

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

LOS GRUPOS DE INTERÉS Y LA GESTIÓN AMBIENTAL EN LOS
SUPERMERCADOS UBICADOS EN LOS CENTROS COMERCIALES DE
PIURA AÑO 2020

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Relaciones Humanas Laborales

AUTOR(ES)

Br. FLORES GONZALES, Carlos Manuel

Br. MECA ESPINOZA, Jean Alexis

Jurado Evaluador:

Presidente : Dr. Luis Alberto Sánchez Pacheco

Secretario : Mg. Rosa Beatriz Vidalón Moreno

Vocal : Mg. Jorge Miguel Zapata Chau

ASESOR

Mg. GARCÍA GUTTI, Alan Enrique

CÓDIGO ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0518-4684>

Piura – Perú

2021

Fecha de sustentación: 2021/09/30

DEDICATORIA

A Dios, que sin su sabiduría y guía nos ha llevado a ser los profesionales que somos hoy en día.

A mis padres Manuel y Marina quienes, con su amor y paciencia, me enseñaron a ser una persona con valores, apoyándome en todo momento para alcanzar mis metas. A mis hermanas Katy y Marcia, sobrinas y cuñados, por estar a mi lado, durante todo este proceso.

Carlos

A mis padres Jean Y Lido, quienes me enseñaron a ser un profesional y una persona de bien. A mis hermanas Ginna y Grabiela, por su motivación continua y su apoyo incondicional. A mi hijo Jean Vasco, que es mi motor y motivo para salir adelante día a día.

Jean

AGRADECIMIENTO

A nuestras familias, quienes nos demostraron su apoyo incondicional, para poder llegar a culminar nuestra carrera profesional y a todas esas personas que estuvieron siempre con nosotras apoyándonos, orientándonos y contribuyendo de forma directa e indirecta en nuestro desarrollo profesional.

A nuestro asesor, por brindarnos su tiempo, conocimiento y apoyo.

A la Universidad Privada Antenor Orrego, por los grandes docentes que hemos tenido en cada etapa académica de nuestras vidas, porque nos han brindado sus mejores enseñanzas.

Carlos & Jean

RESUMEN

La presente tesis titulada “Los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020”, parte de una realidad problemática que nos llevó a plantearnos la siguiente pregunta ¿Cómo los grupos de interés inciden en la gestión ambiental en los super mercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020? La investigación tiene como objetivo principal determinar la incidencia de los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020. Para el presente estudio la población estuvo representada por las 37 personas, que son todo el comité de decisiones de cada super mercado de Piura año 2020. Para la presente investigación se aplicó el diseño básico correlacional. Se realizó la encuesta basada en las dimensiones y variables descritas en el marco teórico. Finalmente, en base a los resultados se concluyó que los grupos de interés inciden positivamente en la gestión ambiental de los super mercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, de acuerdo con la prueba Chi – cuadrado arrojó un valor de 25,139^a con 8 grados de libertad y una significancia de $0.001 < 0.05$, por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada, que el nivel de importancia que le dan a los grupos de interés en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, según un 46% de las encuestas es bajo, el nivel de gestión ambiental presente en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, según un 46% de las encuestas es alto y que existe una correlación alta entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicadas en los centros comerciales de Piura año 2020, en base a las pruebas Tau – b y Tau – c, las cuales arrojaron valores de 0.631 y 0.596 respectivamente, lo cual indica una alta correlación.

Palabras clave: grupos de interés, gestión ambiental.

ABSTRACT

The present thesis entitled "Stakeholders and environmental management in supermarkets located in the shopping centers of Piura year 2020", starts from a problematic reality that led us to ask ourselves the following question: How do stakeholders affect environmental management in supermarkets located in the shopping centers of Piura year 2020? The main objective of the research is to determine the incidence of stakeholders and environmental management in supermarkets located in the shopping malls of Piura in 2020. For the present study the population was represented by the 37 people, which are all the decision committee of each supermarket of Piura year 2020. For the present research, the basic correlational design was applied. The survey was conducted based on the dimensions and variables described in the theoretical framework. Finally, based on the results it was concluded that the stakeholders have a positive impact on the environmental management of the supermarkets located in the shopping centers of Piura year 2020, according to the Chi - square test yielded a value of 25.139a with 8 degrees of freedom and a significance of $0.001 < 0.05$, therefore, the hypothesis is accepted, that the level of importance given to the stakeholders in the supermarkets located in the shopping malls of Piura year 2020, according to 46% of the surveys is low, the level of environmental management present in the supermarkets located in the shopping malls of Piura year 2020, according to 46% of the surveys is high and that there is a high correlation between stakeholders and environmental management in the supermarkets located in the shopping malls of Piura year 2020, based on the Tau - b and Tau - c tests, which yielded values of 0.631 and 0.596 respectively, indicating a high correlation.

Keywords: interest groups, environmental management.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando el cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: “Los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020”, luego de haber culminado nuestros pasos por esta casa de estudio, donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, es producto de una investigación trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios; producto de la orientación y enseñanza desinteresada de nuestros docentes, siendo por ello oportuno para expresarles nuestro más sincero agradecimiento, para poder así brindar un aporte que servirá de base a futuros estudios relacionados con el tema en mención.

Por lo expuesto señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.

Atentamente,



Br. Flores Gonzales, Carlos Manuel



Br. Meca Espinoza, Jean Alexis

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Formulación del problema	2
1.1.1. Realidad problemática.....	2
1.1.2. Enunciado del problema	4
1.2. Objetivos	4
1.2.1. Objetivo general	4
1.2.2. Objetivos específicos.....	4
1.3. Justificación.....	5
II. MARCO DE REFERENCIA.....	6
2.1. Antecedentes del estudio	7
2.2. Marco teórico	11
2.2.1. Grupos de Interés.....	11
2.2.1.1. Definición	11
2.2.1.2. Gestión de los grupos de interés	12
2.2.1.3. Modelos de gestión de grupos de interés	14
2.2.1.4. Dimensiones.....	16
2.2.2. Gestión ambiental.....	17
2.2.2.1. Fundamentos de la gestión ambiental	18
2.2.2.2. Preceptos de la gestión ambiental.....	19
2.2.2.3. Dimensiones de la competencia organizacional	20
2.3. Marco conceptual	21
2.4. Sistema de hipótesis	22
2.5. Variables. Operacionalización de variables	23
III. METODOLOGÍA EMPLEADA.....	26
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	27
3.2. Población y muestra de estudio.....	27
3.3. Diseño de investigación.....	28

3.4. Técnicas e Instrumentos de colecta de datos	28
3.5. Procedimiento y análisis de datos	29
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	30
4.1. Análisis e interpretación de resultados	31
4.2. Docimacia de hipótesis.....	37
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	39
CONCLUSIONES.....	44
RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nivel de importancia de los grupos de interés.....	31
Tabla 2 Nivel de gestión ambiental	34
Tabla 3 Relación entre grupos de interés y gestión ambiental.....	37
Tabla 4 Prueba de chi-cuadrado	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dimensión responsabilidad	31
Figura 2 Dimensión gestión del desempeño	32
Figura 3 Dimensión cercanía.....	33
Figura 4 Dimensión liderazgo.....	34
Figura 5 Dimensión gestión del cambio social	35
Figura 6 Dimensión planificación.....	36

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del problema

1.1.1. Realidad problemática

Una teoría actualizada sobre el medioambiente, mencionada por Wagner (2016) hace referencia que lo primordial de los problemas ambientales en la sociedad actual está creciendo desde la perspectiva del consumidor, la legislatura, el gobierno y las empresas. En esta línea, diversos trabajos recientes apuntan a avances en el desarrollo de condiciones ambientales “verdes”. Desde esta perspectiva, y especialmente desde el punto de vista de la gestión empresarial, surge otro aspecto interesante a analizar, que es el esfuerzo medioambiental de las organizaciones y la relación entre la obtención de beneficios o el desarrollo de ventajas competitivas.

Para Wagner (2016) la legitimidad económica de la problemática empresarial es un factor clave en la integración e implementación de estas políticas por parte de un número significativo de empresas. Asimismo, según Magness (2015), la teoría de la legitimidad inicia del concepto de contratos sociales entre la empresa y la comunidad, planteando que la supervivencia y el desarrollo de la organización depende de su capacidad para alcanzar las metas deseadas en términos de visión económica, social y política. En estos aspectos, la importancia de los datos económicos corporativos es una cuestión de determinación de las prácticas de “legitimidad” que están incorporadas en la literatura sobre gestión empresarial. (Onkila, 2013)

Por otro lado, las partes interesadas ven la presión sobre las organizaciones como un incentivo para mejorar su desempeño financiero, no solo para asegurar su supervivencia, sino también para ser una fuente de valor para otros intereses como accionistas, proveedores, clientes, etc. (Lee, 2008)

A nivel nacional, Anton (2014) manifiesta la importancia de los grupos de interés como factores externos que pueden ser fuente de ventaja competitiva en el desarrollo de prácticas peruanas ambientales. Así, la literatura sobre grupos de interés y medio ambiente aporta evidencia positiva en la implementación de sistemas de gestión ambiental. Las iniciativas específicas del cliente, con el aprendizaje y los avances proporcionados por los propios socios, permiten a la empresa participar en determinadas redes para mejorar su imagen y capacidades.

En el ámbito de la gestión empresarial, los grupos de interés juegan un papel importante al explicar las razones internas y externas que justifican por qué las empresas implementan prácticas de protección ambiental, así como los tipos de desarrollo de estrategias ambientales, probando y evaluando la relación entre el activismo ambiental y la actividad económica.

