consigo mayor migración de personas del interior del país buscando mayores oportunidades por el dinamismo económico. De tal manera que al aumentar la densidad demográfica la relación es directa con el aumento de los residuos sólidos y nuestras autoridades deberán ejecutar un plan acorde a las dimensiones de esta necesidad, la de gestionar de manera adecuada los residuos sólidos de toda la ciudad.

2.2. Estado del arte

En Ecuador, Lucero (2014) manifestó sobre el sistema de gestión ambiental y la norma International Organization for Standardization (ISO) 14001:2004. Tuvo como objetivo principal diseñar un Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma International Organization for Standardization (ISO) 14001:2004 en el Bloque Tigüino que opera la empresa Petrobell Inc. Grantmining S.A., en la provincia de Orellana.

El autor manifiesta los problemas ambientales existentes en el Bloque Tigüino (los impactos negativos producido por la explotación del petróleo); además hace hincapié que el diseño de

un sistema de gestión ambiental permite mejorar el comportamiento ambiental de la empresa contribuyendo con mejorar la imagen corporativa generando responsabilidad social empresarial. Realizó una metodología tipo mixta, utilizó la técnica de la observación de procesos, entrevista a las autoridades de la institución.

Tuvo como conclusión el impacto significativo que más afecta al medio ambiente en el Bloque Tigüino es la contaminación al suelo por derrames de fluidos, aceites y por desechos sólidos; por lo cual se plantearon procedimientos operativos para minimizar, evitar y remediar dicha contaminación a través de un plan operativo de gestión ambiental basado en la norma International Organization for Standardization (ISO) 14001 y generar desarrollo sustentable en Tigüino.

Tuvo como recomendación realizar un plan de seguimiento a los procesos para evitar y/o controlar los principales problemas de contaminación provocados por sabotajes comunitarios, derrames en líneas de flujo, rebose de tanques, etc.

Jorge A. Oyarce, 2013, en Chile, en su investigación titulada Excelencia empresarial y competitividad: ¿una relación fructífera? sostiene que podemos entender por competitividad de una empresa a la capacidad que tiene la empresa de ofrecer productos y servicios que cumplan ciertos estándares de calidad de los mercados locales y mundiales a precios competitivos y que provean un adecuado retorno por los recursos empleados o consumidos en la producción de estos.

A nivel empresa, objeto de interés de este trabajo, podemos postular que las fuentes de competitividad de las

empresas son en consecuencia: la productividad, el firme compromiso, actitud y motivación de sus empleados, y acciones concretas de innovación.

2.3. Bases teórico científicas

2.3.1. Gestión Ambiental.

Definición

Según describe Blanco (2004), es obtener la sostenibilidad de nuestro planeta. Las empresas deben adaptarse a la variedad de externalidades que se presentan si desea sobrevivir a un mundo altamente competitivo. La creciente conciencia con referencia al impacto ambiental, ha resultado en una serie de iniciativas que las empresas están utilizando por mitigar su impacto.

2.3.2. Instrumentos de gestión ambiental

A continuación se muestran los principales instrumentos de gestión ambiental utilizados en pro de la conservación ambiental. Se describen las características principales de cada uno de los instrumentos mencionados.

Eco – Eficiencia

La eco-eficiencia es una filosofía gerencial, la cual promueve que las empresas sean más competitivas, más innovadoras y más responsables con el ambiente. Las bases de la eco-eficiencia son el producir más con menos. La reducción de desechos, minimización de energía y otros

recursos, son buenas tanto para el ambiente como para las empresas. La filosofía de la eco-eficiencia propone no utilizar soluciones al final de los procesos, las cuales son remediadoras, sino llevar a cabo ajustes en los sistemas, que buscan soluciones proactivas, o sea que pretenden prevenir que los daños ocurran.

Se han identificado siete elementos de la eco-eficiencia:

- a) Reducir el consumo de materias primas en la producción de los bienes y servicios.
- b) Reducir los niveles de consumo de energía en la producción de los bienes y servicios.
- c) Reducir la disipación de tóxicos.
- d) Aumentar la reciclabilidad de los materiales.
- e) Maximizar el uso de los recursos renovables.
- f) Extender la durabilidad de los productos.
- g) Incrementar la intensidad del servicio de los bienes y servicios.

Estudios de evaluación del impacto ambiental

Un estudio de impacto ambiental es el análisis de las posibles consecuencias ambientales de una actividad humana propuesta. Su fin específico es el tomar en cuenta los aspectos ambientales al planear e implementar proyectos de desarrollo. La función de los Estudios de Impacto Ambiental (EslA) es el evitar o minimizar los impactos negativos a la vez que se aumentan los positivos.

Algunos términos relacionados con los Estudios de Impacto Ambiental son:

1. Estudio de impacto ambiental (EIA, environmental impact assessment): es una actividad diseñada para identificar el impacto geobiofísico en el ambiente y en la salud humana; de propuestas legislativas, políticas, programas, proyectos y operaciones estándar. A su vez, es útil para interpretar y comunicar la información acerca de los impactos.
2. Reporte de impacto ambiental (EIS environmental impact statement): es el documento público que se obtiene en forma escrita en un formato específicamente definido por las autoridades nacionales o gobiernos locales.
3. Inventario ambiental (Environmental Inventory): es una descripción del ambiente que existe en determinada área en la cual se considera tomar algún tipo de acción.
4. Auditoría posterior a una construcción (Postconstruction audit): es un estudio que se lleva a cabo muchos años o incluso décadas luego de realizado el EslA para verificar la veracidad de las predicciones.

Eco-etiquetado

El eco-etiquetado es un sistema que cambia la estructura de incentivos en la industria, promueve la obtención de beneficios para que los productores, intermediarios, minoristas y los consumidores adoptemos una forma más responsable en nuestros hábitos de consumo. Una producción sostenible implica un uso responsable de los recursos y permite que los beneficios obtenidos sean a largo plazo manteniendo una alta productividad y respetando la

naturaleza. Algunos de los beneficios logrados a través de un eco-etiquetado son:

1. Traducir términos científicos complejos a un mensaje que pueda ser comprendido por el consumidor.
2. Asegura que los consumidores puedan realizar una escogencia con la información adecuada y con la convicción de que su escogencia ha tenido el mínimo impacto en los recursos naturales.
3. Diferenciar a los productores responsables y compensarles su esfuerzo.

Evaluación del ciclo de vida

La evaluación del Ciclo de Vida (ECV) es un proceso meta que estima las cargas ambientales asociadas con un producto, un proceso o una actividad. Funciona identificando la energía y los materiales utilizados y los desechos liberados al ambiente; también, evalúa e implementa las oportunidades de mejoras ambientales. La ECV fue inicialmente utilizada en los años 70 para minimizar el consumo energético. Luego se empleó para asignar los gastos generales. No ha sido sino recientemente que la ECV ha involucrado la vida completa del producto, en lo que se conoce como "de la cuna a la tumba".

La ECV es un estudio que contempla cada etapa en la vida de un producto, desde la extracción de la materia prima, la forma de producción hasta llegar a su uso final y su desecho. El análisis toma en consideración los impactos ambientales en

cada etapa. Un estudio detallado de ECV puede incluir: minería, técnicas forestales, uso del agua y energía, contaminación del aire y el agua, la producción de desechos sólidos y desechos peligrosos, daño causado durante el uso del producto (por ejemplo: automóviles, máquinas lavadoras), las reparaciones, la reciclabilidad y el desecho del producto al final de su vida útil.

Las ECV tienen muchas ventajas en comparación con las metodologías de auditorías:

1. Concentración en el producto y no en el sistema: esto facilita la medida directa del impacto en el ambiente. La estrategia ambiental puede estar ligada a la estrategia de mercadeo.
2. Extiende el análisis ambiental más allá de los sistemas de gestión ambiental.
3. La ECV asigna más importancia en el papel de diseño y rediseño, y en los desechos resultantes del proceso productivo. El uso y el desecho dependen del diseño original.
4. Puede ser utilizado como una herramienta gerencial para asistir en la minimización del impacto ambiental de los productos.

Programa de minimización de desechos

La minimización de desechos es una de las propuestas que realiza la tendencia de la eco-eficiencia. En el caso del programa de minimización de desechos: El cliente es el ambiente externo y los requisitos del cliente corresponden específicamente a la reducción de los recursos globales. Una metodología sistemática funciona muy bien. Aún las compañías más eficientes producen desechos. El costo real

de estos desechos se encuentra alrededor del 4% del volumen del negocio, pero con las herramientas adecuadas, esta cifra se puede reducir en una cuarta parte, con un ahorro significativo para la empresa.

Los ahorros pueden darse por ahorro en los costos operativos o por incremento del movimiento financiero de la empresa.

Si se desea implementar un programa de minimización de desechos, los pasos se explican de manera más detallada a continuación:

1. Delegar en alguien la responsabilidad del manejo de desechos: no tiene que ser un trabajo de tiempo completo.
2. Establecer la magnitud del problema de los desechos: determinar la cantidad de desechos que la compañía está produciendo y cuál es el costo anual en términos de materia prima y costos de disposición de esos desechos.
3. Establecer e implementar un sistema de auditoría: el sistema de auditoría debe ser capaz de establecer la cantidad de desechos que cada proceso/departamento está produciendo. Realizar auditorías regulares y guardar la información obtenida.
4. Analizar la información: elaborar un gráfico de cantidad de desechos vs. Producción total y otros desechos/producción vs mes de producción.
5. Considerar las opciones de minimización de desechos disponibles: identificar las oportunidades de reducción de desechos y priorizarlas.

6. Establecer un plan de acción: debe ser un plan que tenga metas reales y alcanzables y que la alta gerencia las apoye.

7. Implementar el plan de acción: se debe involucrar a todo el personal y capacitarlo para que comprendan los beneficios del programa y lo apoyen con retroalimentación.

8. Revisar el progreso: dar seguimiento comparando con las metas, inicialmente cada seis meses y luego anualmente.

Prioridades del programa

a). Prevenir los desechos: esto puede involucrar cambios en el proceso de operación, de producto o materias primas, para que el proceso principal produzca menos desechos.

b). Reducción de los desechos: esto puede significar el optimizar los procesos, mejor mantenimiento para evitar la generación innecesaria de desechos en el proceso existente.

c). Reúso de desechos y reciclaje: esta es la tercera opción una vez que las dos anteriores han sido examinadas. Se trata de obtener el mejor valor de sus productos de desecho que de otra forma se convertiría en un costo de botar los desechos.

Sistemas de gestión ambiental

Los Sistemas de Gestión Ambiental son implementados por compañías que quieren asegurar la mejora de su desempeño ambiental a través del tiempo. Los sistemas cubren las responsabilidades y tareas de todas las personas en la organización. A través de un sistema totalmente integrado, el cual es comprensivo, entendible y abierto, la degradación ambiental puede evitarse.

Existen muchos sistemas de gestión, entre los cuales podemos citar:

BS7750

El estándar británico BS7750, fue publicado en marzo de 1992 y fue el BS7750 El sistema de gestión ambiental en el mundo. Luego en 1994, fue adaptado para que fuera compatible con el estándar EMAS de la Comunidad Europea. El estándar está diseñado para que pueda ser utilizado en cualquier organización, así como en conjunto con otros estándares. No requiere cumplimiento más allá de la legislación y regulaciones existentes.

Eco-Management Audit Scheme (EMAS)

La primera propuesta de la Comunidad Económica Europea fue en 1993 y fue establecida como obligatoria. Sin embargo, el constante cabildeo por parte de la industria hizo que cambiara a una modalidad voluntaria en 1995. Las bases para la protesta de la industria era que fuera de la CEE, por lo cual estarían en una posición de baja competitividad. El EMAS está dirigido a compañías industriales, mientras que el BS7750 va dirigido a cualquier organización. EMAS consiste en 21 artículos y 5 anexos.

ISO 14000

El Consejo de Negocios presentó una inquietud a ISO (International Organization for Standardisation) referente a la necesidad de estandarizar los sistemas de gestión ambiental. Como resultado de esta iniciativa, la serie ISO 14000 fue desarrollada y presenta una perspectiva basada en los

sistemas que puede ser utilizada por cualquier organización para gestionar el impacto de sus actividades ambientales. (Blanco 2004p. 61 -76)

2.3.3. Marco legal de gestión ambiental en el Perú

En la Ley General del Ambiente – Ley N° 28611

Artículo I.- Del derecho y deber fundamental

Toda persona tiene el derecho irrenunciable a vivir en un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para el pleno desarrollo de la vida, y el deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental y de proteger el ambiente, así como sus componentes, asegurando particularmente la salud de las personas en forma individual y colectiva, la conservación de la diversidad biológica, el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y el desarrollo sostenible del país.

Artículo V.- Del principio de sostenibilidad

La gestión del ambiente y de sus componentes, así como el ejercicio y la protección de los derechos que establece la presente Ley, se sustentan en la integración equilibrada de los

aspectos sociales, ambientales y económicos del desarrollo nacional, así como en la satisfacción de las necesidades de las actuales y futuras generaciones.

Artículo IX.- Del principio de responsabilidad ambiental

El causante de la degradación del ambiente y de sus componentes, sea una persona natural o jurídica, pública o privada, está obligado a adoptar inexcusablemente las medidas para su restauración, rehabilitación o reparación según corresponda o, cuando lo anterior no fuera posible, a compensar en términos ambientales los daños generados, sin perjuicio de otras responsabilidades administrativas, civiles o penales a que hubiera lugar. (Perú. Ley General del Ambiente – Ley N° 28611).

2.3.4. Marco Sistemático

Certificación LEED Green Building Certification System

El sistema de certificación de construcciones sustentables LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) lo que en castellano quiere decir Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental, es un programa de certificación independiente para el diseño, la construcción y la operación de construcciones y edificios sustentables de alto rendimiento. Desarrollado en el año 2000 por el U.S. Green Building Council (USGBC), el consejo de construcción sustentable al nivel nacional para los Estados Unidos.

La certificación LEED está disponible para todos los tipos de construcción incluyendo: las construcciones

nuevas y las remodelaciones de gran magnitud, edificios existentes, los interiores comerciales, estructura y fachada, escuelas, centros de salud, establecimientos comerciales y el desarrollo de vecindades. Hasta la fecha, existen más de 4.5 mil millones de pies cuadrados de espacio de construcción con el sistema LEED. LEED es un sistema de puntos en el cual los proyectos de construcción obtienen puntos LEED por satisfacer criterios específicos de construcción sustentable. (U.S. Green Building Council org., 2000).

Norma Internacional ISO 14001

A medida que crece la preocupación por mejorar continuamente la calidad del medio ambiente, las organizaciones de todos los tipos y tamaños fijan su atención cada vez más en los impactos ambientales de sus actividades, productos y servicios. El desempeño ambiental de una organización es de importancia para las partes interesadas, internas y externas. El logro de un desempeño ambiental sólido requiere el compromiso de la organización con un enfoque sistemático y con la mejora continua de un sistema de gestión ambiental (SGA).

El propósito general de esta Norma Internacional es proporcionar asistencia a las organizaciones que deseen implementar o mejorar un sistema de gestión ambiental y con ello mejorar su desempeño ambiental. Es coherente con el concepto de desarrollo sostenible y compatible con diversas estructuras culturales, sociales, de la organización

y sistemas de gestión. Esta Norma Internacional puede ser usada por organizaciones de todos los tipos, tamaños y niveles de madurez en todos los sectores y lugares geográficos.

Se han incluido las necesidades especiales de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs); y esta Norma Internacional se adapta a sus necesidades y promueve el uso de un sistema de gestión ambiental. (ISO, norma 14001:2004)

2.3.5. Competitividad

La competitividad puede analizarse en varios niveles: nación, sector, región y empresa, a los efectos de esta investigación nos enfocaremos en empresa.

Definición de competitividad:

Para Michael Porter (1990) la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país. La competitividad, es diferenciarnos por nuestra calidad, por nuestras habilidades, por nuestras cualidades, por la capacidad que tengamos de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a nuestros clientes.

Ventajas competitivas

La estrategia competitiva o como aquella nos dice “como emprender acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en un sector industrial, para enfrentarse con éxito a las 5 fuerzas competitivas y obtener así una rentabilidad superior para la empresa”. Existen tres tipos de estrategias competitivas.

Liderazgo en costes

Suponen lograr una ventaja competitiva a través de una ventaja en costes, o sea, mediante unos costos lo más reducidos posible. De este modo, la empresa se situará en una posición de ventaja no solo frente a los competidores, si no también ante los proveedores y clientes. Para que esta estrategia sea factible se debe dar una serie de condiciones. Así, es preciso alcanzar una elevada cuota de mercado que posibilita la colocación de grandes volúmenes de productos.

Por otro lado, se debe conseguir una alta productividad de los factores que permite una reducción de los costes unitarios de producción. Se debe verificar un fuerte control de los costos a fin de eliminar o reducir los que no sean oportunos.

Las estrategias de liderazgo en costes permiten a la empresa situarse en una posición fuerte ante los competidores, dado que unos bajos costes le permite

disminuir preciso hasta anular el margen del competidor más próximo.

Frente a los proveedores, sus mayores márgenes y su mayor tamaño le situaran en condiciones de negociar.

Ahora bien, no todos son ventajas en la estrategia de liderazgo en costes. Esta estrategia, si se sigue de un modo continuo y no se toman constantemente las medidas necesarias para que sigan dando las condiciones antes descritas, pueden entrañar graves riesgos. Si la empresa no va adaptando su tecnología, niveles de productividad, etc., a las nuevas necesidades surgidas por cambios en tecnología, etc., corre el riesgo de ver como su ventaja en costes puede desaparecer si otro competidor incorpora tales cambios.

Además del peligro que se supone, para el éxito de este tipo de estrategias, no estar atento a las posibles obsolescencias de los procesos, existe el peligro de descuidar las posibles obsolescencias de los productos y nuevas expectativas de clientes.

Diferenciación

La estrategia de diferenciación persigue que la empresa en general, o alguna de sus elementos en particular (por ejemplo, productos, atención al cliente, tecnología, calidad), se han percibido como únicos, tanto por parte de los clientes como por parte, incluso de los proveedores.

La diferenciación, con respecto a los compradores, provoca una lealtad hacia la empresa, hacia los productos y servicio de esta, haciendo que la demanda sea menos sensible a variaciones en los precios.

Se debe enseñar que la estrategia de diferenciación normalmente impide o dificulta logra una elevada una elevada participación en el mercado. También esta estrategia puede ver su éxito limitado, a consecuencia, por ejemplo, de la imitación por parte de algún competidor, o de la evolución de las preferencias de los consumidores, o un desfase entre la “prima de precio” y la diferenciación aportada.

Segmentación o enfoque

Esta estrategia consiste en centrarse en un segmento de mercado. Se trata, pues, de reducir su ámbito de competencia. Una vez situado en una estrategia de nicho, esta puede ser o de liderazgo en costes o diferenciación. Por uno u otro medio (liderazgo en costes o diferenciación), la empresa pretende conseguir una ventaja competitiva en el segmento o nicho en el que compite. Así pues la estrategia de nicho goza de las ventajas e inconvenientes de la estrategia de liderazgo en costes o la diferenciación, y sus riesgos son los inherentes a la validez temporal de la segmentación de mercado. (Porter, M 1990; p. 41)

Las 5 Fuerzas competitivas que moldean la estrategia.

La estructura saludable de una industria debería ser un aspecto competitivo a tener en cuenta por los

estrategas, al igual que la posición de su empresa. Esta comprensión de la estructura de una industria también es fundamental para lograr un posicionamiento estratégico efectivo. Defenderse de las fuerzas competitivas y moldearlas en beneficio de la propia empresa son aspectos cruciales de la estrategia. A continuación se describe cada una de las fuerzas.

Amenaza de entrada

Los nuevos aspirantes a entrar en una industria aportan una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado que ejerce presión en los precios, los costes y el índice de inversión necesario para competir. En especial, cuando los nuevos aspirantes proceden de otras industrias y deciden diversificarse, pueden influir en la capacidad existente y en los flujos de liquidez para estimular la competitividad. Así pues, la amenaza de entrada marca un límite al potencial de beneficios de una industria. Cuando la amenaza es real, los miembros deben reducir los precios o incrementar la inversión para detener a los nuevos competidores. La amenaza de entrada en una industria depende de lo elevadas que sean las barreras de acceso y de la reacción que pueden esperar los aspirantes por parte de los miembros establecidos.

Barreras de entrada

Son ventajas de las que gozan los miembros establecidos en comparación con los nuevos aspirantes. Existen siete fuentes principales:

1. Economías de escala por parte de la oferta.

2. Beneficios de escala por parte de la demanda.
3. Costes por el cambio de clientes.
4. Requisitos del capital
5. Beneficios para los miembros independientes del tamaño.
6. Acceso desigual a los canales de distribución.
7. Política restrictiva del gobierno.

Las barreras de entrada deben evaluarse en relación a las capacidades de los posibles aspirantes, que pueden ser start-ups, empresas extranjeras o compañías de industrias relacionados.

La influencia de los proveedores

Los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado, limitar la calidad o los servicios o al traspasar sus costes a los participantes de la industria. Los proveedores poderosos, incluidos los que proporcionan mano de obra, pueden sacar la máxima rentabilidad de una industria que no pueda traspasar un incremento del coste al precio final.

Las empresas dependen de una amplia variedad de grupos distintos de proveedores. Un grupo de proveedores es influyente si:

- a. Está más concentrado que la industria a la que vende.
- b. El grupo de proveedores no depende demasiado de la industria para obtener beneficios. Los proveedores que sirven a muchas industrias no dudarán en extraer el máximo rendimiento de cada una de ellas. Si una industria

en concreto acoge a un segmento importante del volumen o beneficio de un grupo de proveedores, entonces estos querrán proteger la industria mediante precios razonables y participaran en actividades de investigación y desarrollo o incluso en campañas de presión política.

c. Los participantes de una industria se enfrentan a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables.

d. Los proveedores ofrecen productos que están diferenciados entre sí.

e. No existe sustitutivo alguno del producto que ofrece el grupo proveedor.

f. El grupo proveedor puede amenazar, de forma creíble, con integrarse a la industria. En este caso, si los participantes de la industria ganan más dinero que los proveedores, estos se sentirán atraídos hacia ese mercado.

La influencia de los compradores

Los clientes influyentes pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones (lo cual hace subir los costes) y enfrentando en general a los distintos participantes en una industria. Todo ello a costa de la rentabilidad de una industria. Los compradores son poderosos si cuentan con influencia negociadora sobre los participantes en una industria, especialmente si son sensibles a los precios, porque emplean ese peso para ejercer presión en la reducción de precios. Al igual que los proveedores, pueden existir distintos grupos de clientes que difieran en su

capacidad de negociación. Un grupo de clientes ejerce influencia negociadora si:

1. Existen pocos compradores, o si cada uno compra en volúmenes grandes en comparación al tamaño de un solo vendedor. Los compradores a gran escala son especialmente influyentes en industrias con costes fijos elevados.
2. Los productos de la industria están estandarizados o no se diferencian entre sí. Si los compradores creen que siempre pueden encontrar un producto equivalente, entonces tienden a comparar y a enfrentar a los distintos vendedores.
3. Los compradores se enfrentan a pocas variaciones en los costes al cambiar de vendedor.
4. Los compradores pueden amenazar con retirarse y producir ese mismo producto si los vendedores son demasiado rentables.

La amenaza de los sustitutos

Un sustituto realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera. Los sustitutos siempre están presentes, pero es fácil que los pasemos por alto porque pueden parecer muy distintos al producto del sector. Cuando la amenaza de sustitutos es elevada, la rentabilidad de la industria se reduce por ello. Los productos o servicios sustitutos limitan el potencial de rendimiento de una industria al colocar un techo en los precios. La amenaza de un sustituto es elevada si:

- a. Ofrece una atractiva equiparación entre precio y prestaciones al producto de la industria. Cuanto mejor es el valor relativo del sustituto, más estrecho es el margen de posible beneficio en una industria.
- b. Para el comprador, el coste de pasarse a un producto sustituto es muy bajo.

Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio. Una rivalidad elevada limita el rendimiento de una industria. El grado por el cual la rivalidad hace descender el potencial de beneficio de una industria depende, en primer lugar, de la intensidad con la que las empresas compiten, segundo, de la base sobre la que están compitiendo. La intensidad de la rivalidad es mayor si:

- a. Los competidores son numerosos o muy parecidos en tamaño e influencia. En estos casos, los rivales tienen dificultades para evitar interferir en sus asuntos. Sin un líder de industria, las prácticas deseables para el sector en cuestión no se aplican.
- b. El crecimiento de la industria es lento. El crecimiento lento precipita la lucha por la cuota de mercado.
- c. Las barreras de salida son elevadas. Las barreras de salida, que son la otra cara de la moneda de las barreras de entrada, surgen cuando se tienen bienes altamente especializados o por la devoción de los directivos por un negocio en concreto. Estas barreras mantienen a las

empresas en el mercado aunque no obtengan beneficios óptimos. La capacidad de excedentes sigue activa, y la rentabilidad de los competidores sanos se resiente a medida que los enfermos se aferran a lo conocido.

d. Los rivales están altamente comprometidos con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo, en especial si cuentan con objetivos que van más allá de la rentabilidad económica en una industria determinada.

e. Las empresas no pueden interpretar adecuadamente las señales de los demás por falta de familiaridad con los contrincantes, los distintos enfoques de la competitividad u objetivos diferentes.

f. La fuerza de la rivalidad refleja no solo la intensidad de la competencia sino también la base sobre la que se asienta.

g. Las dimensiones sobre las que se produce la competencia, siempre y cuando los rivales converjan para competir en las mismas dimensiones, ejerce una gran influencia en la rentabilidad.

2.3.6. Gestión ambiental y competitividad.

Según Michael Porter “las soluciones que protegen el medio ambiente pueden a la vez apoyar la competitividad de las empresas, o sea pueden ser soluciones gana – gana” sus principales argumentos son:

1. Los estándares ambientales diseñados apropiadamente pueden motivar innovaciones que permitan bajar costos o mejorar su calidad.

2. Normalmente la polución es un síntoma de ineficiencia en la utilización durante el procesamiento de las materias primas. Si se toman medidas para prevenir estas ineficiencias no sólo favorecerá al medio ambiente, sino que disminuirán los costos.
3. Desde un punto de vista más general, una mejora en la productividad de los recursos puede llevar al uso de materiales menos costosos o mejor utilizados.
4. En ocasiones esta búsqueda e innovación en productos menos impactantes al ambiente, pueden llevar también a mejoras en la productividad, en los tiempos de entrega y mejora de la calidad.
5. Una mejora en la productividad de los recursos puede llevar al uso de materiales menos costosos o mejor utilizados.
6. Otras funciones de exigencia ambiental dirigidas a mejorar la forma de reciclaje de los productos, han llevado a reducir los costos de materia prima de las empresas. Por otro lado muchas compañías están innovando para desarrollar procesos o productos más agradables al ambiente, que les permita abrir nuevos mercados, o acceder a permisos o ventajas comerciales.
7. La concepción de que el tema ambiental es demasiado costoso para las empresas, se debe a que no han enfocado el desarrollo y la innovación en los términos enunciados, sino han dedicado sus esfuerzos a confrontar o eludir el cumplimiento de las normas.

2.4. Definición de la terminología

Definición de gestión ambiental

Según Pousa & Ideas propias Editorial (2006) la gestión ambiental es el conjunto de acciones dirigidas a lograr la máxima racionalidad en el proceso de decisión a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente, basándose en una información multidisciplinaria ciudadana coordinada. Es decir, es un balance entre la calidad del ambiente humano y la calidad del ambiente natural. Además es una herramienta para la toma de decisiones de las organizaciones. (Ramírez, 2014 p. 63)

Según La ley general del medio ambiente N° 28611 nos dice lo siguiente: en el artículo 13.- Del concepto: La gestión ambiental es un proceso permanente y continuo, constituido por el conjunto estructurado de principios, normas técnicas, procesos y actividades, orientado a administrar los intereses, expectativas y recursos relacionados con los objetivos de la política ambiental y alcanzar así, una mejor calidad de vida y el desarrollo integral de la población, el desarrollo de las actividades económicas y la conservación del patrimonio ambiental y natural del país. (Perú. Ley General del Ambiente – Ley N° 28611 p.27).

Definición de desarrollo sostenible

El concepto de Desarrollo Sostenible surge en el Informe Brundtland de la ONU en el año 1987 y se define como aquel que permite “satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas” dicho concepto implica desde una perspectiva ambiental, reformular las prácticas de producción y consumo a nivel mundial. (Guía de buenas prácticas ambientales para obras en construcción, 2009 p.11)

Definición de construcción sostenible

Una construcción sostenible se desempeña mediante el conocimiento y la adopción de técnicas que mejoren la eficiencia en los procesos constructivos, velando por un entorno saludable para las personas y tendiendo al desarrollo sostenible. (Guía de buenas prácticas ambientales para obras en construcción, 2009 p.12)

Definición de impacto ambiental

El impacto ambiental se puede definir como una acción o actividad que produce una alteración, favorable o desfavorable, en el medio ambiente o en alguno de los componentes del mismo. Los impactos positivos o favorables pueden ser la generación de empleo, la revalorización de zonas por emprendimientos que mejoran las condiciones ambientales de la población circundante e implican la adecuación de infraestructura en abastecimiento de bienes y servicios, entre otros. Los impactos negativos o desfavorables son los que actúan sobre el medio ambiente físico, biótico y social al producirse contaminación y degradación del entorno. (Guía de buenas prácticas ambientales para obras en construcción, 2009 p.12)

Definición de sistemas de gestión ambiental (SGA)

El sistema de gestión ambiental es aquella parte del sistema general de gestión que comprende la estructura organizativa, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para determinar y llevar a cabo la política ambiental. Un sistema de gestión ambiental (SGA) permite a una organización alcanzar y mantener un funcionamiento de acuerdo con las metas que se ha

establecido, y dar una respuesta eficaz a los cambios de las presiones reglamentarias, sociales, financieras y competitivas, así como a los riesgos ambientales. Por lo tanto aportará la base para encausar, medir y evaluar el funcionamiento de la empresa, con el fin de asegurar que sus operaciones se lleven a cabo de una manera consecuente con la reglamentación aplicable y con la política ambiental que la empresa ha definido. (Paredes, 2004 p. 24)

Definición de Competitividad.

Bueno (1987), “la competitividad es un término que refleja un conjunto de condiciones y actividades necesarias para que su titular o poseedor pueda continuar generando rendimientos positivos y detectando posiciones ventajosas frente a sus contrincantes o competidores”. p. 11

Comisión Europea (1999). Define a la competitividad como: la habilidad de las compañías, industrias., regiones, naciones, y regiones supranacionales de generar niveles relativamente altos de ingresos y empleo. A la vez que se ven expuestas a la competencia internacional.

Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO, 2005), “una empresa llega a ser competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios, cuyos costos y calidades son equiparables o mejores a los de sus competidores en el resto del mundo”.

Mejía (2003), “la competitividad empresarial significa lograr una rentabilidad igual o superior a los rivales en el mercado. Si la rentabilidad de una empresa, en una economía abierta, es inferior a la de sus rivales, aunque tenga con qué pagar a sus

trabajadores, proveedores y accionistas, tarde o temprano será debilitada hasta llegar a cero y tornarse negativa”.

Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay (2006), “la competitividad es la capacidad que muestra una empresa para mantener o acrecentar su cuota en el mercado. El fenómeno que se quiere medir es el resultado comparado de su acción en los mercados”

Baños y Sánchez (2006) “el éxito competitivo de una empresa depende de su capacidad para conseguir una posición competitiva favorable, mantener y aumentar su posición en el mercado y obtener unos resultados superiores sin necesidad de recurrir a una remuneración anormalmente baja de los factores de producción”.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE (1990), Competitividad de un país es el grado en que, bajo condiciones de libre mercado, produce bienes y servicios que superan los test de los mercados internacionales, a la vez que simultáneamente mantiene y expande la renta real de sus ciudadanos. Competitividad es la base del nivel de vida de una nación. Es además fundamental para la expansión de las oportunidades de empleo y para que un país pueda hacer frente a sus compromisos internacionales. p. 9

Real Academia Española (1992). “Contender dos o más personas entre sí, aspirando unas y otras con empeño a una misma cosa. 2.- Igualar una cosa a otra análoga, en la perfección o en las propiedades”. p. 523

Segura, (1993), "Son competitivas o no lo son las empresas. Cuando se dice que un sector o un país es competitivo,

lo que se quiere indicar es que la mayoría -o algo similar a la media- de las empresas que operan en dicho sector, o tienen nacionalidad común, tienen un alto grado de competitividad relativa"

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se presenta el proceso de la investigación. El tipo y diseño de la investigación; la población y muestra empleada; la hipótesis de investigación; la operacionalización, los métodos, técnicas e instrumentos para la recolección de datos y el método de análisis de datos obtenidos. También señala el análisis estadístico e interpretación de los datos; los criterios éticos y por último, el criterio de rigor científico.

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

El tipo de investigación utilizado fue, según su enfoque, cuantitativa. Porque:

Se caracteriza por utilizar métodos y técnicas cuantitativas y por ende tiene que ver con la medición, el uso de magnitudes, la observación y medición de las unidades de análisis, el muestreo, el tratamiento estadístico. Este enfoque o perspectiva fue desarrollado por Augusto Comte, Emilio Durkheim y Herbert Spencer (...)

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos y el análisis de los mismos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis formuladas previamente, además confía en la medición de variables e instrumentos de investigación, con el uso de estadística descriptiva (...) (Ñaupas, et al. 2014 p.97)

Se utilizó éste enfoque de la investigación tal cual lo mencionan los autores, utilizando los respectivos

instrumentos de medición para obtener resultados fehacientes sobre nuestro estudio y así se pudo corroborar la veracidad de la hipótesis planteada. No olvidemos que el objetivo de la investigación de un enfoque cuantitativo será explicar y probar la hipótesis mientras que el enfoque cualitativo es de solamente comprensión, interpretación y reconstrucción de los hechos.

Según el tiempo de ocurrencia fue prospectivo.

Según el número de variables, ésta investigación fue correlacional.

“Trabajan con dos variables: independiente y dependiente, son investigaciones de causa a efecto o de relación entre una variable y otra. En el primer caso estamos ante investigaciones explicativas y en el segundo antes investigaciones correlacionales.”
(Ñaupas et al. 2014 p. 102)

Como lo mencionan los autores, se trabajó frente a un tipo de investigación correlacional porque buscamos la relación que existe entre la variable independiente, gestión ambiental, y la variable dependiente que es competitividad. Cabe resaltar que a su vez a esto se le denomina una investigación bivariada según el número de variables.

Según el nivel de orientación, fue aplicada porque:

“Es aquella que está orientada a resolver objetivamente los problemas de los procesos de producción, distribución, circulación, y consumos de bienes y servicios, de cualquier actividad humana,

principalmente del tipo industrial, infraestructural, comercial, comunicacional, servicios, etc.” (Ñaupas et al. 2014 p. 93)

3.1.2. Diseño de la investigación:

En cuanto al diseño de la presente investigación fue no experimental, ya que:

Para Ñaupas et al (2014) se utiliza una muestra (M), la observación o medición de una variable (O), además de ello existe un tiempo en el que transcurre la investigación (T) y por último, el coeficiente de correlación (r).

Al no ser un experimento, aquí no se manipula o controla ninguna de las variables ni se obtiene variaciones mediante esta manipulación. (p. 331-341)

Y a su vez fue transversal o transaccional porque se recogió la información en un solo tiempo, en este caso, en un año aproximadamente.

Ñaupas et al (2014) “Se utiliza investigaciones transversales, en vez de hacer un seguimiento de una variable, durante 5 o más años, se estudia esa variable simultáneamente en un solo año.” (p. 343)

3.2. Población y muestra

Según Icart, Fuentelsaz & Pulpón (2001) determinaron que la población es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades las que se desea estudiar.

Por ser una población finita se tomó, a la vez, como muestra a toda la población total. Considerándose como muestra no probabilística por conveniencia.

3.2.1. Población

La Población constó de (40) personas divididas entre directivos (3), trabajadores (25) y clientes (12).

3.2.2. Muestra

La muestra estuvo representada por (40) personas divididas entre directivos (3), trabajadores (25) y clientes corporativos (12).

3.3. Hipótesis

H.1. Si existe relación entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A. – Lima.

H.0. No existe relación entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A. – Lima.

3.4. Variables

Variable independiente

Gestión Ambiental

Según describe Blanco (2004), es obtener la sostenibilidad de nuestro planeta. Las empresas deben adaptarse a la variedad de externalidades que se presentan si desea sobrevivir a un mundo altamente competitivo. La creciente conciencia con referencia al impacto ambiental, ha resultado en una serie de iniciativas que las empresas están utilizando por mitigar su impacto.

Variable dependiente

Competitividad

Para Michael Porter (1990) la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país. La competitividad, es diferenciarnos por nuestra calidad, por nuestras habilidades, por nuestras cualidades, por la capacidad que tengamos de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a nuestros clientes.

3.5. Operacionalización de las variables

Tabla 3.5.1. Operacionalización de la variable independiente

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICES	
VARIABLE INDEPENDIENTE	GESTION AMBIENTAL (BLANCO 2004)	ECO-EFICIENCIA	La empresa se preocupa por reducir el uso de materia prima para preservar el medio ambiente.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa minimiza la energía eléctrica durante el desarrollo de una obra para lograr la eco-eficiencia.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa reduce la disipación de tóxicos que pueden afectar al medio ambiente.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa cuenta con un plan que aumente la reciclabilidad de los materiales.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa hace uso de los recursos renovables (energía eólica, solar, hidráulica, etc.)	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa se preocupa por extender la durabilidad de los productos para no volverse obsoletos en el corto tiempo.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
		PROGRAMA DE MINIMIZACION DE LOS DESECHOS	La empresa tiene conocimiento de la cantidad de desechos que produce.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa cuenta con un plan que ayude a prevenir la cantidad de desechos excesivos.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa cuenta con un programa para reducir los desechos.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa hace re-uso de desechos.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
		SISTEMAS DE G.A.	La empresa recicla desperdicios renovables.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa lleva a cabo algunas prácticas de gestión ambiental especificadas en la Norma ISO 14001.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			La empresa cuenta con la Norma ISO 14001	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)

Tabla 3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	DIFERENCIACION	La empresa es competitiva diferenciando su producto.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
		La empresa es competitiva diferenciando su tecnología.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
		La empresa es competitiva diferenciando la calidad de sus procesos.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
	LIDERAZGO EN	La empresa es competitiva por ser líder en costos bajos.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
	INFLUENCIA DE LOS PROVEEDORES	Los proveedores ofrecen productos que están diferenciados entre sí.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
		No existe sustituto alguno del producto que ofrece el grupo proveedor.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
	COMPETITIVIDAD (PORTER 1990)	Los participantes de la industria se enfrentan a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
		INFLUENCIA DE LOS COMPRADORES	Los productos de la industria están estandarizados o no se diferencian entre sí.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
		AMENAZA DE LOS SUSTITUTOS	Los compradores amenazan con retirarse y producir ese mismo producto si los vendedores son demasiado rentables.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
			Los productos sustitutos ofrecen una atractiva equiparación entre precio y prestaciones al producto de la industria.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)
		Para el comprador, el coste de pasarse a un producto sustituto es muy bajo.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
	RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES	Los competidores son numerosos o muy parecidos en tamaño e influencia.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
		Los rivales están altamente comprometidos con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	
		Las barreras de salida son elevadas.	Definitivamente Si (5), Probablemente Si (4), Indeciso (3), Probablemente No (2), Definitivamente No (1)	

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Métodos de investigación

En la presente investigación el método utilizado fue el deductivo.

“El método hipotético deductivo consiste en ir de la hipótesis a la deducción para determinar la verdad o falsedad de los hechos, procesos o conocimientos mediante el principio de falsación” Ñaupas et al. (2013)

3.6.2. Técnicas de recolección de datos

En la investigación se aplicó la encuesta para la obtención de datos de la muestra determinada. Según Díaz (2001) manifiesta que la encuesta es una búsqueda sistémica de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que se desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante una evaluación datos agregados.

3.6.3. Instrumento

Se utilizó el Cuestionario. De acuerdo a Canales (2006) manifestó que el cuestionario es un instrumento diseñado para dirigir una conversación horizontal, en que uno de los participantes (encuestador) cumple el rol de formular las preguntas preestablecidas y presentar las opciones de respuesta, mientras que el sujeto encuestado sólo escoge sus respuestas en función de las posibilidades que se le presentan.

El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue el cuestionario con escala tipo Likert.

El cuestionario para la recolección de datos estuvo estructurado por 27 ítems para medir la variable independiente (Gestión ambiental) y la dependiente (Competitividad)

Tabla 3.6.3.1

Estructura dimensional de las variables de estudio

VARIABLE	DIMENSIÓN		ITEMS
GESTION AMBIENTAL	Eco-eficiencia	6	1 - 6
	Programa de minimización de los desechos	5	7 - 11
	Sistemas de G.A.	2	12 - 13
COMPETITIVIDAD	Diferenciación	3	14 - 16
	Liderazgo en costos	1	17
	Influencia de los proveedores	3	18 - 20
	Influencia de los compradores	2	21 - 22
	Amenaza de los sustitutos	2	23 - 24
	Rivalidad entre competidores existentes	3	25 - 27

Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 3.6.3.2

Puntuación de los ítems de las escala de Likert

PUNTUACIÓN	DENOMINACIÓN	INICIAL
1	Definitivamente No	DN
2	Probablemente No	PN
3	Indeciso	I
4	Probablemente Si	PS
5	Definitivamente Si	DS

Fuente: *Elaboración propia.*

3.7. Procedimiento para la recolección de datos

La recolección de datos es un proceso meticuloso y difícil, pues requiere un instrumento de medición que sirva para obtener la información necesaria para estudiar un aspecto o el conjunto de aspectos de un problema.

Para la recolección de datos se siguió el siguiente procedimiento:

- a) Se solicitó autorización al Gerente General de Corporación Saeta S.A. para obtener su consentimiento informado.
- b) Se aplicó la encuesta con su cuestionario a los trabajadores y clientes de Corporación Saeta S.A.

La fecha de aplicación fue llevada a cabo a inicios del semestre 2015 II. Entre los meses de Agosto y Setiembre.

3.7.1. Instrumentos de recolección de datos.

Para la siguiente investigación se utilizó el siguiente instrumento para corroborar las técnicas de recolección de datos propuestas anteriormente.

a) Cédula del cuestionario

“Es una o más hojas impresas, que contienen las preguntas, reactivos o ítems referidos a las hipótesis, variables, dimensiones e indicadores identificados en la matriz de operacionalización de las variables.” Ñaupas et al. (2013)

3.8. Análisis estadístico e interpretación de los datos

Los datos fueron procesados en el paquete estadístico para las ciencias sociales IBM SPSS versión 22, que permitió su presentación a través de sus gráficos, tablas y figuras. Para probar la hipótesis se usó la prueba estadística Ji cuadrada o Chi cuadrada ya que es una prueba estadística no paramétrica que evalúa la hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas. (Hernández, Fernández, & Baptista. 2010).