En la ciudad de Piura, existen distintas empresas dedicadas a diversos rubros, las más visitadas por los clientes son los centros comerciales como: Real plaza, Tottus y Metro, sitios en los que se suele acudir para comprar artículos variados, desde comida envasada, fruta, verduras hasta electrodomésticos. Estos centros comerciales tienen muchos años de posicionamiento y cuentan con una gran cantidad de clientes fidelizados por los precios, calidad o atención brindada. Sin embargo, de acuerdo con las últimas leyes en el país muchas empresas comenzaron a preocuparse por los problemas medioambientales que pueden causarse sino se gestionan adecuadamente. Estas nuevas leyes implantadas han traído a estas empresas cierto temor debido a que muchas siguen haciendo uso de las bolsas plásticas para llevar los productos. Incluso, los grupos de interés que lo conforman no hacen aun nada para dejar la venta de plástico o cambiar al 100% la venta de bolsas no biodegradables, esto debido a que no desconocen el cómo podrían usarse estas nuevas

normas a favor para obtener ventajas competitivas frente a la competencia.

Por tal razón, la presente investigación, busca determinar la relación entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

1.1.2. Enunciado del problema

¿Cuál es la relación entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar el nivel de importancia que le dan los grupos de interés a los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.
- Analizar el nivel de gestión ambiental presente en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.
- Establecer cómo los grupos de interés y la gestión ambiental se relacionan en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

1.3. Justificación

Justificación Teórica

La presente investigación recopilará información importante sobre las teorías de los grupos de interés del autor Mora (como se citó en Samboni y Blanco, 2016) con las dimensiones: responsabilidad, influencia y cercanía. Por otro lado, para la variable de gestión ambiental se tomará como referencia a Heras y Arana (2015) con las dimensiones: Liderazgo, gestión del cambio social y planificación, determinando la relación entre ambas variables, de manera que la consecución de estos está vinculada con la actuación de la empresa.

Justificación Práctica

Esta investigación se realizará con la necesidad de mejorar el nivel de las variables estudiadas, y de esta manera identificar que los grupos de interés se relacionan directamente con la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

Justificación Metodológica

Para lograr los objetivos de estudios, se utilizará técnicas de investigación como la encuesta y el cuestionario, para conocer como los grupos de interés de estos centros comerciales están trabajando para tener una mejora en la gestión ambiental de los supermercados mencionados en esta investigación.

Justificación Social

Esta investigación ayudará a las organizaciones planteadas en la investigación y cualquier otra, porque les brindará una amplia variedad de estrategias y enfoques de cómo obtener una ventaja competitiva en la gestión ambiental a través de los grupos de interés.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes del estudio

Antecedentes Internacionales

Salvador (2018) en la tesis para obtener el título de Licenciado "*Importancia de los grupos de interés en la adopción de prácticas de gestión ambiental de las empresas de exploración y explotación de hidrocarburos en el Perú*". Universidad Ramon Dull. Guatemala.

El autor concluyó que:

Esta investigación tuvo como objetivo principal identificar los grupos de interés que tienen mayor importancia en la toma de decisiones de orden ambiental de las empresas de exploración y explotación de hidrocarburos en el Perú que las motivan a adoptar mejores y mayores prácticas de gestión ambiental. El enfoque de la investigación fue mixto, usando una metodología cuantitativa y cualitativa. Los resultados identificaron que los grupos de interés perciben la importancia del gobierno al emitir normas ambientales, licencias y cumplir una función de supervisor y fiscalizador, influyendo directamente al tomar sus decisiones de orden ambiental.

La investigación de Salvador permite determinar cómo los grupos de interés obtienen una mayor motivación al adoptar mejores prácticas de gestión ambiental cuando variables externas como el gobierno facilitan el cumplimiento de sus normas.

Méndez (2017) en la tesis para obtener el título de Licenciado "*Implementación del Sistema de Gestión Ambiental para la Central Térmica de Generación Eléctrica a Gas de EGASA, basado en la Norma NTP ISO 14001*". Universidad Nacional Autónoma de México. Distrito Federal. México.

El autor concluyó que:

El objetivo de la investigación fue implementar un Sistema de Gestión Ambiental en la Central Térmica de Generación Eléctrica a Gas de EGASA, basado en la norma ISO 14001 para un mejoramiento continuo en toda la organización. La población y muestra estuvo dirigida a 105 colaboradores de la Central Térmica EGASA. Los resultados concluyeron en que los aspectos

ambientales que se podrían generar en el proceso de la planta son: rupturas de tuberías y cañerías, derrames de combustible, pérdida por fugas de agua, colapsos de las plantas de tratamiento por falta de mantenimiento, emisiones de gases (NOx, CO, SO2), y por último generación de residuos en la planta y en las oficinas de esta.

Se puede observar en la investigación que el éxito de un sistema de gestión ambiental depende del compromiso de todas las funciones y niveles de la organización, bajo el liderazgo de la alta dirección. Las organizaciones pueden aprovechar las oportunidades de prevenir o mitigar impactos ambientales adversos e incrementar los impactos ambientales beneficiosos, particularmente los que tienen consecuencias estratégicas y de competitividad.

Antecedentes Nacionales

Cachay (2019) en la tesis para obtener el grado de Maestro *“La gestión de grupos de interés en proyectos sociales. Análisis y propuesta de mejora de la gestión de grupos de interés, como contribución a la sostenibilidad del proyecto de salud “MAMÁS DEL RÍO”* Pontificia Universidad Católica del Perú. Loreto.

El autor concluyó que:

El objetivo de esta investigación fue evidenciar la contribución de los grupos de interés en las fases de planificación e implementación de proyectos sociales y desarrollar una propuesta de mejora al respecto que contribuya a la sostenibilidad del caso de estudio. La metodología de la investigación se basó en el estudio de las características de los grupos de interés del proyecto. Como resultado de la investigación se identificaron 17 grupos de interés, de los cuales 12 son considerados clave al contar con poder, interés y legitimidad en mediana o gran magnitud. Estos a la vez elaboraron estrategias de gestión, tomando en cuenta las estrategias de grupos de interés sugeridas por la revisión literaria en función a sus variables.

Esta investigación nos menciona que, debido a la habilidad de los grupos de interés para actuar en combinación con la organización en gestión

ambiental y repercutir sobre los resultados de ésta, la dirección debe desear conocer qué probabilidad existe de que cada uno de los grupos instalen sus expectativas en la organización y el impacto que el cumplimiento de éstas puede alcanzar. Esta probabilidad está condicionada por los medios necesarios que dispongan para conseguirlas, es decir, por el poder que posean.

Oré (2016) en la tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas "*Gestión Ambiental y manejo de residuos sólidos domiciliarios para las Comunidades Nativas en la Cuenca del Río Tambo, Distrito de Río Tambo - Satipo*". Universidad Nacional del Centro de Perú. Huancayo, Perú.

El autor concluyó que:

El presente estudio se realizó con la finalidad de diseñar una propuesta de gestión y manejo de residuos sólidos para las comunidades nativas en la cuenca del río Tambo, de la provincia de Satipo. Se trabajó en seis (6) comunidades nativas. El método científico estuvo basado en la síntesis y análisis de datos para determinar el estado actual de la gestión y manejo de los residuos sólidos, bajo un diseño no experimental y no manipulación de las variables. Los resultados determinan que la población requiere su propio sistema de gestión y manejo de residuos sólidos, por lo que se priorizó como estrategia temas de sensibilización y capacitación para la mejora continua.

Oré en su investigación sugiere realizar acciones de minimización de residuos, segregación en la fuente del río, recolección de residuos, práctica del compostaje en todas las comunidades para el mejoramiento de la comunidad, de tal manera que la población y el ambiente no se vea afectado por la mala gestión ambiental de instituciones que no realizan un adecuado manejo de sus residuos sólidos.

Antecedentes Locales

Paredes (2014) en la tesis para obtener el grado de Maestría "*Propuesta de un Sistema de Gestión Ambiental para la fábrica UCISA, basada en la norma ISO 14001*". Universidad de Piura. Perú.

El autor concluyó que:

El presente trabajo de tesis tuvo como objetivo desarrollar una propuesta de gestión ambiental para la fábrica UCISA, basada en la norma ISO 14001, proponiendo los lineamientos de gestión ambiental dentro de la empresa como identificar los aspectos ambientales actuales y riesgos relacionados; y sobre todo proponer un sistema de gestión acorde a todas las operaciones que se realizan en el Área de Producción. Con este estudio se ha determinado el “Diagnóstico ambiental inicial”, en el cual se desarrollan temas tales como: contaminación del suelo, generación de efluentes líquidos, contaminación del aire, emisiones de ruido, seguridad e higiene laboral.

Según la investigación realizada, el diagnóstico de la gestión ambiental ha servido de base para implementación de una propuesta ecoamigable dentro de la empresa, la cual se refleja en reducir los impactos ambientales, crear de nuevos puestos de trabajo, mayores responsabilidades para el personal involucrado y elaboración de la documentación principal, como: política ambiental.

Caballero (2019) en la tesis para obtener el grado de Bachiller en Ciencias de la Comunicación *“La comunicación para gestionar la relación con los grupos de interés”*. Universidad de Piura. Perú.

El autor concluyó que:

El presente trabajo se realizó con el objetivo de conocer la importancia de la comunicación dentro de la gestión de la relación con los grupos de interés. Se analizaron 8 grupos de interés con una metodología mixta. Los resultados de dicha investigación determinan que las organizaciones buscan articular sus acciones con los problemas que presenta la sociedad, primordialmente con los retos de sostenibilidad. Se afirma que la necesidad de establecer mecanismos de relación con los grupos de interés es fundamental para lograr el desarrollo de la actividad, pues inicia en la propia existencia de la organización como una necesidad para la consecución de sus fines.

De la investigación de Caballero, para que estas acciones sean efectivas, se debe analizar y reconocer quienes son aquellos grupos de interés que se ven afectados por la empresa. De esta manera, el plan de trabajo y el modelo de negocio trabajarán de la mano con aquellos involucrados y comprometidos en la mejora social, económica y medio ambiental. Este estudio presenta la evolución de la responsabilidad social y como esta ha pasado de ser un concepto aplicado a una sola área de la empresa a trabajarse de manera transversal como un modelo de gestión.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Grupos de Interés

Diferentes autores identifican los factores involucrados en la organización o proyecto, así como la probabilidad de que se vea afectado por sus actividades operativas. Para Samboni y Blanco (2016), la importancia de considerar los grupos de interés se basa en que las organizaciones van más allá, prueba de ello es que se han desarrollado reglas que, en muchos casos, como parte de la responsabilidad social organizacional, involucrando la gestión participante, se realizan investigaciones y se crean herramientas para facilitar su identificación y priorización.

2.2.1.1. Definición

Entre los primeros autores en enfocarse en definir lo que son los grupos de interés está Friedman, asegurando que las personas que tienen control sobre el dinero y los activos de una organización, antes de nombrar a su dueño legal, los limitan al espacio organizacional interno. Mora (como se citó en Samboni y Blanco, 2016)

En 1984, Freeman amplió la definición anterior de organizaciones para gestionar estratégicamente las relaciones

con sus socios, argumentando que eran los individuos o grupos los que podían influir en el logro de las metas organizacionales.

Cortina (2014) y la Association for Project Management (2016), concuerdan con Freeman que los grupos de interés o partes interesadas pueden ser tanto internos como externos, siempre que tengan algún tipo de influencia o rol en la organización o proyecto. En el marco de la gestión de proyectos, el Project Management Institute (2015) define un grupo de interés como personas, grupos u organizaciones que pueden influir o influir en las decisiones, el desempeño o los resultados del proyecto.

A diferencia de la definición propuesta por Freeman, identifica que los participantes clave son aquellos que tienen el potencial de influir en el proyecto en general. Esto debe ser priorizado por la unidad operativa al crear la estrategia sin reducir las posibilidades de éxito del proyecto. Cabe señalar que, para los propósitos de esta investigación, los términos “partes interesadas compartidas”, “grupos de interés”, “participantes” y “partes interesadas” se utilizan indistintamente, ya que la literatura de consulta no muestra diferencias.

2.2.1.2. Gestión de los grupos de interés

Cada organización, al igual que los proyectos, proporciona un bien o servicio que no solo tiene que satisfacer las necesidades de su público objetivo, sino que también implica una serie de actividades a realizar, incluso a través de medios de difusión. Por tanto, hay clientes o compradores, proveedores, empleados, socios, medios de comunicación, comunidades, etc. que giran en torno a un proyecto que por defecto puede influir o ser influenciado por sus acciones. Por ello, según la Corporate Excellence (2015), los proyectos deben tener una perspectiva integral y holística en la que las personas no sean el medio sino el fin en sí mismas.

La gestión de grupos de interés se refiere a la aplicación de los procesos necesarios para identificar y analizar sistemáticamente las expectativas de los grupos de interés, así como planificar actividades y desarrollar estrategias adecuadas para generar una comunicación asertiva entre grupos, interés y proyecto. (Association for Project Management, 2016)

Entre los estándares más representativos que cubren este concepto se destaca el SGE21, que permite a las organizaciones auditar sus procesos para obtener la certificación en el campo de la responsabilidad social. Además, otros estándares y manuales confirman el cumplimiento de parámetros de responsabilidad social, con énfasis en la gestión de grupos de interés, como el Global Reporting Institute (GRI), que clasifica a los grupos de interés según su relación con la organización. La importancia de la gestión de stakeholders en un proyecto u organización se basa en obtener los siguientes beneficios:

- Ventaja competitiva, mediante la incorporación integral de la información proporcionada por las partes interesadas en los procesos de gestión.
- Eficiencia y legitimidad, porque al conocer y tomar en cuenta las inquietudes de los distintos actores involucrados se fortalece el logro de sus objetivos.
- Aprovechamiento de recursos de forma estratégicamente eficiente.
- Excelencia operativa, logrado gracias a la formulación adecuada de la estrategia de gestión.
- Gestión de riesgos, porque conociendo las perspectivas y teniendo acceso a los recursos de las partes interesadas, es posible utilizar las oportunidades de manera más efectiva y neutralizar los posibles riesgos en beneficio del proyecto.
- Toma de decisiones óptimas y formulación de estrategias de comunicación.

2.2.1.3. Modelos de gestión de grupos de interés

Acuña (2017) afirma que "identificar las expectativas y demandas de los grupos de interés, así como su integración en la estrategia de la organización es una de las herramientas más poderosas para el éxito de las organizaciones". Por tanto, existen diferentes herramientas que deben ser consideradas en diferentes etapas de la gestión de stakeholders.

Manual Ethical Accountability

Krick et al. (2016) presentan las relaciones con los grupos de interés como un proceso que consta de varias etapas. Las etapas representan grupos de preguntas y procesos necesarios para gestionar las relaciones con las partes interesadas, pero no siempre será conveniente utilizarlos en un orden estricto.

La primera etapa tiene que ver con el pensamiento estratégico. En este caso, el objetivo es identificar las razones para involucrarse con las partes interesadas y los grupos y los temas de interés que se relacionan con su organización. Esto ayudará a la organización, así como a los diversos grupos, a determinar por qué quieren involucrarse entre sí. Antes de querer involucrarse con partes interesadas específicas, debe hacerse preguntas como, "¿Por qué usted y sus partes interesadas quieren participar? A quien quieres llamar ¿Qué temas quieres cubrir? ¿Qué quiere lograr y cómo sabrá si ha tenido éxito?".

La segunda etapa es de análisis y planificación, donde el propósito de esta etapa es recopilar información y desarrollar un plan de acción en base a sus características estratégicas y capacidades actuales. Cuando una organización quiere desarrollar un proyecto, debe analizar los distintos grupos de interés que lo afectarán. En algunos casos, las organizaciones se relacionan con las partes interesadas que ya conocen bien y luego comienzan a tratar con otros grupos que están más allá de su alcance tradicional y donde se sienten cómodos. En otros casos, las organizaciones

se dirigen a sus partes interesadas en respuesta a una crisis u oportunidad específica.

La tercera etapa es el fortalecimiento de las habilidades relacionales, donde el objetivo de esta etapa es asegurar que la empresa y sus grupos de interés cuenten con los sistemas organizativos y las habilidades necesarias para participar con éxito en las relaciones productivas. Las habilidades mencionadas en esta etapa van más allá de la capacidad de generar y facilitar el diálogo, y también se consideran diversas actividades que ayudan en la relación con los grupos de interés.

La cuarta etapa es el proceso de relación. El objetivo de esta etapa es diseñar e implementar procesos de relación que cumplan con las expectativas de las partes interesadas y las metas organizacionales. Cuando una organización quiere relacionarse con sus grupos de interés, existen varias alternativas para lograr este enfoque, como reuniones, llamadas telefónicas u otras. La clave es elegir la técnica o estructura de gestión adecuada que dependa de sus objetivos y necesidades de las partes interesadas.

Finalmente, el quinto paso es actuar, revisar e informar. El propósito de esta etapa es traducir los nuevos conocimientos, experiencias y contratos en acciones y asegurarse de que las partes interesadas comprendan cómo lo está haciendo. La organización ha hecho todo lo posible en las distintas etapas del proceso, como el proceso de identificación, el proceso de planificación y relación; Por tanto, todo este trabajo debe ser eficaz.

Modelo BSR

El modelo de cinco pasos de Negocios para la Responsabilidad Social muestra cómo las corporaciones pueden iniciar y mantener relaciones constructivas a lo largo del tiempo y en toda la organización, creando valor compartido a través de un compromiso temprano y frecuente. El primer paso es establecer la visión y el nivel de ambición del compromiso futuro, para lo cual es necesario

revisar lo realizado hasta el momento. El segundo paso se centra en definir criterios para identificar y priorizar a las partes interesadas; sobre esta base, debería seleccionarse el mecanismo de participación más adecuado. En tercer lugar, debe concentrarse en objetivos tanto a corto como a largo plazo. También es necesario establecer la logística adecuada y establecer las reglas necesarias. El cuarto paso se centra en el compromiso en sí, asegurando la participación justa de las partes interesadas y aliviando tensiones. Finalmente, en el quinto paso, debe identificar oportunidades a partir de comentarios y acciones, revisar sus metas y planificar los próximos pasos para la continuación y participación futura.

2.2.1.4. Dimensiones

Strandberg (2017) manifiesta que los criterios para la identificación adecuada de los grupos de interés no se consideran estáticos ni uniformes; por el contrario, pueden cambiar o aparecer inesperadamente, los cuales son los siguientes:

- *Responsabilidad*: Se refiere a las operaciones legales, financieras, operativas, contratos, políticas o prácticas vigentes.
- *Influencia*: La capacidad de influir ya sea formal o informalmente, en la capacidad de una organización para lograr sus objetivos, ya sea que sus actividades puedan promover o dificultar su implementación.
- *Cercanía*: Interacción con la organización o proyecto con los stakeholders internos, con comunicación a largo plazo, dependencia de sus actividades diarias y proximidad física al lugar de operación.