3.9. Principios Éticos

Respeto a la dignidad humana: Este principio reconoce dos convicciones éticas: la autonomía y la protección de aquellos cuya autonomía está de algún modo disminuida. Una persona autónoma es un individuo que tiene la capacidad de deliberar sobre sus fines personales, y de obrar bajo la dirección de esta deliberación. Y

Respetar la autonomía significa dar valor a las consideraciones y opciones de las personas autónomas, y abstenerse a la vez de poner obstáculos a sus acciones a no ser que éstas sean claramente perjudiciales para los demás. Hernández et al. (2010)

Teniendo en cuenta la apreciación antes mencionada, las estrategias que se emplearon para hacer prevalecer este principio fueron: los participantes no fueron obligados de ninguna manera a participar si no lo deseaban, los investigadores explicaron detalladamente todos los aspectos de la investigación: objetivos, procedimiento de recolección de información, observación y encuesta; la información que obtenida se utilizó rigurosamente para fines de la investigación y no fueron dados a conocer a personas ajenas a la investigación vigilándose en todo momento los datos personales de las personas involucradas (confiabilidad y anonimato).

3.10. Criterios de rigor científico

i) Validez: Se logró por la aplicación de instrumentos válidos y confiables. Por lo tanto se aplicó las técnicas e instrumentos ya antes mencionadas. Para determinar la fiabilidad de los instrumentos, se obtuvo las preguntas utilizando la operacionalización de las variables de forma que las variables que se estudian sean relevantes y abarquen todas las dimensiones que incorporan las preguntas de la investigación.

ii) Generalizabilidad: Para asegurar este criterio, los investigadores tomaron una muestra representativa de la población de estudio, obteniendo la muestra indicada y suficiente para obtener resultados confiables.

iii) Fiabilidad: Para la medición se aplicó el cuestionario con la escala de Likert. Se obtuvo un nivel de confiabilidad mediante Alfa de Cronbach. Del mismo modo se obtuvo una validez de contenido mediante criterio de expertos; donde se evaluó cada una de las preguntas del instrumento validado

iv) Replicabilidad: Para fines de investigaciones futuras se describió minuciosamente el procedimiento de recolección y procesamiento de la información, de tal manera que la trayectoria pueda ser seguida por otros investigadores.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS
RESULTADOS

En este capítulo se constituye la presentación y análisis de los resultados en tablas y figuras, igualmente se reporta los resultados con su análisis respectivo y los promedios de las variables. También se señala la hipótesis, la prueba de normalidad, la descripción del programa de cambio mediante la propuesta básica.

4.1. Resultados en tablas y figuras

Bernal (2010) nos dice que una vez procesados los datos por medios estadísticos, se obtienen unos resultados que deben ser analizados e interpretados o discutidos.

El análisis de resultados consiste en interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, hipótesis y/o preguntas formuladas y las teorías o presupuestos planteados en el marco teórico, con la finalidad de evaluar si confirman las teorías o no, y se generan debates con la teoría existente.

(...) en el análisis también debe mostrarse si el estudio respondió o no a las hipótesis o preguntas planteadas para desarrollar los objetivos del estudio. El análisis y la discusión de los resultados es el aspecto más importante que se va a tener en cuenta en toda la investigación; sobre él deben hacer énfasis los jurados evaluadores del informe final presentado por los investigadores.

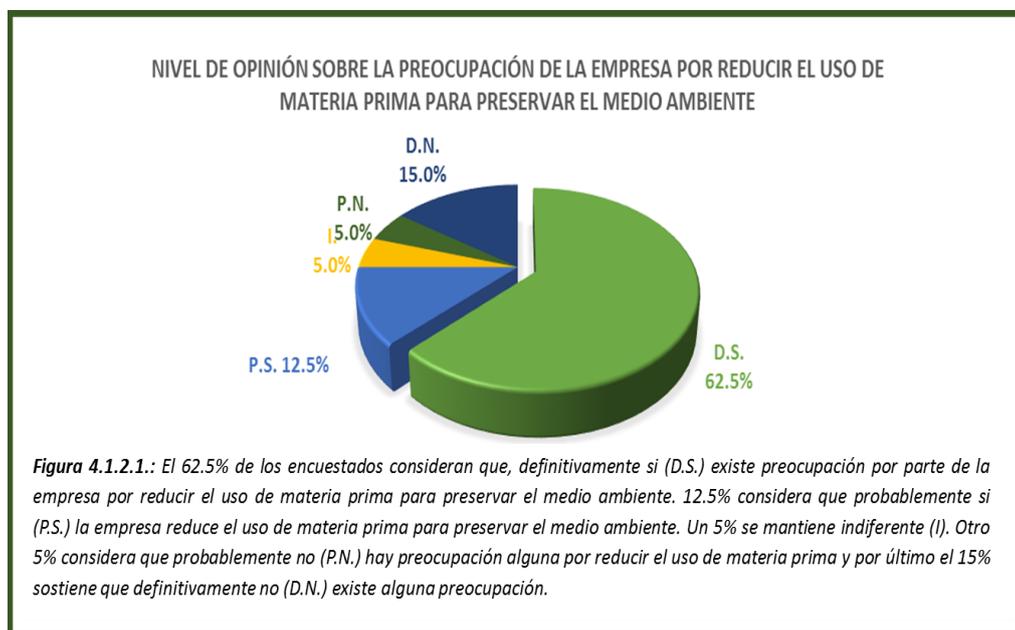
Por otro lado, Hernández, Fernández & Baptista (2010) mencionan que el proceso de selección elaboración y prueba debe atender a dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. La confiabilidad se determina mediante diversas técnicas y se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados.

4.1.2. Resultado del test por ítems

Tabla 4.1.2.1 Opinión sobre la preocupación de la empresa por reducir el uso de materia prima para preservar el medio ambiente.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa se preocupa por reducir el uso de materia prima para preservar el medio ambiente?	25	5	2	2	6	40
PORCENTAJE	62.50%	12.50%	5%	5%	15%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

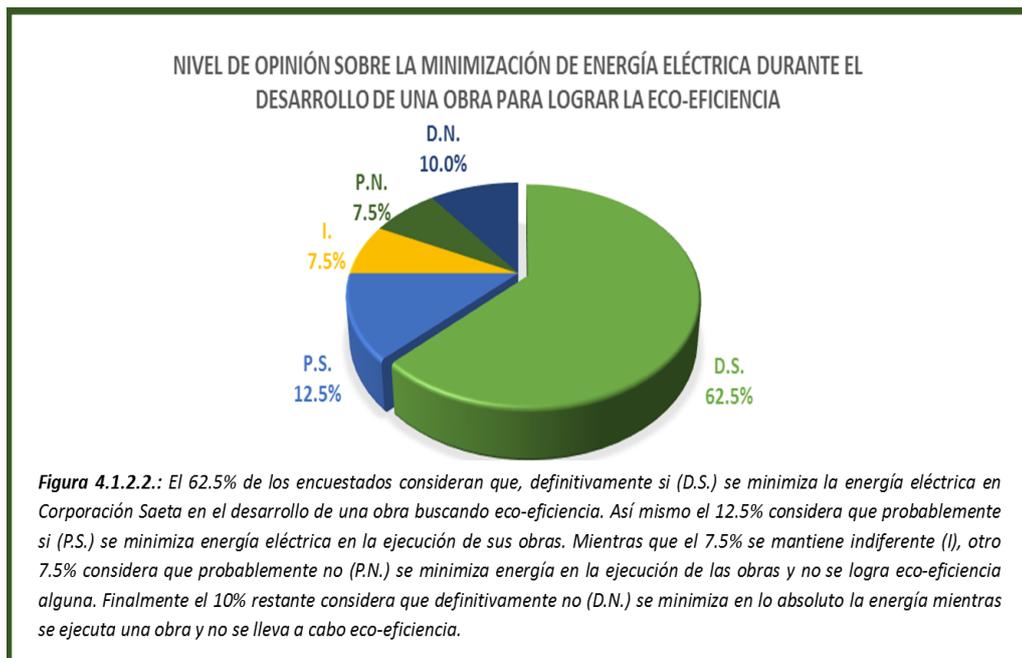


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.1

Tabla 4.1.2.2. Opinión sobre la minimización de energía eléctrica durante el desarrollo de una obra para lograr eco – eficiencia.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa minimiza la energía eléctrica durante el desarrollo de una obra para lograr la eco-eficiencia?	25	5	3	3	4	40
PORCENTAJE	62.50%	12.50%	7.5%	7.5%	10%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

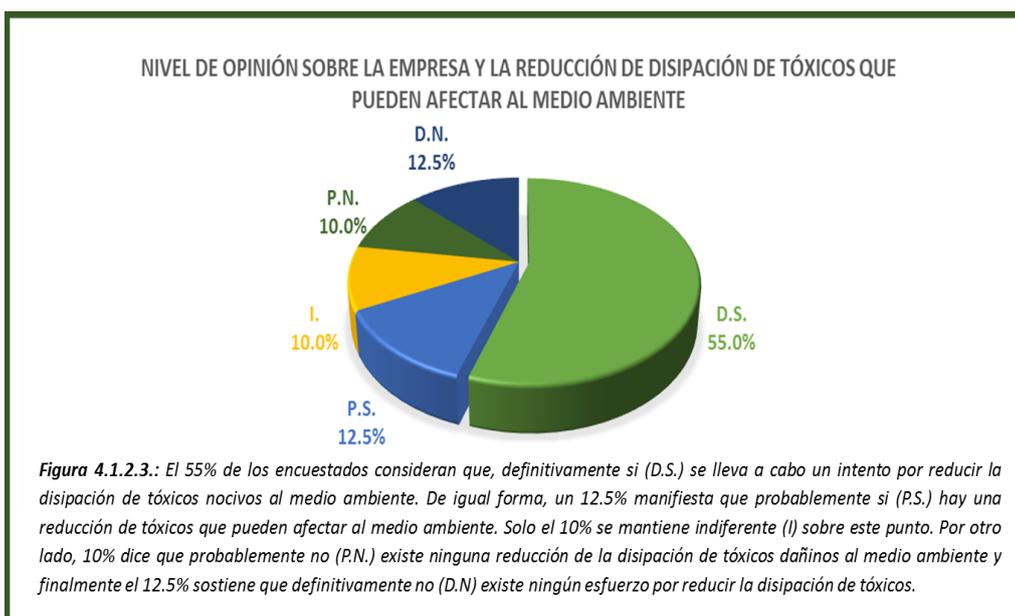


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.2

Tabla 4.1.2.3. Opinión sobre la empresa y la reducción de tóxicos que pueden afectar el medio ambiente

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa reduce la disipación de tóxicos que pueden afectar al medio ambiente?	22	5	4	4	5	40
PORCENTAJE	55.00%	12.50%	10.0%	10.0%	12.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

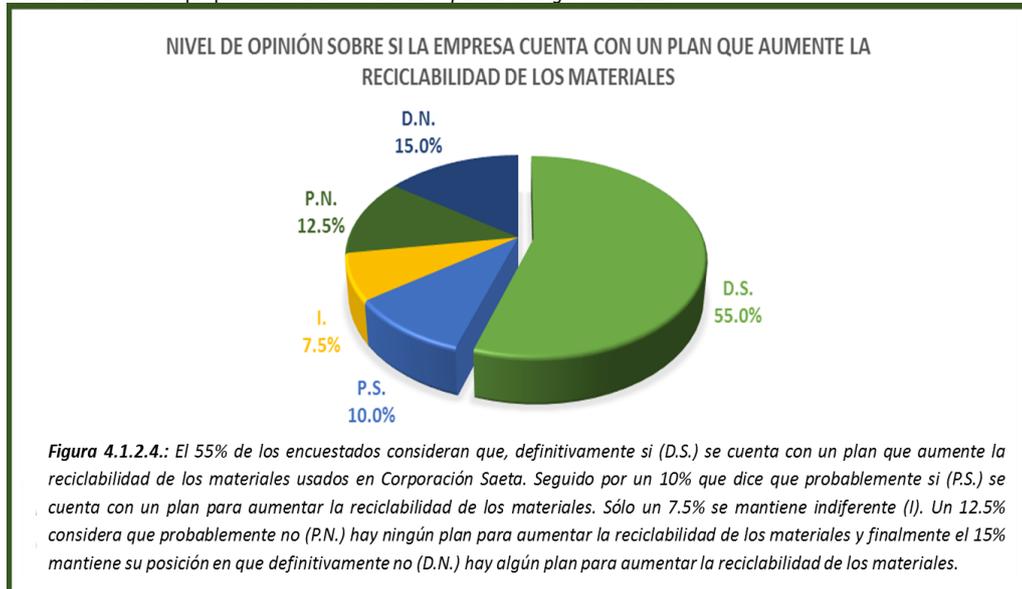


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.3

Tabla 4.1.2.4. Opinión sobre si la empresa cuenta con un plan que aumente la reciclabilidad de los materiales.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa cuenta con un plan que aumente la reciclabilidad de los materiales?	22	4	3	5	6	40
PORCENTAJE	55.00%	10.00%	7.5%	12.5%	15.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

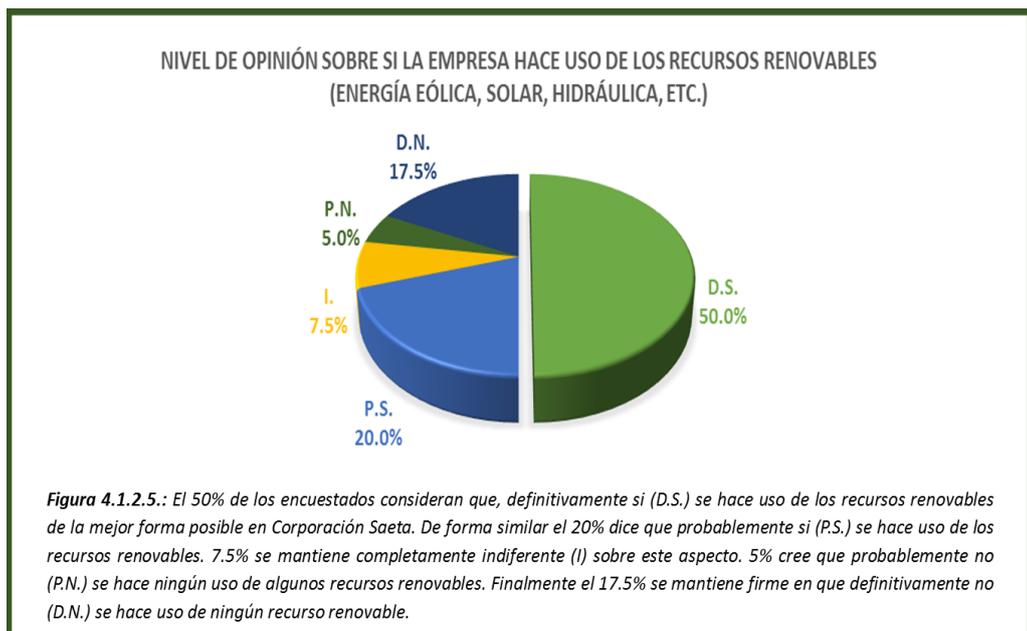


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.4

Tabla 4.1.2.5. Opinión sobre si la empresa hace uso de los recursos renovables (energía eólica, solar, hidráulica, etc.)

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa hace uso de los recursos renovables (energía eólica, solar, hidráulica, etc)?	20	8	3	2	7	40
PORCENTAJE	50.00%	20.00%	7.5%	5.0%	17.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

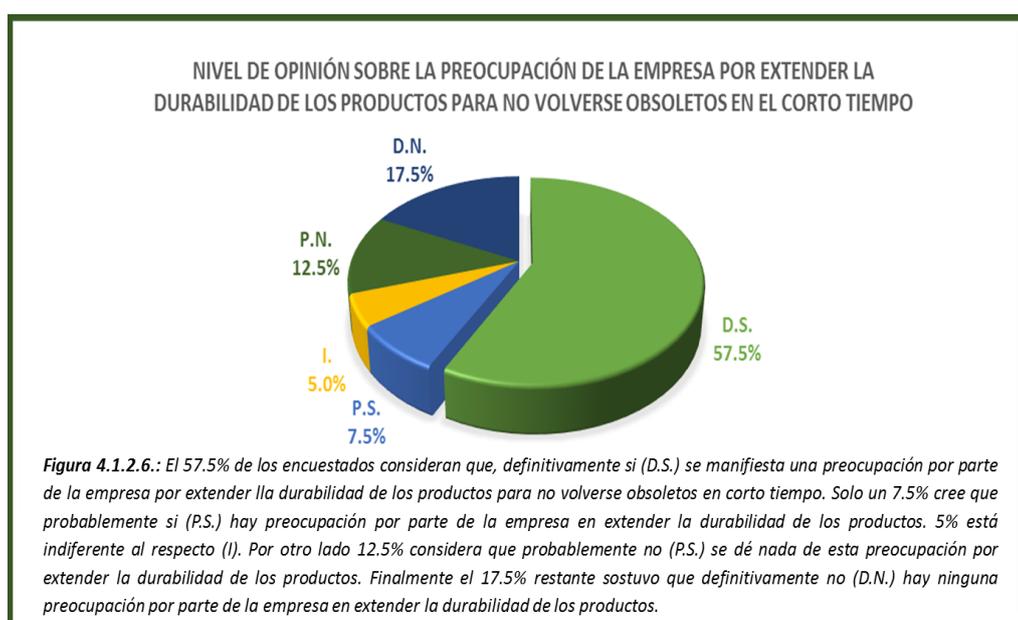


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.5

Tabla 4.1.2.6. Opinión sobre la preocupación de la empresa por extender la durabilidad de los productos para no volverse obsoletos en el corto tiempo.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa se preocupara por extender la durabilidad de los productos para no volverse obsoletos en el corto tiempo?	23	3	2	5	7	40
PORCENTAJE	57.50%	7.50%	5.0%	12.5%	17.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

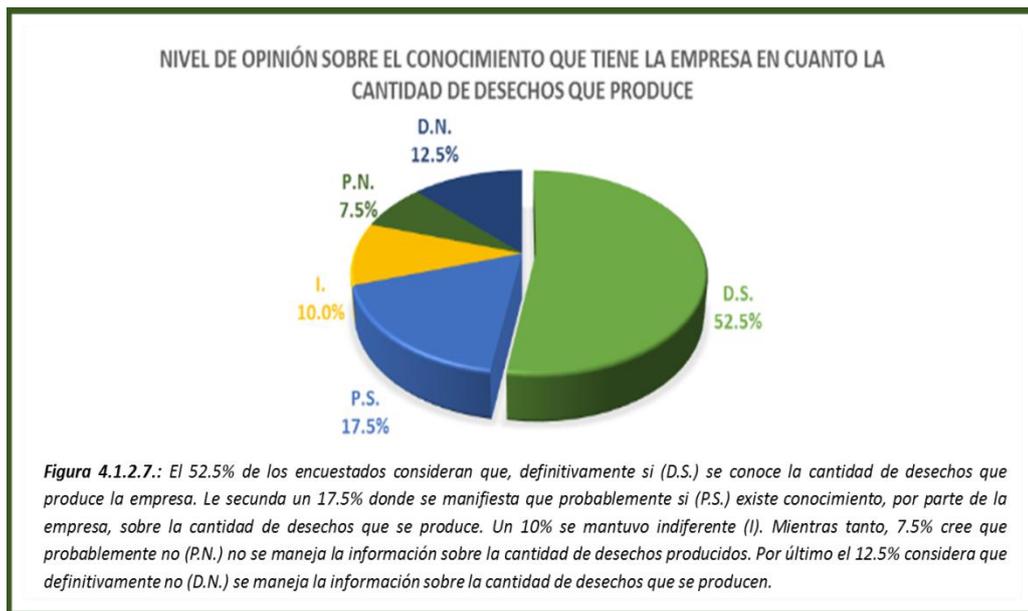


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.6

Tabla 4.1.2.7. Opinión sobre el conocimiento que tiene la empresa en cuanto la cantidad de desechos que produce.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa tiene conocimiento de la cantidad de desechos que produce?	21	7	4	3	5	40
PORCENTAJE	52.50%	17.50%	10.0%	7.5%	12.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

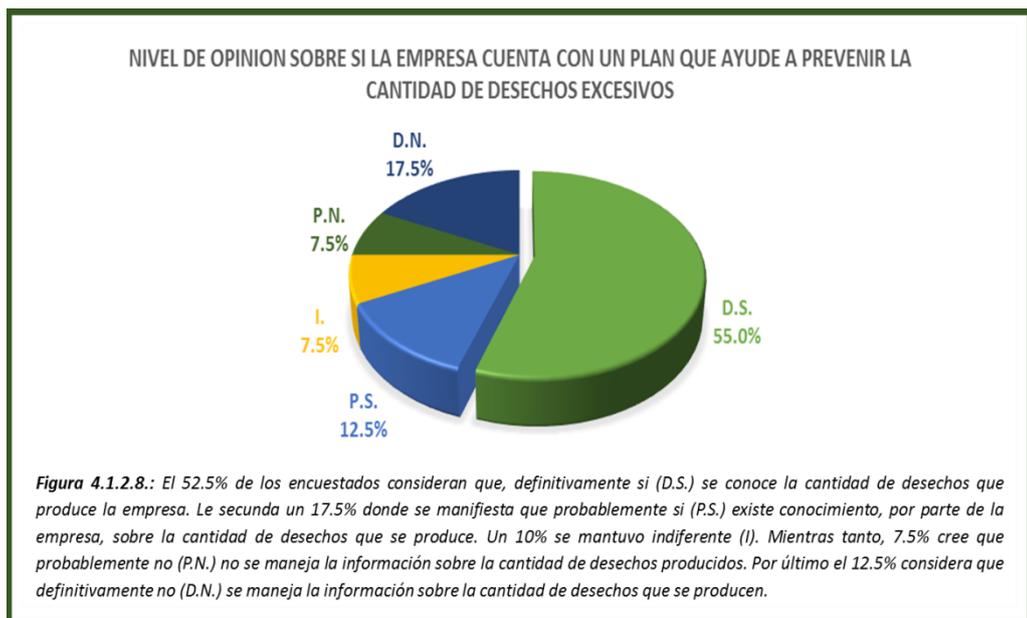


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.7

Tabla 4.1.2.8. Opinión sobre si la empresa cuenta con un plan que ayude a prevenir la cantidad de desechos excesivos.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa cuenta con un plan que ayude a prevenir la cantidad de desechos excesivos?	22	5	3	3	7	40
PORCENTAJE	55.00%	12.50%	7.5%	7.5%	17.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