2.2.2. Gestión ambiental

La gestión ambiental no es fácil de definir. Barrow (2017) reconoció que puede relacionarse con una meta o visión, intentos de dirigir un proceso, el uso de diversas herramientas, un ejercicio filosófico que abre nuevas perspectivas sobre el medio ambiente, y que la sociedad debe constituir al hombre. Los líderes ambientales son un grupo diverso de personas, incluidos científicos, formuladores de políticas, ONG, empresarios, funcionarios gubernamentales y varias personas o grupos que toman decisiones sobre el uso de los recursos naturales. Sin embargo, algunas personas están más directamente involucradas en el uso de recursos y algunos grupos de interés están particularmente preocupados por el uso de recursos y la contaminación. Por tanto, la gestión ambiental involucra a muchos actores y requiere una perspectiva multidisciplinar. Hay muchas escalas que van desde lo local a lo global. (Heras y Arana, 2015)

Según la revista digital Ambientalistas (2016), la gestión medioambiental se puede definir como "gestionar la interacción y el impacto de las actividades humanas en el medio ambiente". El objetivo también es garantizar la protección y conservación de los servicios de los ecosistemas y la biodiversidad para el uso justo de las futuras generaciones humanas, y preservar la integridad del ecosistema como un fin en sí mismo, teniendo en cuenta variables éticas, económicas y económicas, científico (ecológico). La gestión ambiental intenta identificar los factores que juegan un papel en el conflicto entre la satisfacción de las necesidades y la protección ambiental.

Asimismo, es una estrategia o plan de acción mediante el cual se intenta organizar toda una gama de actividades humanas de tal manera que tengan el menor impacto posible sobre el medio ambiente, buscando así un desarrollo sostenible y un equilibrio entre los intereses económicos y materiales del ser humano y la protección del medio ambiente sin el cual no podemos sobrevivir. (Ecología Verde, 2018)

2.2.2.1. Fundamentos de la Gestión Ambiental

Según la ISO 14001 (2015), se denomina gestión ambiental al conjunto de distintos trámites según la gestión del sistema ambiental. Se incluye el concepto de desarrollo sostenible, es la estrategia a través de la cual se organizan las actividades que afectan al medio ambiente, con el fin de lograr una buena gestión. Los principios de la gestión ambiental son:

- La unificación: Uno de los principios de la gestión ambiental es la planificación ambiental, porque es importante en cada etapa de la situación de los refugiados. La presencia de gran cantidad de refugiados puede tener diferentes efectos sobre el medio ambiente y los propios refugiados no se pueden descuidar, es por ello por lo que se debe promover y asegurar la gestión del medio ambiente afectado en las actividades que se realizan, es necesario proteger el medio ambiente y el medio ambiente.
- Prevención antes de lamentar: Se deben adoptar todas las medidas necesarias para mitigar cualquier problema que se presente a gran escala o que tenga consecuencias irreversibles que puedan ocurrir, es uno de los principios básicos para impulsar la implementación de actividades en campo.
- Una planificación eficaz puede ayudar a reducir la degradación ambiental, como los costos de rehabilitación del sitio. Hay algunas actividades ambientales sencillas que se pueden iniciar casi de inmediato cuando ocurre una emergencia, independientemente de la situación, y una estrategia de respuesta más integral. La selección de un campamento es importante y, si no hay otra alternativa que ubicarlo en las cercanías de un área vulnerable, se necesitarán medidas adicionales para evitar que la afluencia

de refugiados afecte negativamente al medio ambiente en la región.

- “Costo - beneficio”: Tiene recursos limitados a su disposición en los que debe trabajar para maximizar la eficacia de su programa de asistencia. Esto es especialmente cierto en el caso de los problemas ambientales con la adopción de una visión de largo plazo para fortalecer y complementar el uso y manejo sostenible de los recursos naturales. El principio de "es mejor prevenir que curar" contribuye a aumentar la relación costo-beneficio, porque generalmente es más caro rechazar la degradación ambiental que la prevención. Una buena integración puede contribuir a reducir los costos, ya que las actividades ambientales se tratan como un sector separado y no se tratan por separado, como parte de un costoso programa de aumento.
- Colaboración particular: Para lograr una gestión sostenible de los recursos naturales, es necesario que la población local se involucre en el desarrollo y gestión de las actividades ambientales. Para que actividades como la reforestación, la silvicultura, la ganadería controlada o el uso de hornos más eficientes tengan éxito a largo plazo, es necesario que toda la comunidad lo repita.
- Mejora Continua: La acción ambiental debe ser un proceso holístico para priorizar y distinguir entre medio ambiente e impacto. El análisis de impacto o costo-beneficio puede predecir los diferentes costos y beneficios positivos para cada uno de los grupos mencionados anteriormente. Medir cada componente por sus efectos antes y después hará que la evaluación sea una condición útil para determinar las mejoras.

2.2.2.2. Preceptos de la gestión ambiental

Molina y Tari (2015) argumentan que, actualmente, la gestión ambiental está cobrando importancia a nivel empresarial, social y

económico. El consumo excesivo de recursos naturales, así como el aumento de la producción de desechos, resulta en las demandas y demandas de la ley y la sociedad. Y por supuesto, los clientes, como parte de la sociedad, demandan mayores medidas ambientales que se apliquen a los procesos, productos y servicios que ofrece la empresa”.

Se define como un estándar que proporciona una organización modelo para la protección del medio ambiente y la respuesta a los diferentes eventos ambientales, considerando su equilibrio con las obligaciones socioeconómicas. Este estándar del Sistema de Gestión Ambiental (EMS) permite a las empresas demostrar que son responsables y están comprometidas con la protección del medio ambiente.

El ISO 14001 ayuda a gestionar e identificar los riesgos ambientales potenciales dentro de una empresa cuando opera. Al identificar y gestionar los riesgos asociados a esta norma, tanto la prevención de riesgos como la protección del medio ambiente deben tener en cuenta los requisitos legales y socioeconómicos que deben cumplirse.

La implementación de las normas ISO 14001 generan una gran confianza en los clientes, la sociedad y en todos los entornos relacionados con la empresa. Y no olvidemos que contar con este certificado tendrá beneficios económicos además de una mayor confianza.

2.2.2.3. Dimensiones de la Competencia Organizacional

Liderazgo: La declaración de liderazgo aumenta la relevancia de los roles y responsabilidades de los altos ejecutivos, quienes deben participar a un nivel superior al del sistema de gestión. Entre las responsabilidades de estas figuras, son las encargadas de comunicar con todos los miembros de la organización sobre

la importancia del sistema de gestión ambiental y fomentar su participación.

Cambio social: Tiene que ver directamente con el cambio de actitud de las personas que se desenvuelven dentro de un entorno, porque solo a partir de su cambio personal se podrá general un respeto y cuidado por la naturaleza. Esta gestión tiene como función minimiza los diferentes impactos ambientales del desarrollo; el control de los patrones de ocupación territorial; el manejo de la frontera agrícola; la expansión urbana; y la demanda de servicios que dependen o impactan al ambiente.

Planificación: Según la ISO 14001 (2015), la naturaleza del medio ambiente es uno de los componentes que provienen de las actividades comerciales de la organización (ya sea un producto o un servicio) y está relacionado o puede relacionarse con el medio ambiente. Se debe dejar claro que existe una diferencia entre el entorno natural y el crítico, porque este último puede tener un impacto significativo en el medio ambiente.

2.3. Marco conceptual

Política ambiental: Según Massolo (2015), es el medio ideal para entender que es el compromiso ambiental, aceptado por la misma empresa. Tiene que someter a toda la empresa a acatar los compromisos voluntarios y requisitos legales, mitigar la contaminación, minimizar los desechos, mejorar continuamente y relacionarse con la sociedad.

Responsabilidad: Para Cortina (2014), es la imputabilidad de una evaluación positiva o negativa del impacto ecológico de una decisión. Generalmente se refiere al daño causado a otras especies, a la naturaleza en su conjunto o a las generaciones futuras, por las acciones o no acciones de otro individuo o grupo.

Objetivos: De acuerdo con Capriotti (2019), son los fines generales que marca la empresa para mejorar la actuación ambiental.

Trabajo en equipo: Salvador (2018) sostiene que el trabajo en equipo consiste en realizar una tarea en particular entre un grupo de dos o más personas. Es de suma importancia para el trabajo en equipo mantener un buen nivel de coordinación, también son importantes la unión del grupo y el buen clima durante la actividad para mantener la armonía entre los integrantes”.

Aspectos ambientales: Es un elemento que deriva de la actividad empresarial de la organización y que tiene contacto o puede interactuar con el medio ambiente. (ISO 14001, 2015)

2.4. Sistema de hipótesis

La relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental de los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, es directa y significativa.

2.5. Variables. Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Grupos de Interés	Mora (como se citó en Samboni y Blanco, 2016) son Individuos o grupos internos o externos que pueden influir en el logro de las metas organizacionales	Se define como las personas, grupos u organizaciones que pueden afectar o ser afectados por una decisión, actividad o resultado de un proyecto.	Responsabilidad	Operaciones legales	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones legales de la empresa en el manejo de su gestión?	Escala Likert Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)
				Operaciones financieras y operativas	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones financieras y operativas de la empresa en el manejo de su gestión?	
				Formalidad	¿Considera importante la formalidad de la empresa para que este cumpla sus objetivos?	
				Desempeño	¿Considera que para impulsar el desempeño de la organización toman en cuenta las sugerencias de los grupos de interés internos?	
			Cercanía	Interacción	¿Considera que se interactúa con la organización sobre las metas que se tienen que cumplir mediante una comunicación asertiva?	
				Comunicación	¿Considera que la comunicación que se establece es solo para el logro de objetivos organizacionales?	

Gestión ambiental	Para Heras y Arana (2015), es una estrategia o plan de acción orientada al monitoreo y uso de instrumentos de planificación, ejecución y evaluación a un conjunto de acciones con el fin de mejorar el medio ambiente.	La gestión ambiental está compuesta por un conjunto de factores que juegan un papel importante entre la satisfacción de las necesidades y la protección ambiental.	Liderazgo	Política ambiental	¿Considera que se direcciona a la organización siguiendo las políticas ambientales implantadas?	Escala Likert	
				Responsabilidades	¿Considera que se ejecutan con liderazgo las responsabilidades de la empresa?		
				Objetivos	¿Considera que la organización se esmera por cumplir las metas de las políticas ambientales?		
			Gestión del cambio social	Igualdad de oportunidades	¿Considera que se tiene igualdad de oportunidades con los empleados cuando se trata de la gestión del cambio social?		Siempre (5)
				Compromiso comunitario	¿Considera existe un compromiso comunitario para difundir la gestión del cambio social a los grupos de interés?		Casi siempre (4)
				Aspectos ambientales	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los aspectos ambientales para desarrollar cualquier actividad?		A veces (3)
			Planificación	Requisitos legales	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los requisitos legales de las políticas		Casi nunca (2)
							Nunca (1)

	ambientales para desarrollar cualquier actividad?
Objetivos y metas	¿Considera que dentro de la gestión de la empresa se toman en cuenta los objetivos y metas para desarrollar cualquier actividad que cumplan con la normativa del medio ambiente?

III. METODOLOGÍA EMPLEADA

3.1. Tipo y nivel de investigación

Tipo

Investigación aplicada, pues tiene como fin resolver un determinado problema, enfocándose en la búsqueda de su aplicación. La presente investigación se aplicará en tres supermercados de Piura, 2020.

Nivel

Investigación correlacional, pues busca establecer una relación entre las variables de estudio, donde no existe manipulación intencionada de la variable independiente sobre la variable dependiente.

3.2. Población y muestra de estudio

Población

Para el presente estudio la población estuvo representada por 37 personas que forman parte del comité de decisiones de cada supermercado de Piura año 2020.

SUPER MERCADOS	N° DE PERSONAS
Plaza vea	15 personas
Tottus	12 personas
Metro	10 personas
TOTAL	37 PERSONAS

Muestra

Al ser la población menor a 100, se tomará como muestra a las 37 personas encargadas de la toma de decisiones de los supermercados de Piura año 2020.

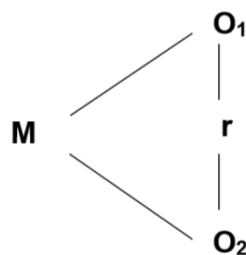
Unidad de análisis

Estará conformada por cada una de las personas encargadas de la toma de decisiones de los supermercados de Piura año 2020.

3.3. Diseño de investigación

Diseño de contrastación

Para la presente investigación se aplicará un diseño correlacional de corte transversal, puesto que busca establecer una relación entre las variables de estudio, donde no existe manipulación intencionada de la variable independiente sobre la variable dependiente.



Donde:

M: Muestra de la investigación

O1: Observación de la variable independiente – Grupos de interés

O2: Observación de la variable dependiente – Gestión ambiental

r: Coeficiente de correlación lineal entre ambas variables

3.4. Técnicas e Instrumentos de colecta de datos

Técnica:

En base a las dimensiones a las variables en esta investigación, las cuales permitieron conocer los objetivos planteados se aplicará una encuesta.

Instrumento:

Consideraremos para esta investigación al cuestionario como la herramienta de investigación, ya que esta consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados. Asimismo, estará conformado por 14 preguntas en base a la Escala de Likert, vinculadas a las variables objeto de estudio.

3.5. Procedimiento y análisis de datos

Tras la información que se obtendrá, se procedió a la realización de los instrumentos de recolección de datos; las cuales fueron incorporadas o ingresadas al programa computarizado Excel 2016 y se utilizará la estadística descriptiva y analítica.

La encuesta y cuestionario se construyó en base a las dimensiones e indicadores que se extrajeron del artículo científico "Grupos de interés, gestión ambiental y resultado empresarial: una propuesta integradora" (Plaza, 2015, p.151).

Para concluir la investigación se realizará un análisis cuantitativo con ayuda del programa IBM SPSS versión 26.

IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Objetivo específico N°1: Identificar el nivel de importancia que le dan los grupos de interés a los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

Tabla 1

Nivel de importancia de los grupos de interés

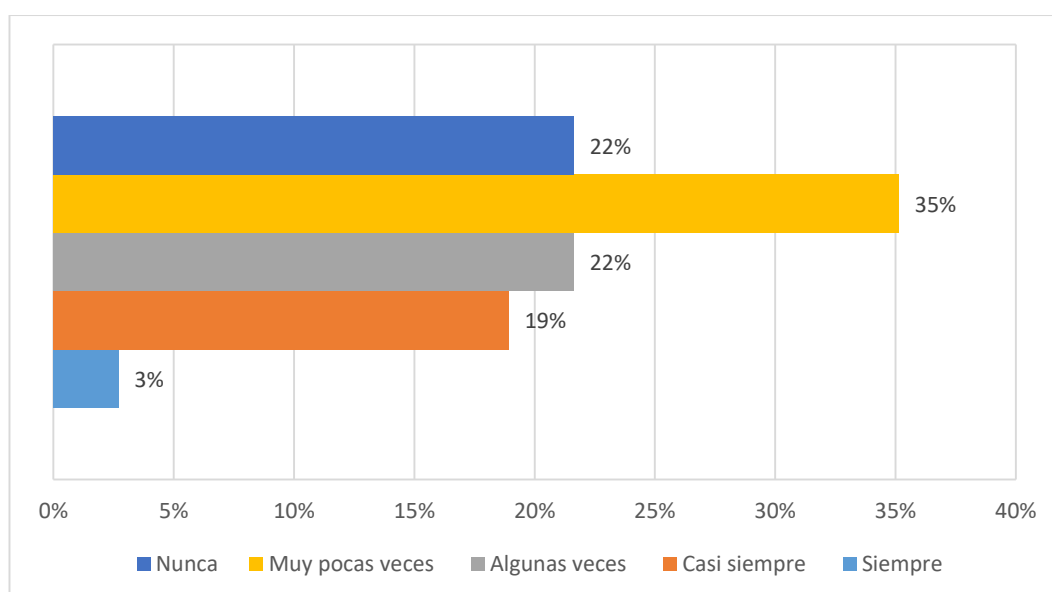
Alternativas	n	%
Muy alto	4	11%
Alto	7	19%
Medio	1	3%
Bajo	17	46%
Muy bajo	8	22%
TOTAL	37	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Interpretación: En la tabla 1 se puede observar que el nivel de importancia que le dan a los grupos de interés a los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, es bajo con un 46%, muy bajo, con un 22%, alto, con un 19%, muy alto, con un 11% y según un 3% es medio.

Figura 1

Dimensión responsabilidad

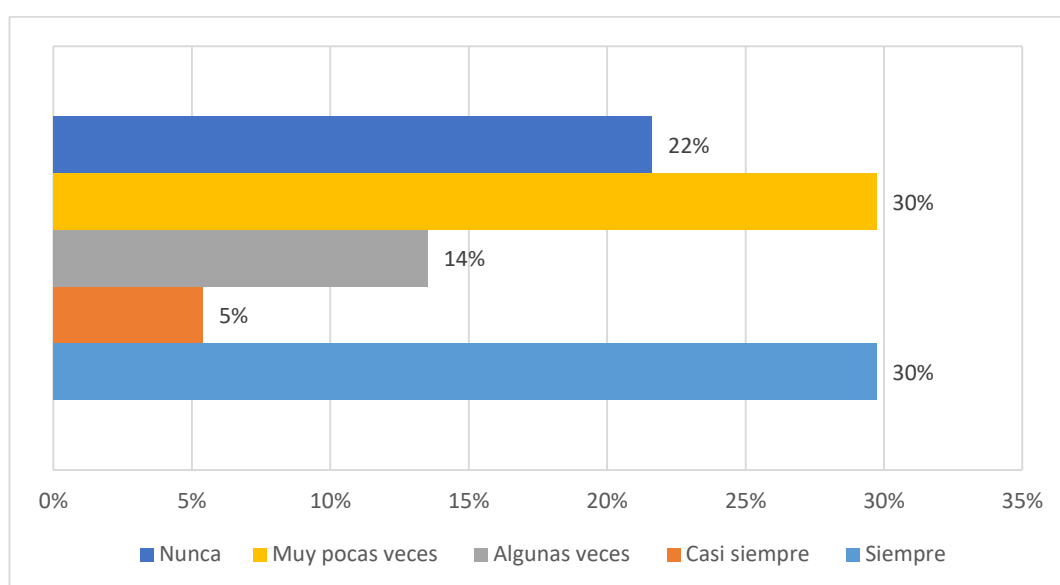


Fuente: Encuestas aplicadas

Interpretación: En la figura 1 se observa que un 35% de los encuestados manifestaron que muy pocas veces se tienen como prioridad las operaciones legales, financieras y operativas al momento de decidir, asimismo un 22% manifestó que nunca, del mismo modo, un 22% manifestó que algunas veces, mientras que 19% manifestó que casi siempre y un 3% manifestó que siempre.