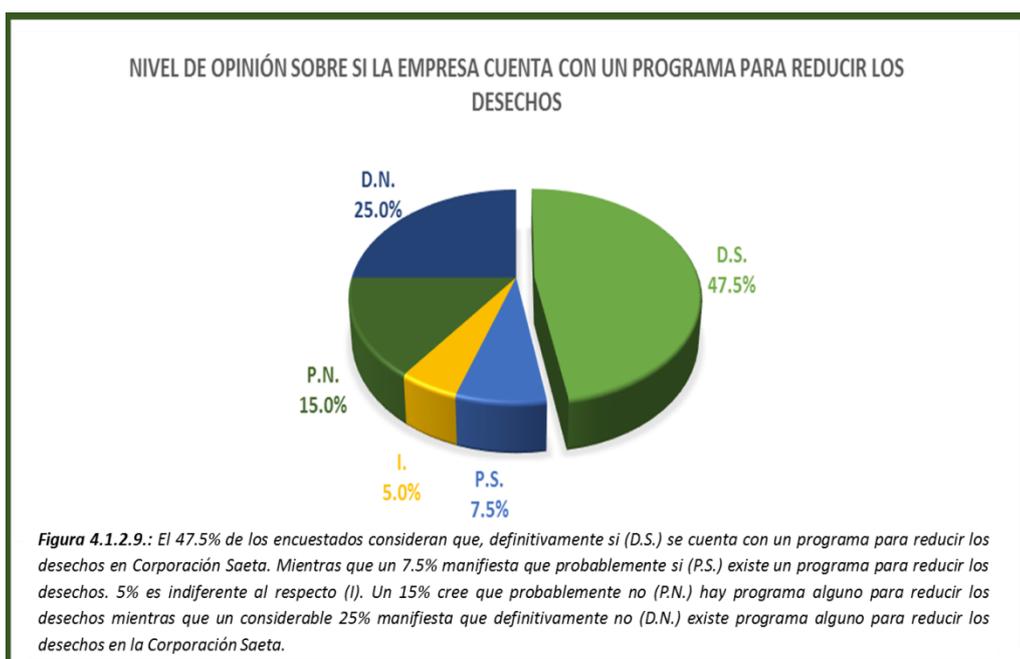


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.8

Tabla 4.1.2.9. Opinión sobre si la empresa cuenta con un programa para reducir los desechos

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Se cuenta con un programa para reducir los desechos?	19	3	2	6	10	40
PORCENTAJE	47.50%	7.50%	5.0%	15.0%	25.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

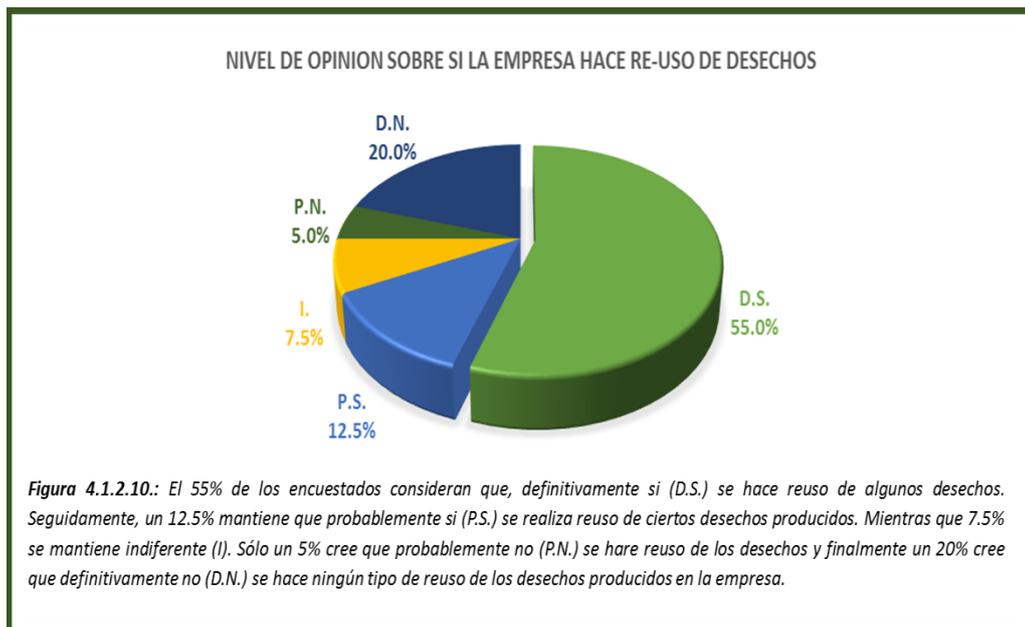


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.9

Tabla 4.1.2.10. Opinión sobre si la empresa hace re-uso de desechos.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa hace re-uso de desechos?	22	5	3	2	8	40
PORCENTAJE	55.00%	12.50%	7.5%	5.0%	20.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

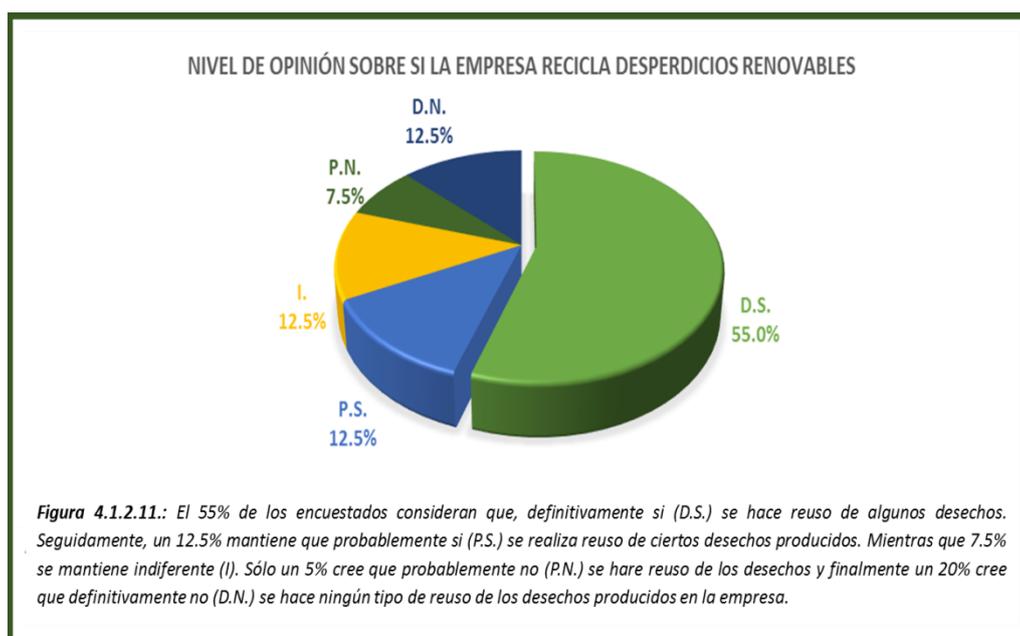


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.10

Tabla 4.1.2.11. Opinión sobre si la empresa recicla desperdicios renovables.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa recicla desperdicios renovables?	22	5	5	3	5	40
PORCENTAJE	55.00%	12.50%	12.5%	7.5%	12.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

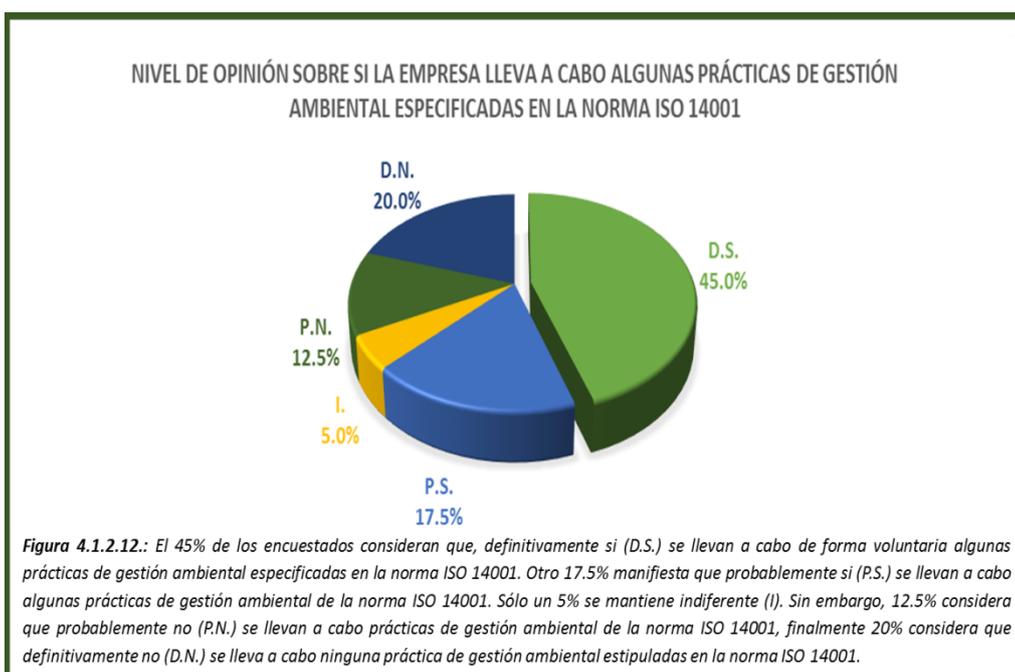


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.11

Tabla 4.1.2.12. Opinión sobre si la empresa lleva a cabo algunas prácticas de gestión ambiental especificadas en la Norma ISO 14001

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿En la empresa se llevan a cabo algunas prácticas de gestión ambiental especificadas en la Norma ISO 14001?	18	7	2	5	8	40
PORCENTAJE	45.00%	17.50%	5.0%	12.5%	20.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

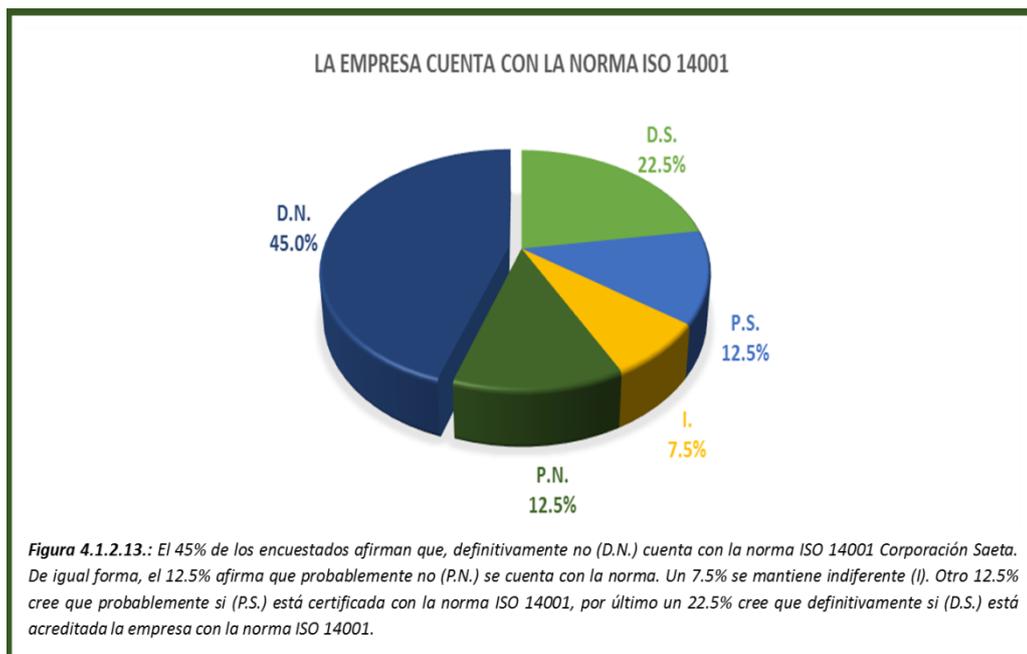


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.12

Tabla 4.1.2.13. La empresa cuenta con la Norma ISO 14001

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa cuenta con la Norma ISO 14001?	9	5	3	5	18	40
PORCENTAJE	22.50%	12.50%	7.5%	12.5%	45.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

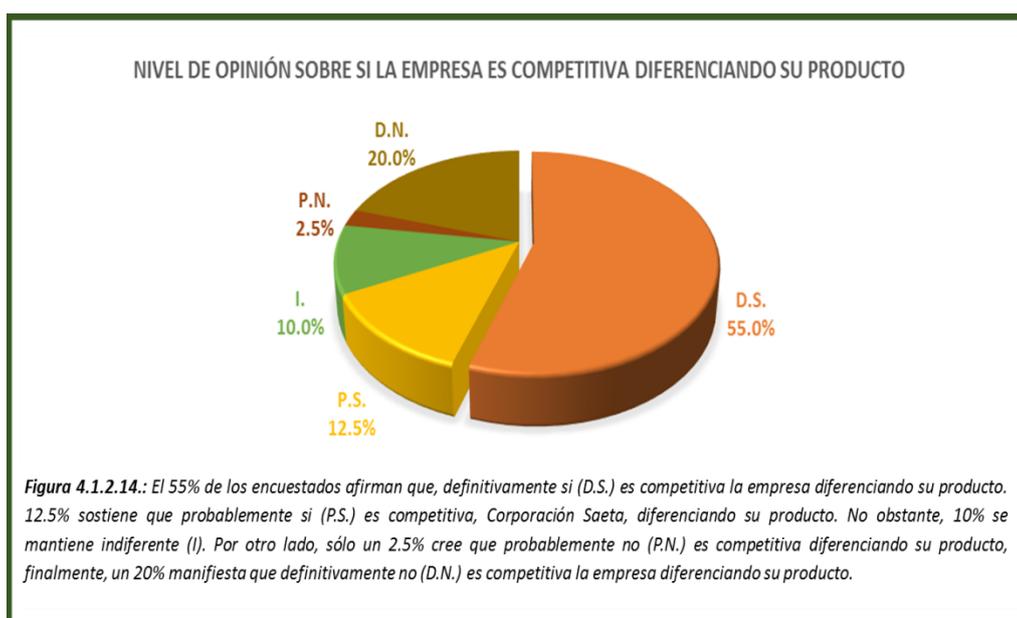


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.13

Tabla 4.1.2.14. Opinión sobre si la empresa es competitiva diferenciando su producto

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa es competitiva diferenciando su producto?	22	5	4	1	8	40
PORCENTAJE	55.00%	12.50%	10.0%	2.5%	20.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

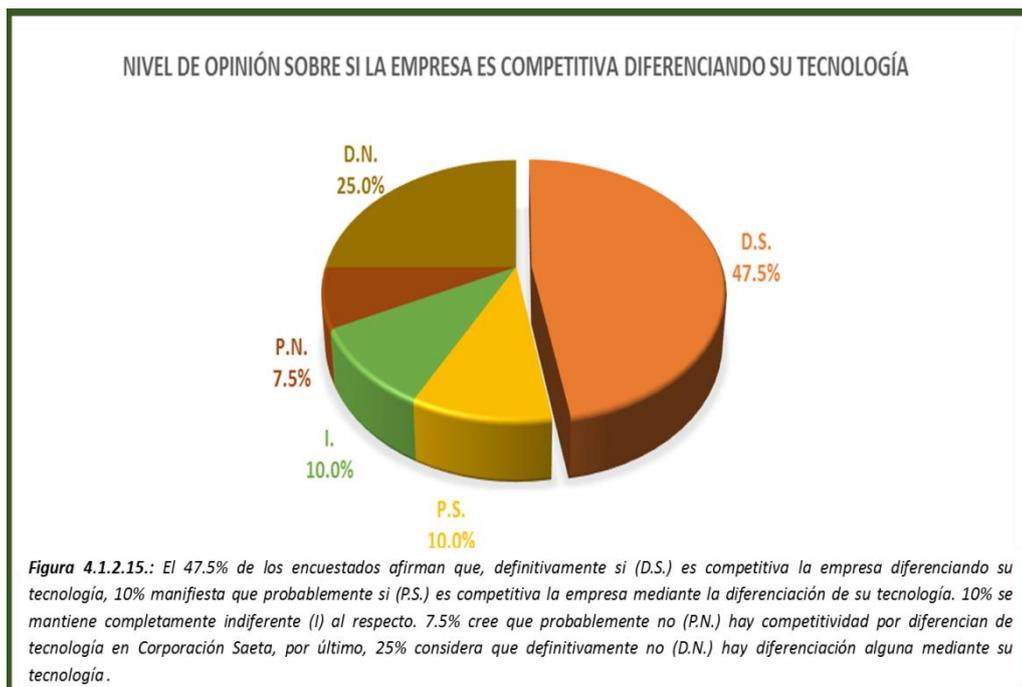


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.14

Tabla 4.1.2.15. Opinión sobre si la empresa es competitiva diferenciando su tecnología.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa es competitiva diferenciando su tecnología?	19	4	4	3	10	40
PORCENTAJE	47.50%	10.00%	10.0%	7.5%	25.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015



Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.15

Tabla 4.1.2.16. Opinión sobre si la empresa es competitiva diferenciando la calidad en sus productos.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa es competitiva diferenciando la calidad en sus procesos?	19	5	6	3	7	40
PORCENTAJE	47.50%	12.50%	15.0%	7.5%	17.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

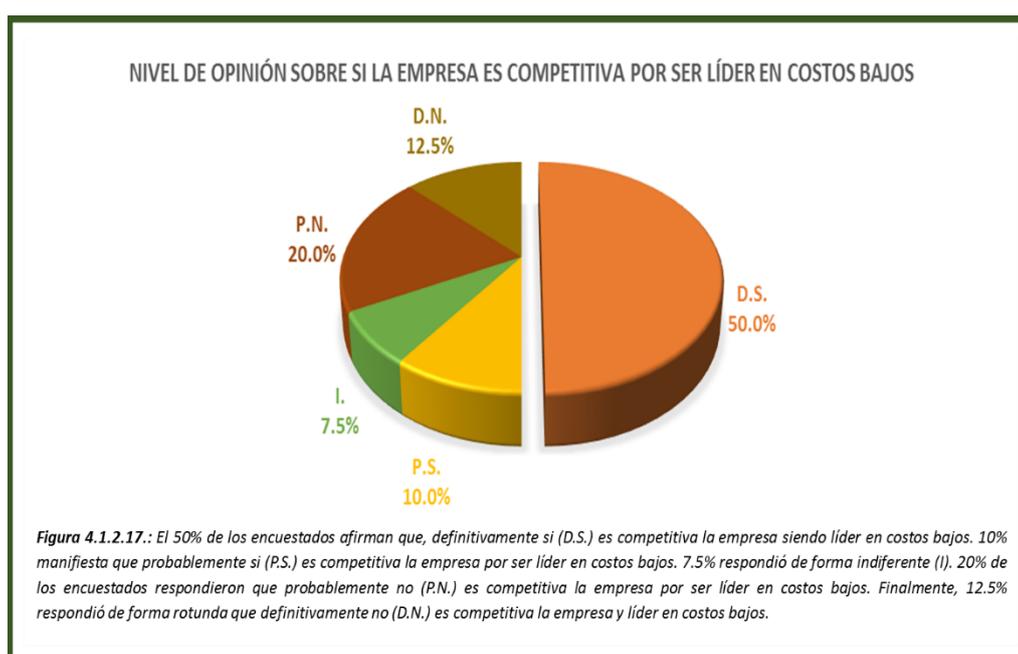


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.16

Tabla 4.1.2.17. Opinión sobre si la empresa es competitiva por ser líder en costos bajos.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿La empresa es competitiva por ser líder en costos bajos?	20	4	3	8	5	40
PORCENTAJE	50.00%	10.00%	7.5%	20.0%	12.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

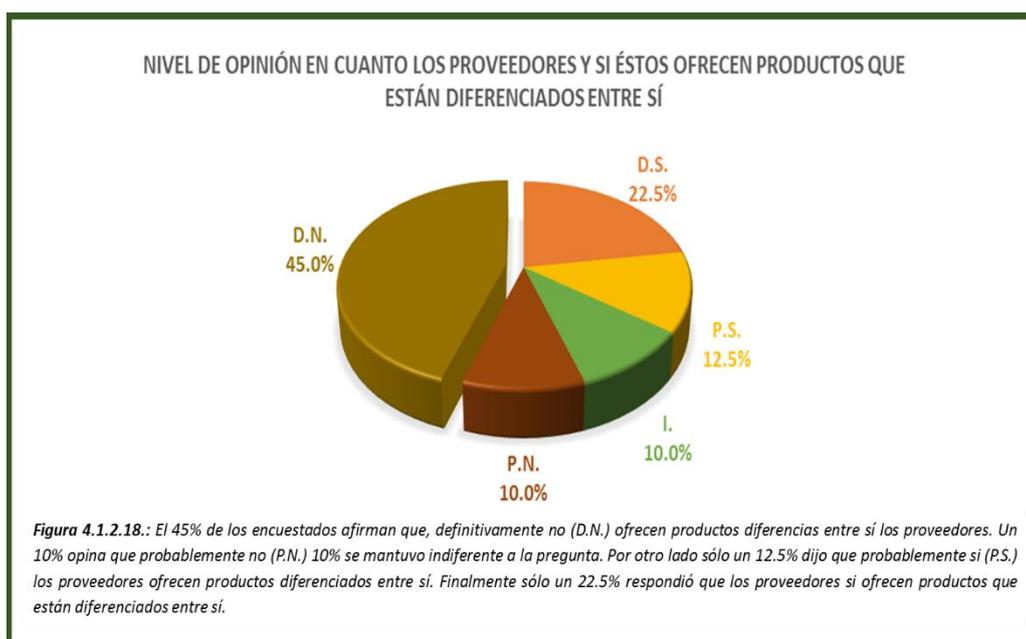


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.17

Tabla 4.1.2.18. Opinión en cuanto los proveedores y si éstos ofrecen productos que están diferenciados entre sí.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Los proveedores ofrecen productos que están diferenciados entre sí?	9	5	4	4	18	40
PORCENTAJE	22.50%	12.50%	10.0%	10.0%	45.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015



Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.18

Tabla 4.1.2.19. Opinión en cuanto a que no existe sustituto alguno del producto que ofrece el grupo proveedor.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿No existe sustitutivo alguno del producto que ofrece el grupo proveedor?	23	1	4	3	9	40
PORCENTAJE	57.50%	2.50%	10.0%	7.5%	22.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015



Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.19

Tabla 4.1.2.20. Opinión en cuanto a que los participantes de esta industria se enfrentan a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Los participantes de una industria se enfrentan a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables?	20	6	2	5	7	40
PORCENTAJE	50.00%	15.00%	5.0%	12.5%	17.5%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

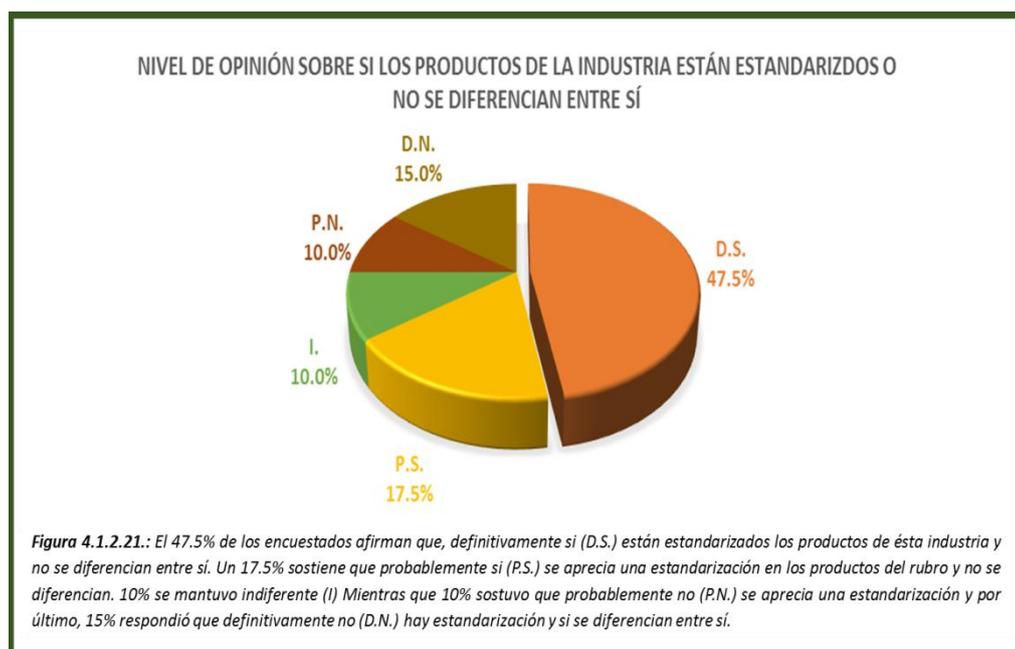


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.20

Tabla 4.1.2.21. Opinión sobre si los productos de la industria están estandarizados o no se diferencian entre sí.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Los productos de la industria están estandarizados o no se diferencian entre sí?	19	7	4	4	6	40
PORCENTAJE	47.50%	17.50%	10.0%	10.0%	15.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

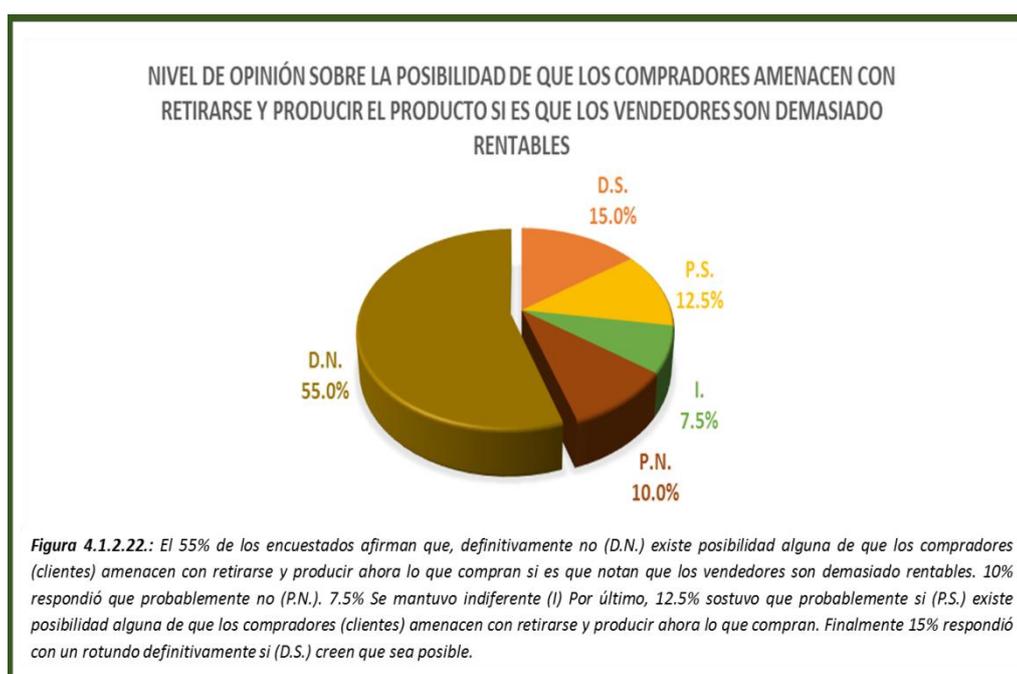


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.21

Tabla 4.1.4.22. Opinión sobre la posibilidad de que los compradores amenacen con retirarse y producir el producto si es que los vendedores son demasiado rentables.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Los compradores amenazan con retirarse y producir ese mismo producto si los vendedores son demasiado rentables?	6	5	3	4	22	40
PORCENTAJE	15.00%	12.50%	7.5%	10.0%	55.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

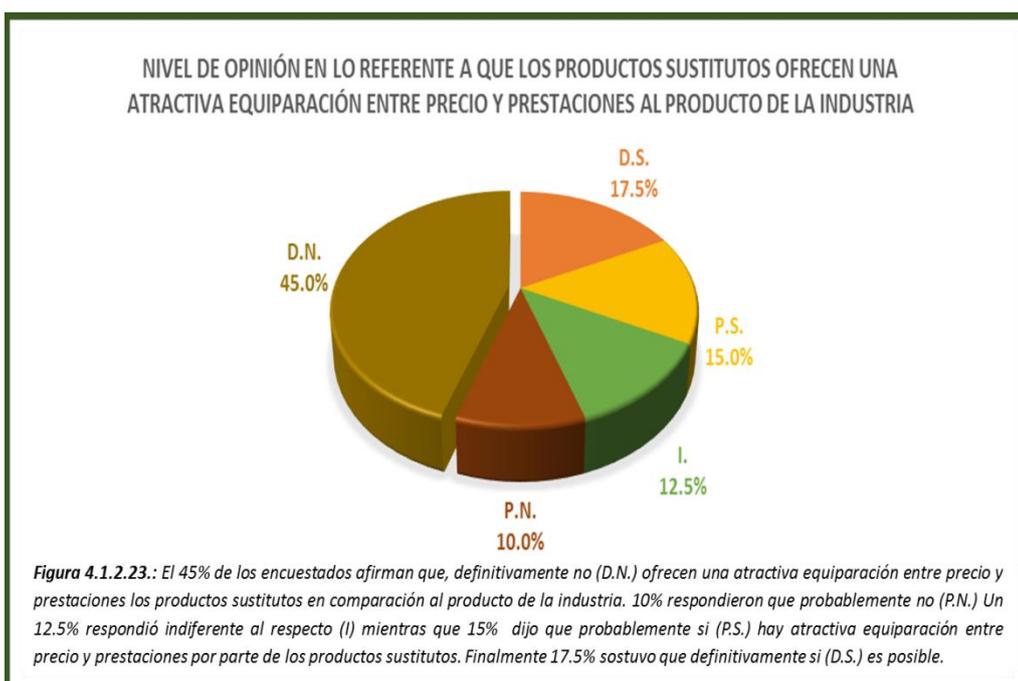


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.22

Tabla 4.1.2.23. Opinión en lo referente a que los productos sustitutos ofrecen una atractiva equiparación entre precio y prestaciones al producto de la industria.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Productos sustitutos ofrecen una atractiva equiparación entre precio y prestaciones al producto de la industria?	7	6	5	4	18	40
PORCENTAJE	17.50%	15.00%	12.5%	10.0%	45.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

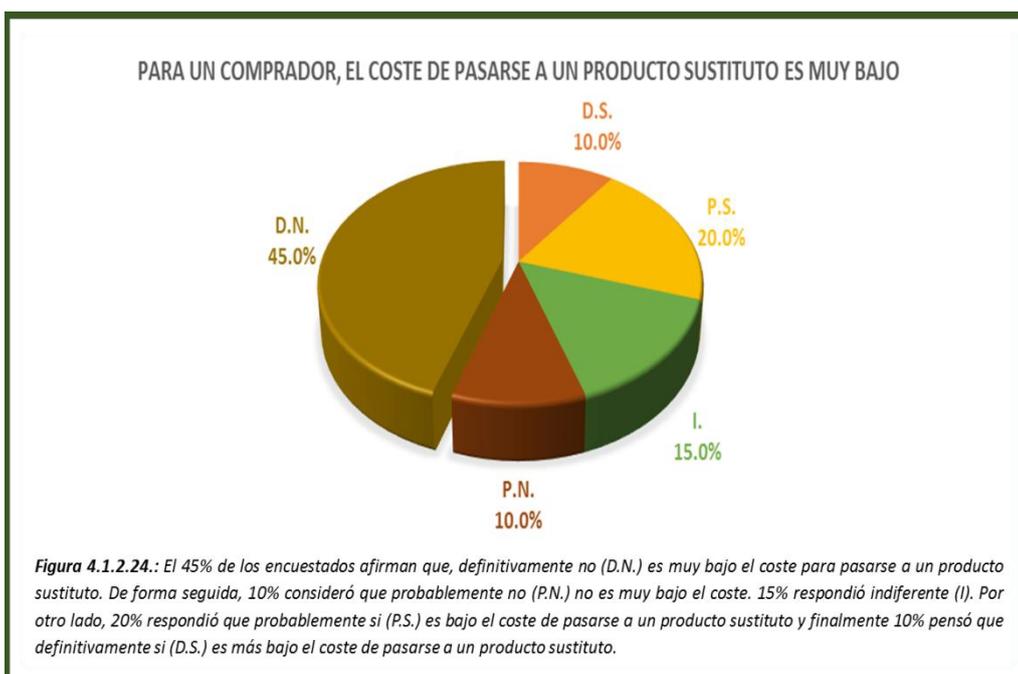


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.23

Tabla 4.1.2.24. Para un comprador, el coste de pasarse a un producto sustituto es muy bajo.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Para el comprador, el coste de pasarse a un producto sustituto es muy bajo?	4	8	6	4	18	40
PORCENTAJE	10.00%	20.00%	15.0%	10.0%	45.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

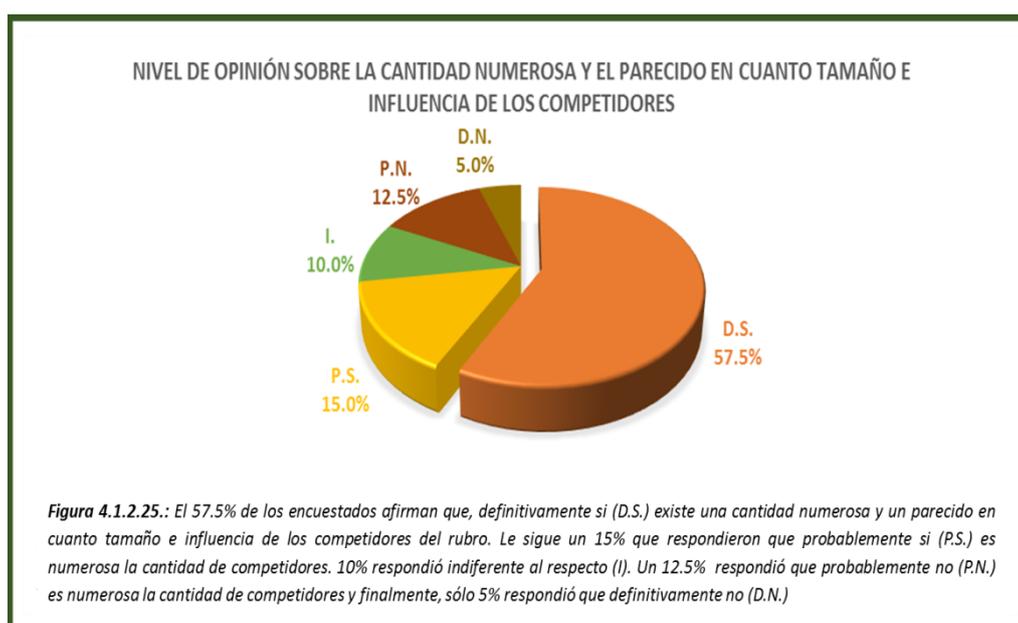


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.24

Tabla 4.1.2.25. Opinión sobre la cantidad numerosa y parecido en cuanto tamaño e influencia de los competidores.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Los competidores son numerosos o muy parecidos en tamaño e influencia?	23	6	4	5	2	40
PORCENTAJE	57.50%	15.00%	10.0%	12.5%	5.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015

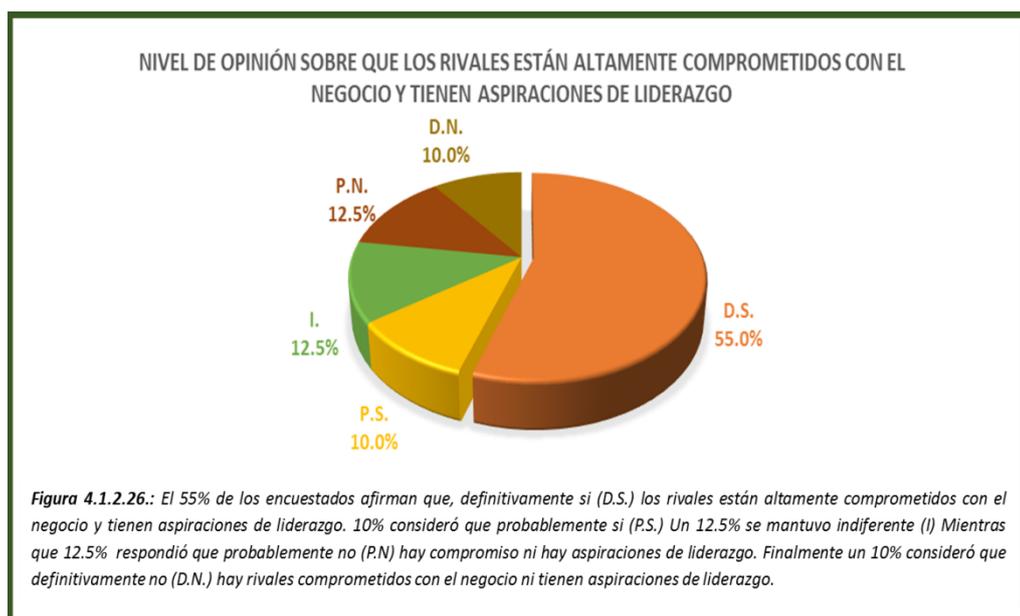


Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.25

Tabla 4.1.2.26. Opinión sobre que los rivales están altamente comprometidos con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Los rivales están altamente comprometidos con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo?	22	4	5	5	4	40
PORCENTAJE	55.00%	10.00%	12.5%	12.5%	10.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015



Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.26

Tabla 4.1.2.27. Opinión sobre que las barreras de salida son elevadas.

ITEM	D.S.	P.S.	I.	P.N.	D.N.	TOTAL
¿Las barreras de salida son elevadas?	27	4	2	1	6	40
PORCENTAJE	67.50%	10.00%	5.0%	2.5%	15.0%	100%

Fuente: Elaboración propia a base del cuestionario aplicado en Agosto del 2015



Fuente: Elaboración propia en base a la tabla N°4.1.2.27

4.2. Discusión de resultados

Referente a la variable independiente, Gestión Ambiental

Referente a la dimensión eco – eficiencia se obtuvo los siguientes resultados. El 62.5% (tabla 4.1.2.1.) de los encuestados respondieron que la empresa definitivamente si se preocupa por reducir el uso de la materia prima con el fin de preservar el medio ambiente. Así como el 62.5% (tabla 4.1.2.2.) respondieron que la Corporación Saeta definitivamente si minimiza el uso de energía eléctrica durante el desarrollo de algún proyecto con el fin de lograr una eco-eficiencia.

De igual forma, un 55% (tabla 4.1.2.3.) de las personas encuestadas consideran que definitivamente si existe, por parte de la empresa, preocupación por reducir los tóxicos que se disipan en algún proyecto y que pueden afectar el medio ambiente.

Un 55% (tabla 4.1.2.4.) de los encuestados respondieron de forma contundente que definitivamente si se cuenta con un plan que aumente la reciclabilidad de los materiales en la empresa. Sumado a todo lo anterior, un 50% (tabla 4.1.2.5.) de las personas encuestadas consideraron que definitivamente la empresa si hace uso de recursos renovables. Por último, un 57.5% (tabla 4.1.2.6.) coincidieron en que la empresa definitivamente si se preocupa por extender la durabilidad de los productos con el fin de que no se vuelvan obsoletos en corto tiempo.

Recordemos que la eco – eficiencia, según Blanco (2004) es una filosofía gerencial, la cual promueve que las empresas sean más competitivas, más innovadoras y más responsables con el ambiente. La filosofía de la eco-eficiencia propone no utilizar soluciones al final de los procesos, las cuales son remediadoras, sino

llevar a cabo ajustes en los sistemas, que buscan soluciones proactivas, o sea que pretenden prevenir que los daños ocurran. Analizando los resultados anteriores se puede decir que la Corporación Saeta cuenta con una filosofía interna de eco – eficiencia ya que muchas de sus medidas buscan, al igual que lo menciona la teoría, prevenir los daños, son soluciones proactivas y preventivas y no por el contrario reactivas.

La reducción de desechos, minimización de energía y otros recursos, son medidas llevadas a cabo que resultan buenas tanto para el ambiente como para las empresas.

Referente a la dimensión de un programa de minimización de los desechos los resultados obtenidos se dieron de la siguiente manera. El 52.5% (tabla 4.1.2.7.) de las personas que fueron encuestadas respondieron que definitivamente si se tiene conocimiento de la cantidad de desechos que la empresa produce. Adicionalmente un 55% (tabla 4.1.2.8.) de las personas coincidieron en que definitivamente si cuenta Corporación Saeta con un plan que ayude a prevenir la cantidad de desechos excesivos. También el 47.5% (tabla 4.1.2.9.) respondió que definitivamente si se cuenta con un programa para reducir los desechos.

Un 55% (tabla 4.1.2.10.) respondió que Corporación Saeta definitivamente si hace re – uso de sus desechos. Finalmente, 55% (tabla 4.1.2.11.) respondieron que definitivamente si se recicla desperdicios renovables en la empresa de estudio.

Hasta las compañías más eficientes producen desechos. Según Blanco (2004) afirma que en promedio el costo real de estos desechos se encuentra alrededor del 4% del volumen del negocio, pero con las herramientas adecuadas, esta cifra se puede reducir lo

que representaría un ahorro para cualquier compañía. Blanco, así mismo comentaba que para implementar un programa de minimización de los desechos se deben llevar a cabo ciertas actividades. Estas actividades son llevadas a cabo de forma satisfactoria en la compañía que es materia de estudio en esta tesis lo que quiere decir que, si se lleva a cabo, y de forma satisfactoria, un programa para minimizar los desechos dentro de sus actividades de construcción como administrativas.

Referente a la última dimensión de la variable independiente, sistemas de gestión ambiental obtuvimos los resultados que se muestran a continuación. Un contundente 45% (tabla 4.1.2.12.) dijo que definitivamente si se llevan a cabo algunas prácticas de gestión ambiental especificadas en la norma ISO 14001. Para culminar, un 45% (tabla 4.1.2.13.) de las personas encuestadas nos respondieron que Corporación Saeta definitivamente no cuenta con la norma internacional ISO 14001.

Se puede decir que en éste nivel ocurre una situación especial ya que, si bien es cierto, los sistemas de gestión ambiental son implementados por compañías o instituciones internacional acreditadas, como lo menciona Blanco (2004); son compañías que quieren asegurar la mejora de su desempeño ambiental a través del tiempo. Los sistemas cubren las responsabilidades y tareas de todas las personas en la organización. A través de un sistema totalmente integrado, el cual es comprensivo, entendible y abierto. Según Paredes (2004) el sistema de gestión ambiental es aquella parte del sistema general de gestión que comprende la estructura organizativa, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para determinar y llevar a cabo la política ambiental.