Figura 2

Dimensión gestión del desempeño

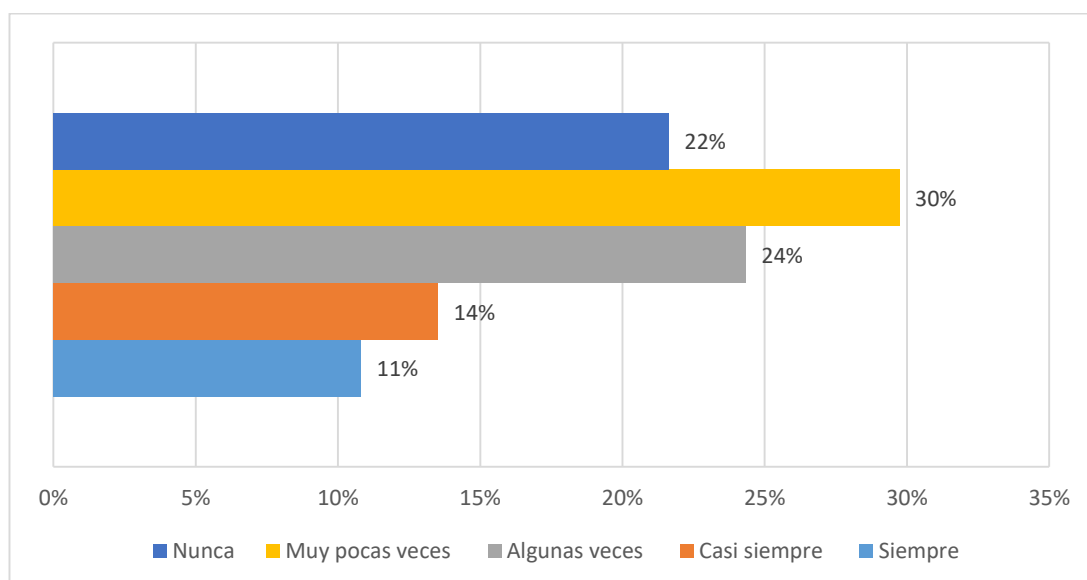


Fuente: Encuestas aplicadas

Interpretación: En la figura 2 se observa que un 30% manifestó que siempre impulsan el desempeño de la organización tomando en cuenta las sugerencias de los grupos de interés, así como la formalidad de la organización, de la misma forma, un 30% manifestó que muy pocas veces, un 22% manifestó que nunca, un 14% manifestó que algunas veces y un 5% manifestó que casi siempre.

Figura 3

Dimensión cercanía



Fuente: Encuestas aplicadas

Interpretación: En la figura 3 se observa que un 30% de los encuestados manifestó que muy pocas veces se interactúa con la organización sobre las metas que se tienen que cumplir con una comunicación asertiva y, muy pocas veces la comunicación que se establece es solo para rendir cuentas cuando es algo importante, mientras que un 24% manifestó que algunas veces, un 22% manifestó que nunca, un 14% manifestó que casi siempre y un 11% manifestó que siempre.

Objetivo específico N°2: Analizar el nivel de gestión ambiental presente en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

Tabla 2

Nivel de gestión ambiental

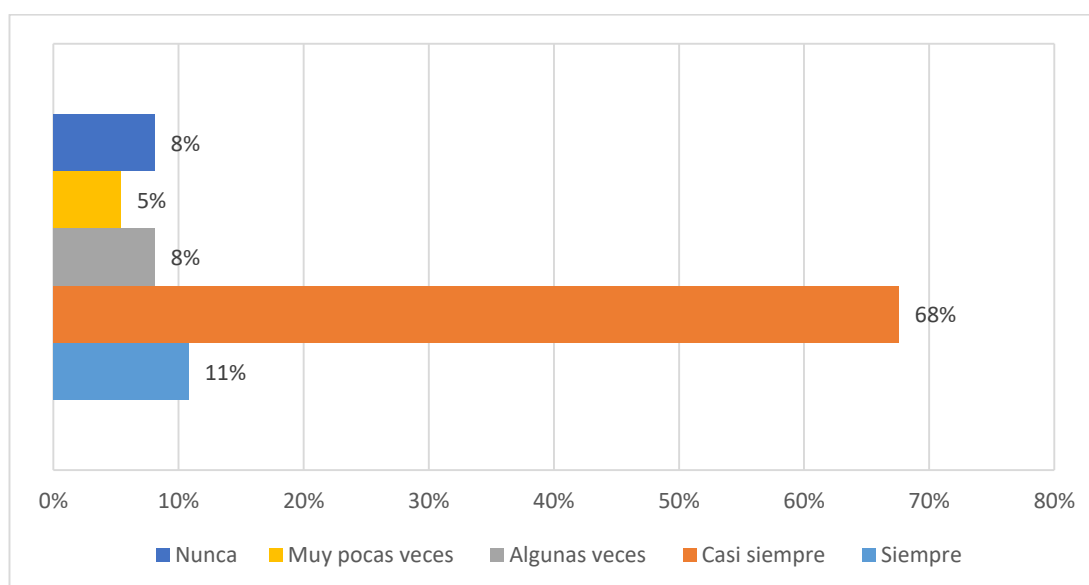
Nivel	n	%
Muy alto	0	0%
Alto	17	46%
Medio	17	46%
Bajo	0	0%
Muy bajo	3	8%
TOTAL	37	100%

Fuente: Encuestas aplicadas

Interpretación: En la tabla 2 se observa que el nivel de gestión ambiental presente en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, según un 46% de las encuestas es alto, para un 46% el nivel es medio y para un 8% el nivel es muy bajo.

Figura 4

Dimensión liderazgo

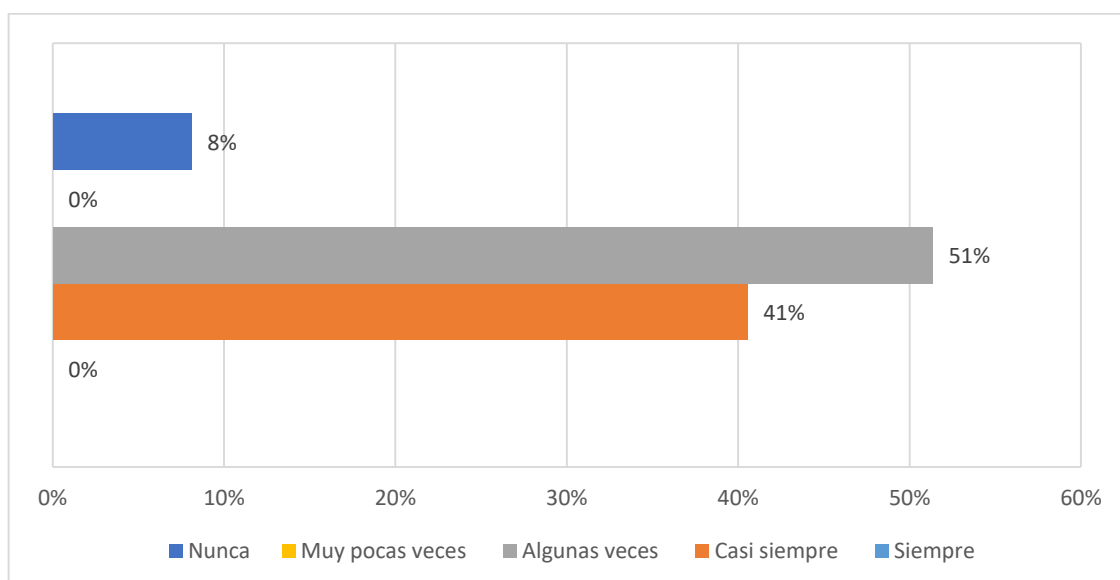


Fuente: Encuestas aplicadas

Interpretación: En la figura 4 se observa que un 68% de los encuestados manifestó que casi siempre consideran que se direccionan siguiendo las políticas ambientales implantadas, se ejecutan con liderazgo las responsabilidades de la empresa y creen que la empresa cumple con los objetivos que se plantea, mientras que un 11% manifestó que siempre, un 8% manifestó que algunas veces, un 8% manifestó que nunca y un 5% manifestó que muy pocas veces.

Figura 5

Dimensión gestión del cambio social

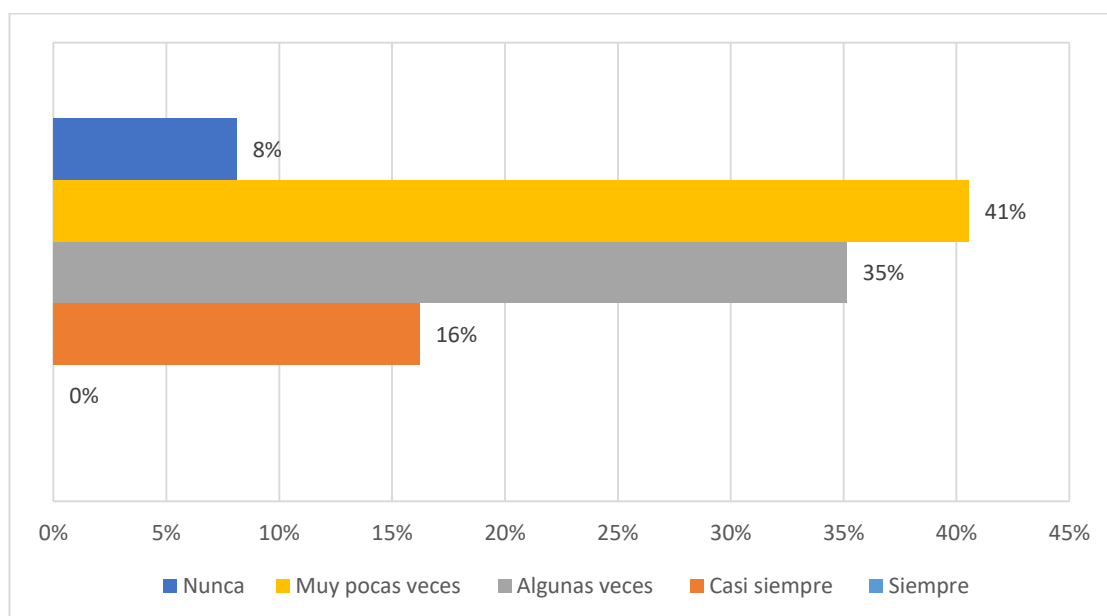


Fuente: Encuestas aplicadas

Interpretación: En la figura 5 se puede observar que un 51% de los encuestados manifestaron que algunas veces se tiene igualdad de oportunidades con los empleados cuando se trata de la gestión del cambio social y creen que se tiene un compromiso comunitario para difundir la gestión del cambio social, mientras que un 41% de los encuestados manifestaron que casi siempre y un 8% manifestó que nunca.

Figura 6

Dimensión planificación



Fuente: Encuestas aplicadas

Interpretación: En la figura 6 se puede observar que un 41% de los encuestados manifestó que muy pocas veces dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los aspectos ambientales para desarrollar cualquier actividad, así como los requisitos legales, objetivos y metas para desarrollar cualquier actividad que cumplan con la normativa del medio ambiente, mientras que un 35% manifestó que algunas veces, un 16% manifestó que casi siempre y un 8% manifestó que nunca.

Objetivo específico N°3: Determinar la relación entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

Tabla 3

Relación entre grupos de interés y gestión ambiental

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0.631	0.075	6.570	0.000
	Tau-c de Kendall	0.596	0.091	6.570	0.000
Intervalo por intervalo	Correlación de Spearman	0.685	0.082	5.562	,000 ^c
N de casos válidos		37			

Fuente: SPSS versión 26

Interpretación: En la tabla 3 se puede observar la aplicación de las pruebas Tau – b y Tau – c, las cuales arrojaron valores de 0.631 y 0.596 respectivamente, lo cual indica una alta correlación, así mismo la correlación de Spearman arrojó un valor de 0.685, lo cual indica una correlación positiva moderada, por lo tanto, existe una correlación alta entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

4.2. Docimasia de hipótesis

Objetivo general: Determinar la relación entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

Hipótesis estadística:

H1: La relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental de los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, es directa y significativa.

H0: La relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental de los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, no es directa ni significativa.

Tabla 4

Prueba de chi-cuadrado

Estadísticos	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,139 ^a	8	0.001
Razón de verosimilitud	28.596	8	0.000
Asociación lineal por lineal	13.119	1	0.000
N de casos válidos	37		

Fuente: SPSS versión 26

Interpretación: De acuerdo con los resultados de la prueba Chi – cuadrado, se puede observar que el valor de significancia es de $0.001 < 0.05$, por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada y rechazamos la nula, concluyendo que los grupos de interés se relacionan de manera directa y significativa con la gestión ambiental de los supermercados de Piura año 2020.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con relación al objetivo general: Determinar la relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

Se determinó mediante la prueba estadística chi – cuadrado que el valor de significancia fue de $0.001 < 0.05$, por lo tanto, indica que existe una relación directa y significativa entre los grupos de interés y la gestión ambiental de los supermercados de Piura año 2020.

Del mismo modo, de acuerdo con la investigación de Méndez (2017) se determinó que las organizaciones perciben la importancia de los grupos de interés mediante la incorporación de un sistema de gestión ambiental aprovechando las oportunidades de prevenir o mitigar impactos ambientales adversos e incrementar los impactos ambientales beneficiosos, particularmente. los que tienen consecuencias estratégicas y de competitividad.

Asimismo, este argumento coincide con la Figura N°. 4 donde se observa que el 68% de los encuestados manifestó que casi siempre consideran a los grupos de interés en las políticas ambientales implantadas, mientras que un 11% manifestó que siempre, un 8% manifestó que algunas veces, un 8% manifestó que nunca y un 5% manifestó que muy pocas veces.

Los resultados anteriormente mencionados, coinciden con la afirmación de Samboni y Blanco (2016), quienes mencionan a los grupos de interés como los factores involucrados en la organización para promover una gestión ambiental adecuada y reflejada en sus actividades operativas.

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación presentada, coincidimos en que existe una relación directa y significativa entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura.

Con relación al objetivo específico N°. 1: Identificar el nivel de importancia que le dan a los grupos de interés en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

Cachay (2019) afirma que debido a la habilidad de los grupos de interés para actuar en combinación con la organización y repercutir sobre los resultados de ésta, la dirección debe desear conocer qué probabilidad existe de que cada uno de los grupos instalen sus expectativas en la organización y el impacto que el cumplimiento de éstas puede alcanzar. Esta probabilidad está condicionada por los medios necesarios que dispongan para conseguirlas, es decir, por el poder que posean.

Esto coincide con los resultados de la Tabla N°. 1 donde se puede observar que el nivel de importancia que le dan a los grupos de interés a los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura es bajo con un 46%, muy bajo, con un 22%, alto, con un 19%, muy alto, con un 11% y según un 3% es medio.

Asimismo, en la Figura 1 se observa que un 35% de los encuestados manifestaron que muy pocas veces se tienen como prioridad las operaciones legales, financieras y operativas al momento de decidir, asimismo un 22% manifestó que nunca, del mismo modo, un 22% manifestó que algunas veces, mientras que 19% manifestó que casi siempre y un 3% manifestó que siempre.

Dicho resultado concuerda con el obtenido por Acuña (2017) quien afirma que identificar las expectativas y demandas de los grupos de interés, así como su integración en la estrategia de la organización es una de las herramientas más poderosas para el éxito de las organizaciones. Por tanto, existen diferentes herramientas que deben ser consideradas en diferentes etapas de la gestión de stakeholders.

Coincidiendo con los resultados anteriormente dichos, el nivel de los grupos de interés que le dan a los grupos de interés a los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura es bajo, prueba de ello es que se han desarrollado reglas que, en muchos casos, como parte de la responsabilidad social organizacional, se realizan para facilitar su identificación y priorización.

Con relación al objetivo específico N° 2: Analizar el nivel de gestión ambiental presente en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

En la Tabla N°. 2 se observa que el nivel de gestión ambiental presente en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, según un 46% de las encuestas es alto, para un 46% el nivel es medio y para un 8% el nivel es muy bajo.

De la misma forma coincide con Molina y Tari (2015) quienes argumentan que, actualmente, la gestión ambiental está cobrando importancia a nivel empresarial, social y económico. El consumo excesivo de recursos naturales, así como el aumento de la producción de desechos, resulta en las demandas y demandas de la ley y la sociedad. Y por supuesto, los clientes, como parte de la sociedad, demandan mayores medidas ambientales que se apliquen a los procesos, productos y servicios que ofrece la empresa.

Por otro lado, en la Figura N°. 4 se observa que un 68% de los encuestados manifestó que casi siempre la organización direcciona siguiendo las políticas ambientales implantadas, mientras que un 11% manifestó que siempre, un 8% manifestó que algunas veces, un 8% manifestó que nunca y un 5% manifestó que muy pocas veces.

Este resultado que concuerda con el obtenido por Oré (2016) quien indicó que las empresas que requieren su propio sistema de gestión y manejo de residuos sólidos apuestan por ser líderes en la gestión de los residuos sólidos, por lo que se priorizó como estrategia prospectiva la sensibilización, capacitación, acciones preventivas, riesgos asociados, verificación, revisión, y mejora continua.

Basándonos en los resultados anteriormente dichos, coincidimos que el nivel de gestión ambiental presente en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura es alto, por lo que éstos tienen en su plan de gestión políticas ambientales.

Con relación al objetivo específico N° 3: Establecer cómo los grupos de interés y la gestión ambiental se relacionan en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

Paredes (2014) hace referencia que el diagnóstico de la gestión ambiental ha servido de base para implementación de una propuesta ecoamigable dentro de la empresa, la cual se refleja en reducir los impactos ambientales, crear de nuevos puestos de trabajo, mayores responsabilidades para el personal involucrado y elaboración de la documentación principal, como: política ambiental.

Estos resultados coinciden con la Tabla N°. 3, donde se puede observar la aplicación de las pruebas Tau – b y Tau – c, las cuales arrojaron valores de 0.631 y 0.596 respectivamente, lo cual indica una alta correlación entre los grupos de interés y la gestión ambiental, asimismo la correlación de Spearman arrojó un valor de 0.685, lo cual indica una correlación positiva moderada, por lo tanto, existe una correlación alta entre las variables de estudio.