Corporación Saeta no cuenta con un sistema de gestión ambiental implementado por alguna organización internacional, no obstante; es rescatable y plausible el hecho de que a pesar de ello, por iniciativa propia, la empresa lleva a cabo ciertas prácticas contenidas en algunas normas internacionales. Los directivos de la empresa son conscientes de la importancia que tiene el cuidado del medio ambiente y la imagen positiva que gana con esto la empresa.

En resumen, se pudo determinar que todas las dimensiones de la variable gestión ambiental están alineadas de forma positiva con un alto compromiso y puesta en marcha de acciones que contribuyen significativamente al cuidado y respeto del medio ambiente. Recordemos, según lo menciona Blanco (2004) Gestión Ambiental es obtener la sostenibilidad de nuestro planeta. Las empresas deben adaptarse a la variedad de externalidades que se presentan si desea sobrevivir a un mundo altamente competitivo.

Existe una conciencia bastante desarrollada en ese sentido, no obstante el único detalle resaltante es que la empresa aún no cuenta con un estándar internacional como lo es el ISO 14001. La obtención de estos estándares es un procedimiento largo, monitoreado por organismos externos y vale decir, costoso. Sin embargo, es rescatable que una empresa mediana, lleve a cabo muchas prácticas que pueden encontrarse dentro de las normas ISO y a pesar de que no cuente con la norma, la empresa aplica muy bien varios de esos criterios. Como lo sostiene Pousa & Ideas propias Editorial (2006) la gestión ambiental es el conjunto de acciones dirigidas a lograr la máxima racionalidad en el proceso de decisión a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente.

Se puede decir entonces, que se logró llegar al objetivo específico número uno (O.E.1) dado que se ha podido determinar de

forma satisfactoria el proceso de gestión ambiental (V.1.) en Corporación Saeta. Además, añadimos que éste proceso, se lleva a cabo de una manera altamente satisfactoria.

Referente a la variable dependiente, Competitividad

Referente a la dimensión de diferenciación, 55% de los encuestados (tabla 4.1.2.14.) respondieron que la empresa definitivamente si es competitiva diferenciando su producto. De igual modo, el 47.5% (tabla 4.1.2.15.) consideró que la empresa si es competitiva diferenciando tu tecnología. Además, 47.5% (tabla 4.1.2.16.) respondió que definitivamente la empresa si se diferencia por la calidad de sus procesos.

Sabemos que, según Porter (1990); la estrategia de diferenciación persigue que la empresa en general, o algunos de sus elementos en particular (por ejemplo, productos, atención al cliente, tecnología, calidad), sean percibidos como únicos, tanto por parte de los clientes como por parte, incluso de los proveedores. En este caso según se dieron los resultados de las encuestas, Corporación Saeta aplica una diferenciación en cuanto su producto, y además por la calidad de sus procesos. Esto trae consecuencias positivas ya que con respecto a los compradores, provoca una lealtad hacia la empresa, hacia los productos y servicio de esta.

Referente a la dimensión de liderazgo en costos solo un 50% (tabla 4.1.2.17.) de las personas respondieron que, Saeta definitivamente si es competitiva por ser líder en costos bajos.

La teoría que nos dice Porter (1990), es que, ser una empresa líder en costos, supone lograr una ventaja competitiva mediante costos lo más reducidos posibles. De este modo, la empresa se situara en una posición de ventaja no solo frente a los competidores,

si no también ante los proveedores y clientes. Los datos obtenidos después de la aplicación de nuestra encuesta, son positivos. No obstante, esta estrategia debe mantenerse de forma constante y aplicando las medidas necesarias para que las condiciones se mantengan favorables y poder mantener esta ventaja. Un ejemplo claro es mantenerse al tanto de las innovaciones en tecnología y niveles de productividad adecuados, de lo contrario ésta ventaja puede desaparecer.

Referente a la dimensión de la influencia de los proveedores, 45% (tabla 4.1.2.18) respondió que definitivamente no están diferenciados los productos que ofrecen los proveedores. Dentro de esta dimensión encontramos que el 57.5% (tabla 4.1.2.19) coincidieron en que definitivamente si existen productos sustitutos de los productos que ofrece el grupo proveedor. El 50% (tabla 4.1.2.20.) de personas nos dijeron que definitivamente si se enfrenta Corporación Saeta a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables.

Los resultados obtenidos en ésta dimensión, que es perteneciente a la variable de competitividad y es una de las 5 fuerzas de Porter; tenemos dos resultados, los cuales mostraron que no existe influencia por parte de los proveedores. Sin embargo, se da obtiene un resultado que es el reflejo de una situación en la cual, de forma indirecta, los proveedores perjudican a sus compradores cuando se presentan situaciones coyunturales que pueden hacer fluctuar los precios de algunas materias primas.

Según Porter (1990); Los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado, limitar la calidad o los servicios o al traspasar sus costes a los participantes de la industria. Esto puede reducir el margen de rentabilidad de una

compañía ya que no podrá traspasar un incremento del coste al precio final si quiere mantenerse competitiva o diferenciándose por costes bajos.

Referente a la dimensión de la influencia de los compradores se obtuvo que un 47.5% (tabla 4.1.2.21.) respondió que definitivamente si están estandarizados los productos de la industria de la construcción o que no se logran diferenciar entre sí. También, un 55% (tabla 4.1.2.22.) de las personas respondieron de forma definitivamente que no existe amenaza, de parte de los compradores, de retirarse y producir los productos que se les ofrece si los vendedores llegan a ser demasiado rentables.

En este punto, pudimos deducir que, de forma general y global, la industria de la construcción es bastante estandarizada. Lo que en todo caso puede hacer que distingan unos de otros es mediante costos o procesos innovadores. Esto está muy ligado a la influencia de los compradores ya que, como bien se sabe, según Porter (1990) Los clientes influyentes pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones. Como ya se vio anteriormente, en cuanto a costes, la empresa está bien diferenciada, en tal sentido no se ve perjudicada por alguna influencia o presión negativa por parte de los clientes o compradores.

Sumado a eso, existe un grupo de compradores o clientes, que son sensibles a los precios y generalmente ejercen presión en busca de una reducción de los mismos. Sin embargo, como se dijo anteriormente, Saeta no padece de este tipo de presiones.

Referente a la dimensión de amenaza de los sustitutos obtuvimos lo siguiente. Un 45% (tabla 4.1.2.23.) de personas sostuvieron que definitivamente no existe una atractiva equiparación

entre precio y prestaciones de un producto sustituto. De la misma forma, dentro de esta dimensión, tenemos que un 45% (tabla 4.1.2.24.) de las personas respondieron que definitivamente no es bajo el coste, para un comprador, cambiarse a un producto sustituto.

Al respecto pudimos interpretar que, según las personas encuestadas, consideraron que no existe producto sustituto que equipare costo-beneficio de forma atractiva para los clientes. Debemos siempre tener en cuenta que, según lo analizado, Saeta es líder en costos bajos. Según Porter (1990) Un sustituto realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera. Pero, como anteriormente se dijo, no existe una buena equiparación entre el costo-beneficio del producto final entregado por estos sustitutos, que pueden llegar a entregar una calidad por debajo de los niveles requeridos y en el tema de construcción, no se puede tolerar niveles de calidad por debajo de las normas y leyes de construcción.

Referente a la dimensión de rivalidad entre competidores existente, un 57.5% (tabla 4.1.2.25.) de personas dijeron que definitivamente si son numerosos los competidores y a la vez son muy parecidos en tamaño e influencia. A la vez, 55% (tabla 4.1.2.26.) de personas sostuvieron que, definitivamente, si existe, entre los rivales del sector, un compromiso con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo en el rubro. Por último, un contundente 67.5% (tabla 4.1.2.27.) de las personas dijeron que las barreras de salida del sector, definitivamente si son elevadas.

Existe mucha rivalidad en el sector construcción, y se coincidió en gran porcentaje que todas las compañías del sector tienen características muy parecidas. Sumado a esto, la rivalidad se acentúa cuando las empresas consideran de suma importancia ser líderes en

el sector. Y además, las barreras de salidas son muy elevadas. Entonces, según Porter (1990) La rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio. Es por esta razón que Saeta busca diferenciarse con costes bajos o diferenciación de su producto y procesos. El sector construcción es un sector altamente competitivo.

En definitiva, sobre lo relacionado a la segunda variable, competitividad. Competitividad según Bueno (1987) es un término que refleja un conjunto de condiciones y actividades necesarias para que su titular o poseedor pueda continuar generando rendimientos positivos y detectando posiciones ventajosas frente a sus contrincantes o competidores. Se puede determinar que en cuanto a diferenciación la empresa si es bastante competitiva conforme lo arrojado en los resultados y también es líder en costos bajos. Por otro lado la influencia de los proveedores no es muy significativa para mermar el nivel de competitividad de la empresa, de forma similar la influencia de los compradores no poner en peligro la permanencia de la empresa en el sector construcción.

Así mismo se puede constatare que no es viable acceder a sustitutos en este sector. Por último la rivalidad en el sector si es importante ya que las empresas son muy numerosas y similares y no es fácil abandonar el rubro por sus altos costes de salida. Entonces se puede decir que el sector construcción es un de los más competitivos y más dificultosos en donde poder mantenerse vigente y en el liderazgo.

Corporación Saeta involucra dos aspectos muy importantes de competitividad, primero, la de las estrategias competitivas, las que,

según Porter (1990) son acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en un sector industrial, para enfrentarse con éxito. Y también se identificaron positivamente 4 de las 5 fuerzas competitivas de Porter donde nos dice que la comprensión de la estructura de una industria también es fundamental para lograr un posicionamiento estratégico efectivo. Defenderse de las fuerzas competitivas y moldearlas en beneficio de la propia empresa son aspectos cruciales de la estrategia.

Se puede decir entonces, que se logró llegar al objetivo específico número dos (O.E.2) dado que se ha podido determinar de forma satisfactoria el proceso de la competitividad (V.2) en Corporación Saeta. Vale resaltar que se obtuvo un resultado que muestra una alta rivalidad entre los competidores existentes.

Referente a la relación existente entre gestión ambiental y competitividad

Confiabilidad y Validez

Hernández, Fernández & Baptista (2010) mencionan que el proceso de selección elaboración y prueba debe atender a dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. La confiabilidad se determina mediante diversas técnicas y se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados. La validez se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. La realización de la prueba nos dio un alfa de Cronbach de 0.802.

Bien se sabe que el Alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems. La validez de un instrumento mide aquello que pretende medir. Según Welch & Comer (1988) la medida de la fiabilidad

mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados.

Como criterio general, George y Mallery (2003) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- a) Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- b) Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- c) Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
- d) Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- e) Coeficiente alfa $>.5$ es pobre
- f) Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

Tabla 4.2.1.1.

Alfa de Cronbach

ALFA DE CRONBACH	N° DE ELEMENTOS
,802	27

Fuente: Elaboración propia

El resultado obtenido, mostrado en la tabla anterior es de 0.802, lo que quiere decir que, según los rangos recomendados por George y Mallery (2003), la fiabilidad está calificada como buena.

Coeficiente de correlación de Karl Pearson

El coeficiente de correlación de Pearson es un índice donde sus valores absolutos oscilan entre 0 y 1. Y definimos el coeficiente de correlación de Pearson entre estas dos variables como r_{xy} .

$$0 \leq r_{xy} \leq 1$$

La correlación entre dos variables X e Y es perfectamente positiva cuando exactamente en la medida que aumenta una de ellas aumenta la otra. Esto sucede cuando la relación entre ambas variables es funcionalmente exacta. No obstante, ha de indicarse que la magnitud de la relación está especificada por el valor numérico del coeficiente. Mientras más se acerque al 1 es perfectamente positiva y mientras más se acerque al 0 es perfectamente negativa.

Tabla 4.2.1.2.

Correlación de Pearson

		Competitividad
Gestion_Ambiental	Correlación de Pearson	,667**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	40

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Prueba Fuente: Elaboración propia de Hipótesis

i) Hipótesis: Probaremos

H.1. Si existe relación entre gestión ambiental y competitividad en corporación Saeta S.A. – Lima.

H.0. No existe relación entre gestión ambiental y competitividad en corporación Saeta S.A. – Lima.

i) Estadística y región crítica de la prueba

Si $r_{xy} = 1$, existe una correlación positiva perfecta.

Si $0 < r_{xy} < 1$, existe una correlación positiva.

Si $r_{xy} = 0$, no existe relación lineal.

Si $-1 < r_{xy} < 0$, existe una correlación negativa.

Si $r_{xy} = -1$, existe una correlación negativa perfecta.

H.1. Se acepta.

H.1. Se rechaza.

ii) Decisión

De tal manera que, como se obtuvo el $r_{xy} = (0.667)$ eso quiere decir que existe una correlación positiva, por lo tanto se acepta H.1. entonces, si existe relación positiva entre gestión ambiental y competitividad.

Los resultados obtenidos en la prueba de Pearson, muestra que sí existe correlación positiva entre la gestión ambiental y la competitividad. Vale agregar, que los resultados obtenidos con el Alfa de Cronbach validaron la fiabilidad del instrumento. Se puede decir entonces, que se logró llegar al objetivo específico número tres (O.E.3) dado que se ha podido describir de forma satisfactoria la relación entre la variable independiente (V.1) Gestión ambiental y la variable dependiente (V.2) Competitividad en Corporación Saeta.

Tabla 4.2.1.3. Promedio de las variables por indicador

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PROMEDIO	
GESTION AMBIENTAL (BIANCO 2004)	ECO-EFICIENCIA	La empresa se preocupa por reducir el uso de materia prima para preservar el medio ambiente.	4.03	
		La empresa minimiza la energía eléctrica durante el desarrollo de una obra para lograr la eco-eficiencia.	4.10	
		La empresa reduce la disipación de tóxicos que pueden afectar al medio ambiente.	3.88	
		La empresa cuenta con un plan que aumente la reciclabilidad de los materiales.	3.78	
		La empresa hace uso de los recursos renovables (energía eólica, solar, hidráulica, etc.)	3.80	
	PROGRAMA DE MINIMIZACION DE LOS DESECHOS	La empresa se preocupa por extender la durabilidad de los productos para no volverse obsoletos en el corto tiempo.	3.75	
		La empresa tiene conocimiento de la cantidad de desechos que produce.	3.90	
		La empresa cuenta con un plan que ayude a prevenir la cantidad de desechos excesivos.	3.80	
		La empresa cuenta con un programa para reducir los desechos.	3.38	
		La empresa hace re-uso de desechos.	3.78	
	SISTEMAS DE G.A.	La empresa recicla desperdicios renovables.	3.90	
		La empresa lleva a cabo algunas prácticas de gestión ambiental especificadas en la Norma ISO 14001.	3.55	
	COMPETITIVIDAD (PORTER 1990)	DIFERENCIACION	La empresa cuenta con la Norma ISO 14001	2.55
			La empresa es competitiva diferenciando su producto.	3.80
LIDERAZGO EN COSTOS		La empresa es competitiva diferenciando su tecnología.	3.48	
		La empresa es competitiva diferenciando la calidad de sus procesos.	3.65	
		La empresa es competitiva por ser líder en costos bajos.	3.65	
INFLUENCIA DE LOS PROVEEDORES		Los proveedores ofrecen productos que están diferenciados entre sí.	2.58	
		No existe sustituto alguno del producto que ofrece el grupo proveedor.	3.65	
INFLUENCIA DE LOS COMPRADORES		Los participantes de la industria se enfrentan a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables.	3.68	
		Los productos de la industria están estandarizados o no se diferencian entre sí.	3.73	
AMENAZA DE LOS SUSTITUTOS		Los compradores amenazan con retirarse y producir ese mismo producto si los vendedores son demasiado	2.23	
	Los productos sustitutos ofrecen una atractiva equiparación entre precio y prestaciones al producto de la	2.50		
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES	Para el comprador, el coste de pasarse a un producto sustituto es muy bajo.	2.40		
	Los competidores son numerosos o muy parecidos en tamaño e influencia.	4.08		
	Los rivales están altamente comprometidos con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo.	3.88		
		Las barreras de salida son elevadas.	4.13	

Fuente: *Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta*

Tabla 4.2.1.4. Promedio de variables por dimensión.

A continuación en la tabla 4.2.1.4. se determinan los promedios de las variables por dimensión:

VARIABLES	DIMENSIONES	PROMEDIO
GESTION AMBIENTAL (BIANCO 2004)	ECO-EFICIENCIA	3.89
	PROGRAMA DE MINIMIZACION DE LOS DESECHOS	3.75
	SISTEMAS DE G.A.	3.05
COMPETITIVIDAD (PORTER 1990)	DIFERENCIACION	3.64
	LIDERAZGO EN COSTOS	3.65
	INFLUENCIA DE LOS PROVEEDORES	3.3
	INFLUENCIA DE LOS COMPRADORES	2.98
	AMENAZA DE LOS SUSTITUTOS	2.45
	RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES	4.03

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

Tabla 4.2.1.5. Promedio de las variables.

A continuación en la tabla 4.2.1.5 se determinan los promedios de las variables:

VARIABLES	PROMEDIO
GESTION AMBIENTAL (BIANCO 2004)	3.56
COMPETITIVIDAD (PORTER 1990)	3.34

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

Este capítulo concluye de forma correcta dado que se responde al problema general planteado en un inicio, el cual fue “¿Existirá relación

entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A.?”.

Con los resultados obtenidos y analizados se responde de forma positiva a esa pregunta. Se corrobora la hipótesis “H.1. Si existe relación entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A.” Además se llega y se cumple el objetivo general de forma satisfactoria, el cual era “Determinar la relación que existe entre gestión ambiental y competitividad en Corporación Saeta S.A. Lima”

CAPÍTULO V
PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

El capítulo comprende detalladamente las características y componentes, de la propuesta elaborada y la descripción de la aplicación de la metodología para su desarrollo.

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE
GESTION AMBIENTAL. BASADA EN LA NORMA ISO 14001 COMO
ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN FRENTE A LA ALTA
COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR CONSTRUCCIÓN EN
CORPORACIÓN SAETA S.A. LIMA 2015**

AUTORES

Bach. Falla Zúñiga Pedro José

Bach. Peralta Campos Tito Leodan

ASESOR

Dr. Mego Núñez, Onésimo

Pimentel, Diciembre de 2015

I. INTRODUCCIÓN

La presente propuesta básica está elaborada con el fin de poder desarrollar de una mejor manera y de forma sostenida, la competitividad en la empresa constructora Corporación Saeta en el sector de la construcción en la ciudad de Lima. Para ello, se han formulado estrategias, las cuales buscan cumplir con el objetivo establecido en la presente propuesta, donde se busca la correcta implementación de un sistema de gestión ambiental.

La finalidad de ofrecer una herramienta que contribuya a la adecuada gestión ambiental y que a su vez sirva de guía documental aplicable a otras empresas.

Este documento presenta una serie de estrategias que serán entregadas a los directivos de Corporación Saeta con el fin de llevar a cabo las actividades planteadas para así obtener el resultado esperado. Las estrategias están contempladas para que sean ejecutadas en un periodo de un año.

II. CONCEPTOS GENERALES

La Organización Internacional de la Normalización promulgó una serie de estándares internacionales para la gestión ambiental llamadas ISO 14000, en octubre de 1996. Estos estándares han revolucionado la forma en que actualmente las organizaciones manejan sus asuntos ambientales, debido a que éstos proveen un lenguaje común para la gestión ambiental.

Actualmente, a pesar de no ser un requisito legal para la empresa, el establecimiento de un sistema de gestión ambiental, en los mercados de la Unión Europea y otras partes del mundo son considerados como aspectos importantes. Los estándares ISO 14000 comprenden las siguientes normas:

Sistema de Gestión Ambiental

ISO 14004 Guía general

ISO 14001 Especificación con guía para su utilización.

Auditoría Ambiental

ISO 14010 Principios generales.

ISO 14011-1 Auditoría de los sistemas de gestión.

ISO 14011-2 Auditoría de cumplimiento.

ISO 14011-3 Auditoría de declaración.

ISO 14012 Calificación del auditor.

ISO 14013 Gestión de los programas de auditoría.

ISO 14014 Revisiones iniciales.

Etiquetaje Ambiental

ISO 14020 Principios generales.

ISO 14021 Auto declaración.

ISO 14022 Símbolos.

Normas ISO 14001

Las normas ISO 14001 son un conjunto de normas que constituyen un modelo uniforme para un sistema de gestión ambiental. La ISO 14001 fue elaborada por el Comité Técnico ISO/TC 207 Gestión Ambiental en colaboración con el Comité Europeo de Normalización (CEN) y aprobada por el CEN el 21 de Agosto de 1996. Esta norma se elaboró a partir de la norma “Sistema de Gestión Ambiental” de 1992 del Instituto Británico de Normas (BSI).

Sistemas de gestión ambiental (SGA)

Según el reglamento europeo (CEE) N ° 1836/93 El sistema de gestión ambiental es aquella parte del sistema general de gestión que comprende la estructura organizativa, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para determinar y llevar a cabo la política ambiental. Un sistema de gestión ambiental (SGA) permite a una organización alcanzar y mantener un funcionamiento de acuerdo con las metas que se ha establecido, y dar una respuesta eficaz a los cambios de las presiones reglamentarias, sociales, financieras y competitivas, así como a los riesgos ambientales.

Por lo tanto aportará la base para encausar, medir y evaluar el funcionamiento de la empresa, con el fin de asegurar que sus operaciones se lleven a cabo de una manera consecuente con la reglamentación aplicable y con la política ambiental que la empresa ha definido.

Política Ambiental

La política ambiental es una declaración realizada por la organización, relativa a sus intenciones y principios sobre su comportamiento ambiental global, que proporciona un entorno para su actuación y para el establecimiento de sus metas y objetivos ambientales. Como “requisito fundamental” para el establecimiento de la política ambiental de la empresa, se hace necesario el compromiso de la Alta Dirección, el cual se refiere a una plena concientización del comportamiento ambiental, de las acciones posteriores a realizar y de la gestión que realizarán en conjunto, todos los miembros de la empresa. Por lo tanto la política ambiental deberá detallar las líneas generales de actuación de la empresa en el campo ambiental.

III. OBJETIVOS

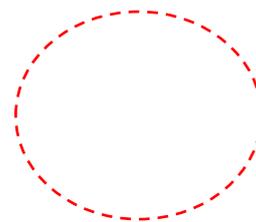
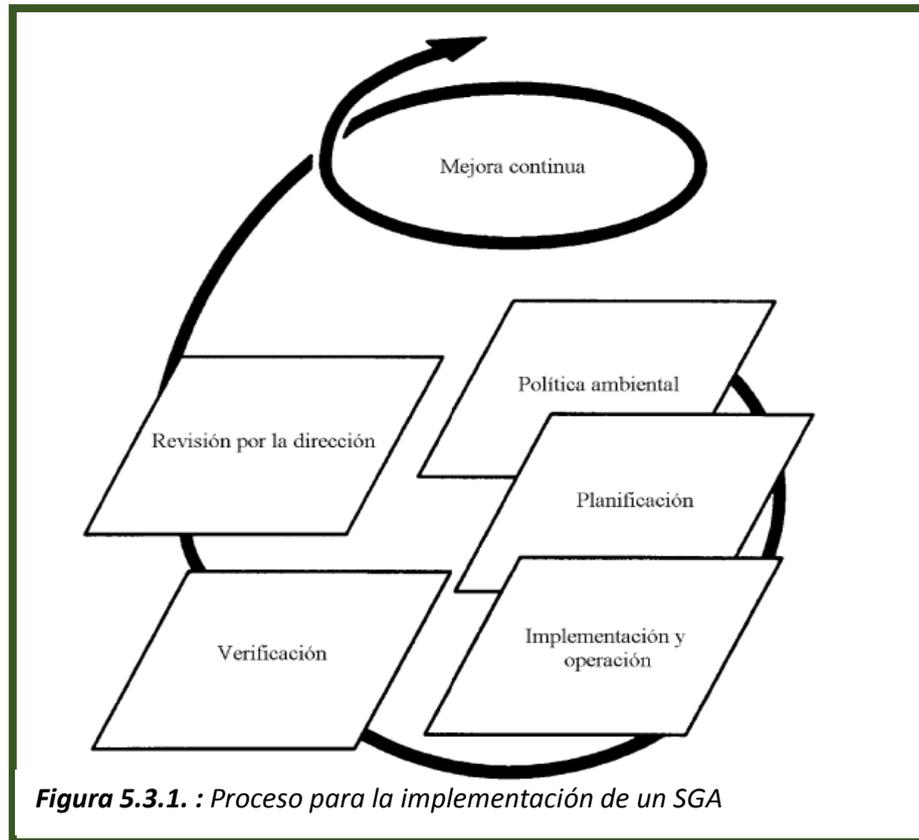
Objetivo general

Implementación de un Sistema de Gestión Ambiental (S.G.A.) –
Bajo la norma ISO 14001 en Corporación Saeta S.A.

Objetivos específicos

- i) Elaborar una política medio ambiental.
- ii) Elaborar una planificación del SGA.

Proceso para la implantación de un sistema de gestión ambiental



Fuente: Norma Internacional ISO 14001 - 2004

La propuesta elaborada, contempla las dos primeras etapas de la implementación de un SGA. Nos referimos a:

- a) Política ambiental
- b) Planificación

Dado que las siguientes fases, son referentes a la puesta en marcha de las dos primeras. Esta labor, se espera, sea llevada a cabo por la Corporación Saeta.

IV. OPERACIONALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

Tabla 5.4.1. Operacionalización de la propuesta

OBJETIVO	ACTIVIDADES	META	RESPONSABLE DE EJECUCIÓN
Elaborar una política medio ambiental	Buscar políticas ambientales de empresas similares	Contar con el documento específico para su posterior difusión	Líder de implementación
	Evaluar los requerimientos de la norma y las políticas corporativas		Comité ambiental
	Realizar la revisión ambiental inicial		Equipo de revisión / Gerencia General
	Identificar los aspectos ambientales		Equipo de revisión / Gerencia General
	Plantear objetivos ambientales		Comité ambiental / Gerencia General
	Aprobar la política		Gerencia General
	Capacitar a los empleados		Líder de implementación
	Verificar el entendimiento de la política		Comité ambiental
Comunicar la nueva política ambiental elaborada		Gerencia General	
Elaborar una planificación del SGA	Identificar los requisitos legales	Establecer el proceso de identificación y evaluación de aspectos ambientales significativos asociados a las actividades.	Comité ambiental / Gerencia General
	Desarrollar programas de G.A.		Comité ambiental / Gerencia General
	Desarrollar una estructura y responsabilidades		Comité ambiental / Gerencia General
	Desarrollar un manual de G.A.		Comité ambiental / Gerencia General

V. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 5.5.1. Cronograma de actividades

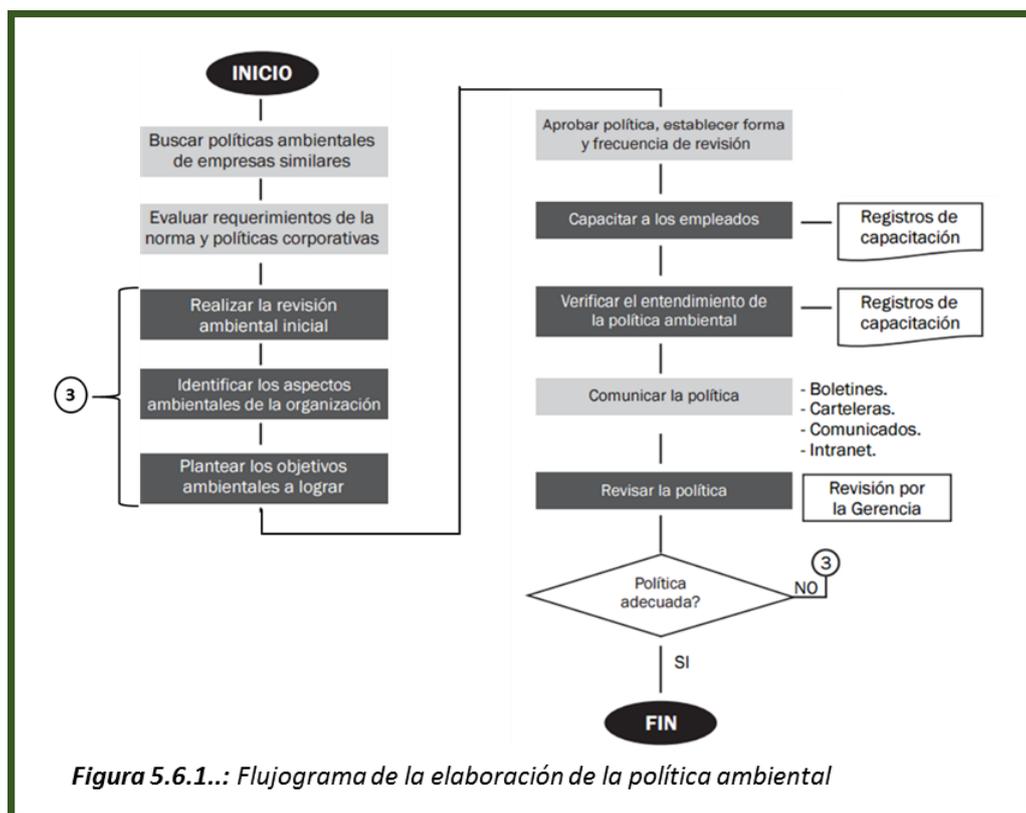
		2016											
OBJETIVO	ACTIVIDAD	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ELABORAR UNA POLITICA AMBIENTAL	Buscar políticas ambientales de empresas similares	X											
	Evaluar los requerimientos de la norma y las políticas corporativas	X											
	Realizar la revisión ambiental inicial		X										
	Identificar los aspectos ambientales		X										
	Plantear objetivos ambientales			X									
	Aprobar la política					X							
	Capacitar a los empleados						X	X					
	Verificar el entendimiento de la política								X	X			
	Comunicar la nueva política ambiental elaborada										X	X	
ELABORAR UNA PLANIFICACIÓN DEL SGA	Identificar los requisitos legales	X											
	Desarrollar programas de G.A.				X								
	Desarrollar una estructura y responsabilidades				X								
	Desarrollar un manual de G.A.					X							

VI. RECURSOS.

Relacionados con el objetivo específico número uno.

Elaborar una política ambiental

Flujograma para la elaboración de una política ambiental en Corporación Saeta S.A.



Fuente: Elaboración propia.

Actividades.

1. Buscar políticas ambientales de empresas similares.

Vía internet, por petición directa o por medio de reportes ambientales, se puede acceder a políticas ambientales de empresas

que operen en el mismo sector. Esto permitirá darse una idea de lo que debe contener una política y evaluarla según los requisitos de la norma, para así elaborar una política ambiental más completa.

2. Evaluar los requerimientos de la norma y las políticas corporativas

Los requerimientos exigidos por la norma deben ser discutidos y homologados por parte del Comité Ambiental, así mismo debe definirse la estructura que deberá tener la política y el grado de profundidad de la misma. Así mismo, deben revisarse las políticas corporativas de la empresa: Misión, visión y valores, para modificarlos si se encuentra que no hay un enlace lógico.

4.1. Realizar la revisión ambiental inicial

Esta revisión se hace para identificar el estado actual de la organización en su gestión ambiental, requerimientos legales, aspectos ambientales y posibles objetivos. El desarrollo de dicha revisión y los temas que debe contener son parte de otro documento a ser publicado "Evaluaciones Ambientales".

4.2. Identificar los aspectos ambientales

Esta identificación es un requisito del numeral 4.3.1 de la norma ISO 14001, del cual se ha desarrollado un documento titulado "Evaluación de Aspectos Ambientales", y que debe hacerse para garantizar el cumplimiento del literal a) de la Política Ambiental: "sea apropiada para la naturaleza, escala e impacto ambiental de sus actividades, productos o servicios". Para la organización deben estar claros los aspectos ambientales significativos de la misma y éstos, de una manera general, deben estar consignados en la política.

4.3. Plantear los objetivos ambientales

La definición de los objetivos y metas corresponden al numeral 4.3.3 de la norma ISO 14001, y deben plantearse, así sea de una manera no formal, para garantizar el cumplimiento del literal d) de la norma: "proporciona el marco para establecer y revisar los objetivos y metas ambientales", lo cual es sólo posible si se conocen dichos objetivos.

Para definir los objetivos se deben tener en cuenta los aspectos ambientales significativos (párrafo 2 del numeral 4.3.3 de la norma ISO 14001), por lo que muchas veces al garantizar que la política sea apropiada para las actividades, productos o servicios de la organización, se incluye el marco de referencia para los objetivos ambientales.

5. Aprobar la política

Gerencia General aprueba la política ambiental, se consigna en el acta dicha aprobación y se autoriza el mecanismo para difundirla.

6. Capacitar a los empleados

Cuando se capacita a los empleados en la política ambiental, se está también cumpliendo con el literal a) del numeral 4.4.2 de la norma ISO 14001 de Entrenamiento, Conocimiento y Competencia: "Se debe establecer y mantener procedimientos para que sus empleados o miembros, en toda función o nivel pertinente, tengan conocimiento sobre la importancia de la conformidad con la política y procedimientos ambientales, al igual que con los requisitos del sistema de gestión ambiental". Esta actividad es necesaria para garantizar dos requerimientos de la norma en cuanto a la política: Debe ser implementada y debe ser comunicada a todo el personal.

7. Verificar el entendimiento de la política ambiental

A través de exámenes o auditorías internas debe comprobarse si efectivamente se ha entendido, para así garantizar que se cumple

8. Comunicar la política

Aprobada la política ambiental, deberá ser comunicada a varios grupos interesados durante diferentes etapas del proceso de implementación del SGA. En la siguiente tabla 5.6.1.7. se muestran los posibles grupos, las herramientas con las cuales se puede publicar la política, y la fase de la implementación del SGA en la que se puede hacer.

TABLA 5.6.1.7. Pasos para comunicar la política ambiental

Fuente: Elaboración propia.

QUÍENES	COMO	CUÁNDO
Empleado	Entrenamiento elemental, carteleras.	Implementación y operación del SGA
Visitantes	Carteleras, folletos	Después de haber sido publicada la política
Proveedores	Carta con cuestionario para evaluar el desempeño ambiental de los proveedores	Cuándo, dentro de la implementación del SGA, se debe trabajar con ellos.
Clientes importantes, autoridades	Carta personal	Después de haber sido publicada la política
Otros clientes	Folleto	Después de haber sido publicada la política
Comunidad	Medios web, redes sociales.	Después de haber sido publicada la política

Díptico de la Política Ambiental de Graña y Montero

<p>GRAÑA y MONTERO</p>	<p>GRAÑA y MONTERO</p> 
<p>Política Ambiental</p>	<p>Política Ambiental</p>
<p>En Graña y Montero el respeto por el ambiente y su conservación, así como el cumplimiento de las normas ambientales, son compromisos fundamentales durante el desarrollo de todas nuestras actividades, compromisos que hacemos viables a través de la aplicación de Instrumentos de Gestión Ambiental compatibles con los principios de Desarrollo Sostenible. Asimismo, todos nuestros trabajadores son responsables de un desempeño ambiental individual y colectivo acorde con los compromisos establecidos en esta política.</p> <p>En tal sentido nos comprometemos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un esfuerzo continuado en identificar, prevenir y minimizar impactos ambientales negativos, derivados de nuestras actividades, instalaciones y servicios, y procurar una utilización eficiente de los recursos energéticos y de las materias primas. - Identificar y gestionar nuestros aspectos ambientales significativos, en concordancia con el principio básico de la prevención, en todas las etapas de nuestra intervención, desde la evaluación y planificación inicial de proyectos hasta la gestión de operaciones y abandono de las mismas. - Tener en cuenta consideraciones de COSTO-BENEFICIO en la selección de las medidas tecnológicas aplicadas para la solución de los problemas ambientales. - Colaborar con nuestros clientes, socios, entidades públicas y la comunidad, en la búsqueda de soluciones razonables, a los problemas ambientales planteados. - Utilizar criterios razonables para la evaluación y selección de nuestros subcontratistas y proveedores, exigiéndoles un desempeño ambiental acorde con el establecido internamente. - Favorecer la comunicación interna y externa relativa a nuestros aspectos ambientales y nuestro desempeño ambiental, con criterios de transparencia. - Planificar la gestión ambiental mediante estrategias y programas que puedan ser evaluados, definiendo los mecanismos necesarios para lograr los objetivos previstos. Asimismo, proveer los recursos necesarios para el desarrollo de los planes de gestión ambiental establecidos para cada proyecto. - Promover el desarrollo de una cultura de respeto ambiental en todo nuestro personal, bajo el concepto de apoyar el Desarrollo Sostenible de la Sociedad, lo cual implica, satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de que las futuras generaciones satisfagan las propias. 	<p>Nuestro compromiso ambiental se fundamenta en principios básicos que constituyen la columna vertebral de nuestra política.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El respeto pleno del derecho de las personas a una vida saludable en un ambiente productivo y equilibrado. - La conservación y aprovechamiento sostenible de la diversidad biológica, social y cultural. - El uso racional de los recursos naturales, logrando el máximo beneficio económico por unidad de recurso utilizado. - La reducción de residuos, emisiones y vertimientos, y el control de los factores generadores de impactos. - Privilegiar la prevención ante la remediación, bajo el concepto de que esta última es más costosa y menos eficaz. - La aplicación de programas de mejora continua y el establecimiento de objetivos y metas. <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  José María Quezada Presidente </div> <div style="text-align: center;">  Carlos Montero Graña Vicepresidente </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  Juan Manuel Lambert Herra Gerente General GYM </div> <div style="text-align: center;">  Francisco Quintero Saiz Gerente General GMP </div> <div style="text-align: center;">  Walter Sika Santibañán Gerente General GMR </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  Jaime Ochoa Roto Gerente General GMD </div> <div style="text-align: center;">  Jaime Targemón Arco Gerente General OONCAR </div> <div style="text-align: center;">  Antonio Rodríguez Carabán Gerente General Larcomar </div> </div>

Figura 5.6.2. : Díptico de la política ambiental de GyM

Fuente: Portal web oficial de Graña y Montero.

Relacionados con el objetivo específico número dos.

Elaborar una planificación del SGA

1. Identificar los requisitos legales

Se identifica y se documenta lo que se cumplirá de la legislación vigente. Por lo tanto es necesario conocer toda la legislación y las regulaciones medioambientales relevantes a las que estará sujeta la empresa.

- a. Ley General del Ambiente 28611.
- b. Código Penal (Título XIII – Delitos contra la ecología)
- c. Ley General de Residuos Sólidos 27314.
- d. Reglamento de la Ley General de Residuos.
- e. Ley General de Aguas 17752.
- f. Ley Marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental 28245.
- g. Reglamento de la Ley Marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental.
- h. Ley de creación del Consejo Nacional del Ambiente 26410.
- i. Ley de creación del Fondo Nacional del Ambiente 26793.
- j. Reglamento Nacional para la aprobación de Estándares de Calidad Ambiental y Límites Máximos Permisibles.
- k. Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para el Suelo.

2. Desarrollar programas de G.A.

Los programas de gestión ambiental determinan exactamente qué acciones se requieren para mejorar. Son una fórmula detallada para cumplir los objetivos y las metas detalladas.

Tabla. 5.6.2.1 Plantilla para desarrollar programas de gestión medioambiental.

PROGRAMA DE GESTIÓN AMBIENTAL	
Nombre de la compañía:	Versión del documento:
Departamento:	Fecha de expedición/revisión:
Actualizado por:	Sustituye la versión:
Aprobado por:	Página de
Título del programa:	
Otros implicados:	Programa N°:
	Asignación Presupuestaria:
Objetivo del programa	
Descripción del programa	
Objetivos específicos del programa	Persona responsable y fecha límite
1	1
2	2
3	3
4	4
Fecha de Inicio del programa::	Fecha límite del programa:

Fuente: Manual de SGA. Roberts H.; Robinson G.

3. Desarrollar una estructura y responsabilidades

La estructura que se adopte será exclusiva, que va acorde a la realidad de la empresa. La estructura puede ser jerárquica con un jefe ejecutivo y un número creciente de colaboradores y cada uno en niveles de dirección inferiores, no obstante también podría ser más plano. Las responsabilidades se refiere a las funciones y competencias del personal relevante requerido para asegurar le eficacia del SGA y de la estructura elegida. Se diseñarán puestos adicionales a los existentes, los cuales permitirán un buen desarrollo de la gestión de los aspectos ambientales, los registros, los procedimientos, las instrucciones de trabajo, las revisiones, etc.

Nuevos Puestos:

1. Responsable de la gestión ambiental

Funciones:

- a. Preparar el programa de auditorías internas del SGA basada en la importancia ambiental de la actividad implicada.
- b. Asegurar el cumplimiento del programa de auditorías.
- c. Seleccionar los auditores ambientales que deben conducir las auditorías.
- d. Revisar los informes provenientes de las áreas implicadas.
- e. Realizar el seguimiento de las solicitudes de acción correctiva.
- f. Evaluar la probabilidad de que ocurra una no conformidad.
- g. Designar a la persona que implemente las acciones preventivas.
- h. Supervisar que todo el personal se encuentre capacitado y tenga conocimiento sobre el SGA.
- i. Elaborar el plan de formación, coordinarlo con el Jefe del Área de Producción.
- j. Coordinar con la Gerencia General la elaboración del cronograma de la revisión.
- k. Organizar las reuniones que se llevarán a cabo para la realización de la revisión por la Gerencia General.

2. Asistente del Responsable del SGA

Funciones:

- a. Se encarga de recepcionar los documentos e informes provenientes de las personas implicadas en el SGA.

- b. Organizar los archivos, y gestionar la información y documentación que es indispensable para actividades definidas por el responsable del SGA.
- c. Se encarga de brindar el código correspondiente para que se efectúen las comunicaciones de tipo internas y externas.
- d. Elaborar documentos que son destinados a las personas implicadas.

3. Capacitador

El capacitador podrá ser personal interno o externo, dependiendo de las necesidades de capacitación del personal implicado. En el caso que se necesite capacitadores externos a la organización, el Responsable del SGA presentará un plan de capacitación general indicando el personal externo idóneo (ya sea organizaciones o personas capacitadas) para realizar las actividades de capacitación. La elección de los mismos dependerá de la Gerencia General.

Funciones:

- a. Es el responsable de realizar la capacitación y el entrenamiento en los aspectos considerados en el plan y según la necesidad de la labor que desempeñan los trabajadores.

4. Jefe del Área de Producción

Funciones:

- a. Evaluar los sucesos de incidencia ambiental, dando soluciones rápidas y eficaces a los trabajadores de la sección donde se ocasiona el suceso.
- b. Elaborar parámetros promedios óptimos de niveles de emisión, generación de residuos, consumos de recursos.

- d. Es el responsable de asegurar que los empleados a su cargo hayan recibido la capacitación sobre el SGA y el entrenamiento específico sobre los elementos del SGA que corresponden a su área.
- e. Cuantificar los indicadores referentes a los consumos de recursos, generación de residuos y derrames accidentales.

4. Desarrollar un manual G.A.

Esta documentación debe ser sencilla, organizada y lógica. Aquí entra en juego el MGA (Manual de Gestión Ambiental). Es la herramienta central o de referencia de los documentos clave que se requieren para mantener y auditar el SGA a lo largo del tiempo. Debe proporcionar la información necesaria para identificar y localizar documentos y explicar la relación entre ellos. Se puede desarrollar un sistema de referencias que sea lo bastante consistente para integrar la documentación existente.

Tabla 5.6.2.2. Referencias para el control y correlación de los documentos.

PREFIJO	DESCRIPCIÓN
RAC001	Registro de autorización y corrección del manual de gestión ambiental 001
PMA001	Política Medio Ambiental 001
PA16001	Plan de auditoría, desarrollado para 2016, plan 001
IA16001	Informe de auditoría, desarrollado para 2016, informe 001
CA16001	Calendario de auditoría, desarrollado para 2016, calendario 001
CHK001	Lista de comprobación 001
PGA001	Programa de Gestión Ambiental 001
INC001	Informe de no cumplimiento 001
OYM001	Objetivos y metas 001
PROC001	Procedimiento 001
RAI001	Registro de aspecto e impactos 001
RLR001	Registro de legislación y regulaciones 001
ERMA001	Estructura y responsabilidad medio ambiental 001

Fuente: Manual de SGA. Roberts H.; Robinson G.

VII. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Presupuesto por actividades

Tabla 5.7.1. Búsqueda de políticas ambientales de empresas similares

ACTIVIDAD					
Buscar políticas ambientales de empresas similares					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Líder de implementación	mes	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	
					S/. 1,500.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.2. Evaluación de los requerimientos de la norma y políticas corporativas / Identificar los requisitos legales.

ACTIVIDAD					
Evaluar los requerimientos de la norma y las políticas corporativas / Identificar los requisitos legales					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Líder de implementación	mes	1	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	
Asistente de líder	mes	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	
Ingeniero ambiental	mes	1	S/. 2,200.00	S/. 2,200.00	
Auditor	mes	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	
Asesor legal	mes	1	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	
					S/. 9,800.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.3. Revisión ambiental inicial / Identificación de los aspectos ambientales.

ACTIVIDAD					
Realizar la revisión ambiental inicial / Identificar los aspectos ambientales					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Jefe del equipo de revisión	mes	1	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	
Ingeniero ambiental	mes	1	S/. 2,200.00	S/. 2,200.00	
Especialista	mes	1	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	
asistente	mes	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	
					S/. 8,500.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.4. Planteamiento de objetivos ambientales.

ACTIVIDAD					
Plantear objetivos ambientales					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Asistente de líder	mes	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	
Ingeniero ambiental	mes	1	S/. 2,200.00	S/. 2,200.00	
Auditor	mes	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	
Asesor legal	mes	1	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	
					S/. 7,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.5. Capacitación a los empleados

ACTIVIDAD					
Capacitar a los empleados					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Líder de implementación	mes	2	S/. 2,800.00	S/. 5,600.00	
Hojas bond	millar	2	S/. 40.00	S/. 80.00	
Lapiceros	millar	1	S/. 20.00	S/. 20.00	
Coffee Break	día	40	S/. 12.00	S/. 480.00	
Ponente	mes	2	S/. 2,000.00	S/. 4,000.00	
Capacitador	mes	2	S/. 1,800.00	S/. 3,600.00	
					S/. 13,780.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.6. Verificación del entendimiento de la política

ACTIVIDAD					
Verificar el entendimiento de la política					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Líder de implementación	mes	2	S/. 2,800.00	S/. 5,600.00	
Asistente de líder	mes	2	S/. 1,000.00	S/. 2,000.00	
Ingeniero ambiental	mes	2	S/. 2,200.00	S/. 4,400.00	
Auditor	mes	2	S/. 2,000.00	S/. 4,000.00	
					S/. 16,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.7. Comunicación de la nueva política elaborada.

ACTIVIDAD					
Comunicar la nueva política ambiental elaborada					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Carteleras	millar	1	S/. 500.00	S/. 500.00	
Folletos	millar	2	S/. 400.00	S/. 800.00	
Trípticos	millar	2	S/. 460.00	S/. 920.00	
Cartas	ciento	2	S/. 200.00	S/. 400.00	
Diseñador web	contrato	1	S/. 1,900.00	S/. 1,900.00	
					S/. 4,520.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.8. Desarrollo de los programas de G.A. / Desarrollo de la nueva estructura y responsabilidades.

ACTIVIDAD					
Desarrollar programas de G.A. / Desarrollar una estructura y responsabilidades					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Líder de implementación	mes	1	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	
Asistente de líder	mes	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	
Ingeniero ambiental	mes	1	S/. 2,200.00	S/. 2,200.00	
Auditor	mes	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	
Asesor legal	mes	1	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	
					S/. 9,800.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.9. Aprobación de la Política Ambiental / Desarrollo del manual de G.A.

ACTIVIDAD					
Aprobar la política / Desarrollar un manual de G.A.					
Recurso	Unidad	Cantidad	Precio	Parcial S/.	Subtotal
Líder de implementación	mes	1	S/. 2,800.00	S/. 2,800.00	
Asistente de líder	mes	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	
Ingeniero ambiental	mes	1	S/. 2,200.00	S/. 2,200.00	
Auditor	mes	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	
Asesor legal	mes	1	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	
					S/. 9,800.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.7.10. Presupuesto resumen

Descripción	Costo S/.
Buscar políticas ambientales de empresas similares	S/. 1,500.00
Evaluar los requerimientos de la norma y las políticas corporativas / Identificar los requisitos legales	S/. 9,800.00
Realizar la revisión ambiental inicial / Identificar los aspectos ambientales	S/. 8,500.00
Plantear objetivos ambientales	S/. 7,000.00
Capacitar a los empleados	S/. 13,780.00
Verificar el entendimiento de la política	S/. 16,000.00
Comunicar la nueva política ambiental elaborada	S/. 4,520.00
Desarrollar programas de G.A. / Desarrollar una estructura y responsabilidades	S/. 9,800.00
Aprobar la política / Desarrollar un manual de G.A.	S/. 9,800.00
COSTO TOTAL	S/. 80,700.00

SON: OCHENTA MIL SETECIENTOS Y 00/100 NUEVOS SOLES

Fuente: Elaboración propia.

Financiamiento

El financiamiento total de la propuesta está a cargo de la empresa Corporación Saeta S.A. El monto total asciende a la suma de S/: 80,700.00 calculado para el período 2016.

Evaluación costo – Beneficio

Tabla 5.7.11. Costo – Beneficio

BENEFICIOS	COSTO
1 Mejora la imagen de la organización.	
2 Genera credibilidad y confianza de los clientes y comunidad.	
3 Reducción del gasto en energía eléctrica, combustibles, agua y materias primas.	
4 La posibilidad de obtener méritos en concursos públicos.	
5 Cumplimiento de requisitos de clientes sensibles al tema ambiental.	
6 Aseguramiento del control y cumplimiento de gran número de requisitos legales.	
7 Crea un clima interno que favorece la cohesión de la organización, incrementa el prestigio y confianza.	S/. 80,700.00
8 Mejora de la calidad de los servicios y mejora la eficiencia en el desarrollo de las actividades.	
9 Fomenta la creatividad y la participación del personal, para afianzar y complementar otros sistemas de gestión.	
10 Mayores oportunidades de mercado.	
11 Gracias a la documentación de procedimientos e instrucciones de trabajo se pueden tomar medidas correctoras y preventivas	

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

A continuación, se enumera las conclusiones de la investigación basadas en los objetivos propuestos y a partir del análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas y la discusión de los mismos, las conclusiones empiezan por el objetivo general y para terminar se responde a cada objetivo específico.

- a. La gestión ambiental impacta de forma positiva o negativa en la competitividad de la empresa de manera en cómo se gestione. Los resultados obtenidos muestra el promedio de la variable independiente (Gestión Ambiental) en un 3.56 (tabla 4.2.1.5) la cual indica que se si se está trabajando en esta variable y esto impacta en la variable dependiente (Competitividad) que tiene un promedio de 3.34 (tabla 4.2.1.5), la cual se ve reflejada en la prueba de hipótesis con un indicador de 0.667 de relación positiva entre ambas variables, en una medida de 0 a 1 se puede decir que está en un nivel bueno, entendiendo esta lógica, se concluye que si se trabaja más en la gestión ambiental la empresa será más competitiva.

- b. Se determinó que en Corporación Saeta S.A. no se cuenta con un proceso de Gestión Ambiental establecido, sin embargo, en las dimensiones y sus indicadores propuestos para medir esta variable, se puede observar que se lleva unos procesos implícitos y se cumple en la siguiente medida. En la eco – eficiencia. La empresa reduce el uso de la materia prima en un 62.5%, minimiza el uso de energía eléctrica en un 62.5%, se preocupa por reducir los tóxicos que se disipan en un 55%, tiene un plan que aumente la reciclabilidad de los materiales de la empresa en un 55%, hace uso de recursos renovables en un 50% y la preocupación por extender la durabilidad de sus productos en un 57.5%.

Programa de minimización de los desechos se tiene conocimiento de la cantidad de desechos que la empresa produce en un 52.5%, se cuenta con un plan que ayude a prevenir la cantidad de desechos excesivos en un 55%, se cuenta con un programa para reducir los desechos en un 47.5%, se hace re – uso de sus desechos en un 55% y se recicla desperdicios renovables en la empresa en un 55%. Referente a la última dimensión, sistemas de gestión ambiental, un 45% de las personas encuestadas respondieron que Corporación Saeta definitivamente no cuenta con la norma internacional ISO 14001.

Se concluye que el proceso que se sigue, como se ha visto, es trabajar en la eco-eficiencia seguido por contar con un programa de minimización de los desechos ambos procesos en nivel medio de aplicación.

- c. En cuanto al proceso de la competitividad en Corporación Saeta S.A. se determinó que se basa en estrategias competitivas y manejo de las fuerzas de Porter, las actividades de cada proceso se realizan en los siguientes porcentajes. Estrategia de diferenciación. En producto en un 55%, en tecnología en un 47.5% y por la calidad de sus procesos en un 47.5%. Referente a liderazgo en costos en un 50%. En cuanto al manejo de las fuerzas competitivas se trabaja en la influencia de los proveedores, la influencia de los compradores, la amenaza de los productos sustitutos y por último la rivalidad entre competidores existentes todo esto reflejado que se lleva a cabo en el promedio de las variables por indicador (tabla 4.2.1.3). Se concluye que se tiene mayor competitividad aplicando las estrategias de

diferenciación y liderazgo en costes según la tabla 4.2.1.3. sobre las fuerzas de la industria.

- d. A partir de la prueba de la investigación, se obtuvo resultados que definen a las dimensiones de la gestión ambiental tales como la eco – eficiencia, Programa de minimización de los desechos y los sistemas de gestión ambiental son las que influyen en la competitividad de la organización.

6.2. Recomendaciones

- a. La alta gerencia debe dar prioridad y gestionar políticas ambientales para lograr una competitividad más notable en la empresa ya que esta agrega valor diferenciador en la industria de la construcción, también se sugiere que se implemente un programa de reciclaje y reutilización de los desperdicios lo cual reduce los costes de producción a largo plazo facilitando ser más competitivos en el mercado.
- b. Se debe implementar un proceso de gestión ambiental estandarizado dentro de la empresa, con el fin de que cada integrante que la conforme se enfoque en cumplir con los indicadores. Se recomienda poner en práctica los procesos de la base teórica de Gestión Ambiental planteada en esta investigación ya que sus indicadores se pueden medir fácilmente, también se recomienda poner énfasis en los sistemas de gestión ambiental los cuales son muy importante dentro de las empresas.
- c. Poner mayor énfasis en las estrategias competitivas tanto de diferenciación y liderazgo en costes, las cuales agregan mayor

competitividad en comparación a las fuerzas que afectan la industria que reflejan un menor porcentaje de promedio en los indicadores.

- d. Con el fin de tener mayor competitividad y buen criterio de opinión por parte de los colaboradores y clientes se debe establecer estrategias que deben ser escritas en un plan estratégico y materializado en una política ambiental de la empresa, después de esto concientizar a los colaboradores a través de un programa de capacitación con mención de la aplicación dentro de las actividades diarias de la empresa, también comunicar una imagen positiva en cuanto a la gestión ambiental a los clientes de Corporación Saeta S.A.

REFERENCIAS

Alarco, G., Anderson, C., Benzaquen, J., Chiri, A., Court, E., D'Alessio, F., Del Carpio, L., Fajardo, A., Figueroa, Iván., Goñi, N., Graham, A., Indacochea, A., Pino, R., Rodríguez, R., Torres-Zorrilla, J., Zúñiga, Tania., (2011). *Competitividad y desarrollo. Evolución y perspectivas recientes*. (1a edición). Lima: Planeta.

Blanco, C. M. (2004). *Gestión ambiental: Camino al desarrollo sostenible*. San José, Costa Rica: EUNED, Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Cosapi., (2015). *RSE. Respeto por el medio ambiente*. Recuperado de: <http://www.cosapi.com.pe/Site/Index.aspx?aID=79>

Díaz, N. (2014). *Responsabilidad social empresarial y creación de valor compartido, Sostenibilidad gerencial*. Consultado en: <http://www.spentamexico.org/v9-n3/A10.9%283%29127-144.pdf>

Escuela de organización industrial, páginas 10 a 80, recuperado desde: <http://www.eoi.es> DOI: api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67230/componente67228.pdf

Flórez, P., y Jiménez, S., (2007). *Sistemas de gestión ambiental como estrategia de competitividad en la industria química*. Caso de implantación: Colorquímica S.A.: Universidad de Antioquia, páginas 97 a 103 recuperado, desde: http://www.lasallista.edu.co/fxcul/media/pdf/RevistaLimpia/vol2n2/PL_V2N2_96-104_colorquimica.pdf

Glasgow, P., Robinson, W., y Jacobson, J., (1995). *Programa de introducción a la educación ambiental para maestros e inspectores de enseñanza primaria*. UNESCO. Bilbao: Los libros de la Catarata.

Hamann A. (2013). *El marketing verde. Un compromiso de todos*. Lima: Universidad Esan. Consultado en: http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2013/06/11/tiempo_de_opinion_antonieta_hamann.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*, (Quinta edición). México: Interamericana editores, S.A.

Izaguirre, J., Vicente, A., y Tamayo, U., (2007). *Medio ambiente y competitividad ¿obstáculo u oportunidad?* Vol. 1. Universidad del País Vasco.

Lima, C. (2012). *Estrategias de Competitividad para PYMES*. Recuperada de: Repositorio digital de la Facultad de Ingeniería –UNAM. Recuperado desde: <http://132.248.52.100:8080/xmlui/handle/132.248.52.100/2171>

Loayza, G., y Curasma, S., (2014). *Gestión empresarial, nivel de competitividad y productividad de empresas del sector textil de Huancayo*. Huancayo: Universidad Continental, páginas 15 a 23 recuperado desde: <http://journals.continental.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/238/234>

Lucero, A. J. (2014). *Diseño de un sistema de gestión ambiental bajo la norma iso 14001:2004 en el bloque Tigüino que opera la empresa Petrobell Inc. Grantmining S.A., en la provincia de Orellan*. Quito: Universidad Central de Ecuador. Recuerdo de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2287?mode=full>

Municipalidad Provincial de Chiclayo. (2012). *Plan integral de gestión ambiental de residuos sólidos de la provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque*. Chiclayo: recuperado desde, www.munichiclayo.gob.pe/Documentos/PIGARSchiclayo.pdf

Narciso, B. (2011). *De la micro Competitividad a la competitividad nacional*. Cuadernos de investigación EPG de la UPC. Edición N° 14, pag 1 – 11. Recuperado de <http://www3.upc.edu.pe/bolsongei/bol/29/755/DE%20LA%20MICRO%20COMPETITIVIDAD%20A%20LA%20COMPETITIVIDAD%20NACIONAL.pdf>

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2013) *Metodología de la investigación*. (4ª edición). Ediciones de la U.

Oyarce, J., (2013). *Excelencia empresarial y competitividad: ¿Una relación fructífera?* En revista Panorama socioeconómico. Talca: Universidad de Talca, páginas 58 a 63 recuperado, desde: http://www.panorama.otalca.cl/dentro/2013-07/5_Oyarce_2013.pdf

- Peña-Vinces, J. y Triguero, R, (2011). *Modelo de competitividad internacional de la empresa*: En economías en desarrollo y/o emergentes de Latinoamérica.
- Plaza, M. (2011). *Calidad y medio ambiente en pymes*. S.L. ediciones ceysa. Cano Pina.
- Porter, M., (1991) *La ventaja competitiva de las naciones*. (1ª edición). Buenos Aires: Javier Vergara Editor S.A.
- Pousa, L. X. M., & Ideas propias Editorial. (2006). *ISO 14001: un sistema de gestión medioambiental*. Vigo: Ideas Propias.
- Quevedo, G., (2011). *Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas*. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Rodriguez, A., Bañuelos, K., Rubio, B., y Chávez, J., (2010). *Factores Internos que afectan a la Competitividad en las Empresas de la zona sur de Tamaulipas*. Revista de la Ingeniería Industrial, vol. 4, páginas 1 – 13. Recuperado de <http://academiajournals.com/downloads/RodriguezGomez10.pdf>
- Soto Brito, H., (2007). *La competitividad de la industria del calzado en el Perú y sus proyecciones en el mediano plazo (caso PYME Tobbex International y el papel de CITECCAL)*. (Tesis de Maestría) Recuperado de Cybertesis UNMSM, Repositorio de tesis digitales. <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/3343>

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



ENCUESTA

RELACION ENTRE EL RESPETO AL MEDIO AMBIENTE Y COMPETITIVIDAD EN LA CORPORACIÓN SAETA S.A. LMA - 2015

Instrucciones: Lea con cuidado cada una de las siguientes preguntas y marque en el casillero el número que corresponda a la respuesta que considere correcta, en función de la siguiente serie.

5. Definitivamente Si, 4. Probablemente Si, 3. Indeciso,
2. Probablemente No, 1 Definitivamente No.

N°	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
ECO-EFICIENCIA						
01	¿La empresa se preocupa por reducir el uso de materia prima para preservar el medio ambiente?					
02	¿La empresa minimiza la energía eléctrica durante el desarrollo de una obra para lograr la eco-eficiencia?					
03	¿La empresa reduce la disipación de tóxicos que pueden afectar al medio ambiente?					
04	¿La empresa cuenta con un plan que aumente la reciclabilidad de los materiales?					
05	¿La empresa hace uso de los recursos renovables (energía eólica, solar, hidráulica, etc.)?					
06	¿La empresa se preocupara por extender la durabilidad de los productos para no volverse obsoletos en el corto tiempo?					
PROGRAMA DE MINIZACION DE DESECHOS						
07	¿La empresa tiene conocimiento de la cantidad de desechos que produce?					

08	¿La empresa cuenta con un plan que ayude a prevenir la cantidad de desechos excesivos?						
09	¿Se cuenta con un programa para reducir los desechos?						
10	¿La empresa hace re-uso de desechos?						
11	¿La empresa recicla desperdicios renovables?						
SISTEMAS DE GESTION AMBIENTAL							
12	¿En la empresa se llevan a cabo algunas prácticas de gestión ambiental especificadas en la Norma ISO 14001?						
13	¿La empresa cuenta con la Norma ISO 14001?						
DIFERENCIACION							
14	¿La empresa es competitiva diferenciando su producto?						
15	¿La empresa es competitiva diferenciando su tecnología?						
16	¿La empresa es competitiva diferenciando la calidad en sus procesos?						
LIDERAZGO EN COSTOS							
17	¿La empresa es competitiva por ser líder en costos bajos?						
INFLUENCIA DE LOS PROVEEDORES							
18	¿Los proveedores ofrecen productos que están diferenciados entre sí?						
19	¿No existe sustitutivo alguno del producto que ofrece el grupo proveedor?						
20	¿Los participantes de una industria se enfrentan a fluctuaciones en los costes y a proveedores inestables?						
INFLUENCIA DE LOS COMPRADORES							
21	¿Los productos de la industria están estandarizados o no se diferencian entre sí?						
22	¿Los compradores amenazan con retirarse y producir ese mismo producto si los vendedores son demasiado rentables?						
AMENAZA DE LOS SUSTITUTOS							
23	¿Productos sustitutos ofrecen una atractiva equiparación entre precio y prestaciones al producto de la industria?						
24	¿Para el comprador, el coste de pasarse a un producto sustituto es muy bajo?						
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES							
25	¿Los competidores son numerosos o muy parecidos en tamaño e influencia?						
26	¿Los rivales están altamente comprometidos con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo?						
27	¿Las barreras de salida son elevadas?						

Gracias por su tiempo

**ANEXO B: FOTOGRAFÍAS EN ZONA DE TRABAJO.
OBRA LLEVADA A CABO POR CORPORACIÓN SAETA.**



*Descripción: Staff de obra. Obra, Planta empacadora de Palta.
Cliente: Agrícola Cerro Prieto S.A. – Chepén, La Libertad 2015.*



*Descripción: Construcción de la nave de la Planta empacadora de Palta.
Cliente: Agrícola Cerro Prieto S.A. – Chepén, La Libertad 2015.*



Descripción: Vista exterior de la nave de la Planta empacadora de Palta.
Cliente: Agrícola Cerro Prieto S.A. – Chepén, La Libertad 2015.



Descripción: *Vista interior de la nave de la Planta empacadora de Palta una vez concluida.*

Cliente: Agrícola Cerro Prieto S.A. – Chepén, La Libertad 2015.