Dicho resultado concuerda con el obtenido por la Association for Project Management (2016), quien manifiesta que la gestión de grupos de interés en el ámbito ambiental se refiere a la aplicación de los procesos necesarios para identificar y analizar sus expectativas, así como planificar actividades y desarrollar estrategias adecuadas para generar un beneficio a la sociedad.

Coincidiendo con los resultados anteriormente dichos, los grupos de interés y la gestión ambiental se relacionan mediante la implementación de una estrategia o plan de acción en donde se intente organizar toda una gama de actividades ecoamigable, de tal manera que tengan el menor impacto posible sobre el medio ambiente, buscando así un desarrollo sostenible y un equilibrio entre los intereses económicos y los grupos de interés.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que la relación entre los grupos de interés y la gestión ambiental es directa y significativa, tal como se aprecia en la prueba de Chi – cuadrado, la arrojó un valor de significancia menor a $0.001 < 0.05$, quedando demostrada la hipótesis planteada.
2. El nivel de importancia que le dan a los grupos de interés en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020 es bajo.
3. El nivel de gestión ambiental presente en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020 es alto.
4. Existe una correlación alta entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicadas en los centros comerciales de Piura año 2020, en base a las pruebas Tau – b y Tau – c, las cuales arrojaron valores de 0.631 y 0.596 respectivamente, lo cual indica una alta correlación.

RECOMENDACIONES

1. Mejorar continuamente la gestión ambiental empresarial mediante la implementación de políticas ambientales, tomando en cuenta la preocupación de los grupos de interés, pues permitirán generar una mayor confianza entre estos y la organización.
2. Incrementar el nivel de importancia de los grupos de interés por medio de la gestión de una imagen interna y externa positiva, que se interese por sus deseos y para fortalecer la reputación de la empresa contribuyendo en el proceso de desarrollo social.
3. Mantener la buena gestión ambiental en la empresa estableciendo foros y grupos de acción para mejorar el rendimiento de la gestión ambiental, además de fortalecer la comunicación en la empresa.
4. Dar seguimiento continuo a los grupos de interés para incentivar la comunicación y una buena imagen corporativa, teniendo en cuenta sus deseos e intereses y de esta forma, seguir mejorando la efectividad de la gestión ambiental.

REFERENCIAS

Libro:

Ambientalistas, (2016, 10 abril), de
Ambientalistas.com/amb/Gestiónambiental-skill.html

Anton, J.A., 2014. Toward A Stakeholder-Based Policy Process: An Application Of The Social Marketing Perspective To Environmental Policy Development. *Policy Sciences* 27, 37–51.

Association for Project Management [APM], (2016). *The APM Body of Knowledge*, (6a ed.). Londres: British Library Cataloguing

Barrow (2017). Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, 1(22), 70-80.

Capriotti, P, (2019). La comunicación interna. Recuperado de:
http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Interna.pdf

Cortina, A, (2014). *Ética de las empresas: claves para una nueva cultura empresarial*.

Krick, T., Forstater, M., Monaghan, P. & Sillanpää, M, (2016). *De las Palabras a la Acción. El Compromiso de los Grupos de interés: Manual para la Práctica de las Relaciones con los Grupos de Actores*. Texas: Accountability.

Lee, M., 2008. A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews* 10, 53–73

Magness, V., 2015. Strategic posture, financial performance and environmental disclosure: an empirical test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 19, 540–563

Massolo A, (2015). *La imagen corporativa como elemento del compromiso organizacional*. *Revista Nacional de Administración* 4º Edición

- Wagner, M., 2016. Integration of Environmental Management with other Managerial Functions of the Firm Empirical Effects on Drivers of Economic Performance. *Long Range Planning* 40, 611–628
- Onkila, T.J., 2013. Corporate Argumentation for Acceptability: Reflections of Environmental Values of Stakeholder Relations in Corporate Environmental Statements. *Journal of Business Ethics* 87, 285–298.
- Project Management Institute [PMI] (2015). *Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (5ª ed.)*. Pensilvania: Project Management Institute

Tesis y trabajos de grado en línea:

- Cachay (2019) “La gestión de grupos de interés en proyectos sociales. Análisis y propuesta de mejora de la gestión de grupos de interés, como contribución a la sostenibilidad del proyecto de salud “MAMÁS DEL RÍO” (Tesis para titulación) Pontificia Universidad Católica del Perú, Loreto
- La Norma Iso 14001:2015 (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua, Managua
- Méndez (2017) “Implementación Del Sistema De Gestión Ambiental Para La Central Térmica De Generación Eléctrica A Gas De Egasa, Basado En La Norma NTP ISO 14001 ” (Tesis para obtener el título de Licenciado) Universidad Nacional Autónoma de México. Distrito federal. México.
- Oré (2016) “*Gestión Ambiental y manejo de residuos sólidos domiciliarios para las Comunidades Nativas en la Cuenca del Río Tambo, Distrito de Río Tambo - Satipo*” (Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas) Universidad Nacional del Centro de Perú. Huancayo, Perú.
- Paredes (2014) “*Propuesta De Un Sistema De Gestión Ambiental Para La Fábrica Ucisa, Basada En La Norma ISO 14001*” (Tesis para obtener el grado de Maestría) Universidad de Piura. Perú

Salvador (2018) "*Importancia de los grupos de interés en la adopción de prácticas de gestión ambiental de las empresas de exploración y explotación de hidrocarburos en el Perú*" (Tesis para optar el título de licenciado) Universidad Ramon Dull, Guatemala.

Páginas web

Acuña, A, (2017). La gestión de los stakeholders. [Archivo PDF]. Recuperado de <https://www.fundacionseres.org/lists/informes/attachments/1064/la%20gesti%C3%%20los%20holders%C3%A1lisis%20de%20los%20diferentes%20modelos.pdf>

Brow (2018). Uso de gestión ambiental para empresas. Recuperado de: <https://www.ukessays.com/essays/management/importance-of-usingenvironmental-management-for-businesses-management-essay.php?vref=>

Corporate Excellence (2015). Identificar y priorizar stakeholders clave para una buena gestión de crisis. Recuperado de <http://www.corporateexcellence.org/index.ph/Compartimos-conocimiento/Identifi-a-losstakeholders-clave-para-la-gestion-de-crisis>

Samboni, A., & Blanco, J, (2016) Herramientas de gestión de interesados utilizadas en las etapas de planeación y control de proyectos. Recuperado de http://bibliotecadigital.us.edu.co/bitstream/259/1/Herramientas_Interados_Gestion_Etapas_Control_Proyectos_Samboni_2016.pdf

Strandberg, L, (2017). El compromiso con los grupos de interés. Recuperado de http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%20No%2017_tcm5-697.pdf

Revista:

Heras y Arana (2015). Impacto de la certificación ISO 14001 en el rendimiento financiero empresarial: conclusiones de un estudio empírico, 14, 112-122. DOI: <https://di.org/1.1016/j.cede.2015.02.02>

ANEXOS

ANEXO N° 1: CUESTIONARIO PARA MEDIR LA RELACIÓN ENTRE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y LA GESTIÓN AMBIENTAL DE LOS SUPERMERCADOS DE PIURA

INSTRUCCIÓN: Buenas días / tardes el presente cuestionario reúne una serie de preguntas que están orientadas a recabar información.

1. Edad:

- _____

2. Género:

- _____

Por favor responda las siguientes preguntas, señalando su grado de acuerdo o Desacuerdo con las siguientes afirmaciones asignando:

5 = Siempre / 4 = Casi Siempre / 3 = Algunas veces / 2 = Muy pocas veces / 1 = Nunca.

Grupos de Interés						
	Responsabilidad	1	2	3	4	5
1	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones legales de la empresa en el manejo de su gestión?					
2	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones financieras y operativas de la empresa en el manejo de su gestión?					
	Gestión de desempeño	1	2	3	4	5
3	¿Considera importante la formalidad de la empresa para que este cumpla sus objetivos?					
4	¿Considera que para impulsar el desempeño de la organización toman en cuenta las sugerencias de los grupos de interés internos?					
	Cercanía	1	2	3	4	5
5	¿Considera que se interactúa con la organización sobre las metas que se tienen que cumplir mediante una comunicación asertiva?					
6	¿Considera que la comunicación que se establece es solo para el logro de objetivos organizacionales?					
Gestión ambiental						

	Liderazgo	1	2	3	4	5
7	¿Considera que se direcciona a la organización siguiendo las políticas ambientales implantadas?					
8	¿Considera que se ejecutan con liderazgo las responsabilidades de la empresa?					
9	¿Considera que la organización se esmera por cumplir las metas de las políticas ambientales?					
	Gestión del cambio social	1	2	3	4	5
10	¿Considera que se tiene igualdad de oportunidades con los empleados cuando se trata de la gestión del cambio social?					
11	¿Considera existe un compromiso comunitario para difundir la gestión del cambio social a los grupos de interés?					
	Planificación	1	2	3	4	5
12	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los aspectos ambientales para desarrollar cualquier actividad?					
13	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los requisitos legales de las políticas ambientales para desarrollar cualquier actividad?					
14	¿Considera que dentro de la gestión de la empresa se toman en cuenta los objetivos y metas para desarrollar cualquier actividad que cumplan con la normativa del medio ambiente?					

ANEXO N° 2: FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS N° 01

TÍTULO: Los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura, año 2020.

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

HIPÓTESIS: La relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental de los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, es directa y significativa.

JUEZ EXPERTO: Efraín Ricardo Chuecas Wong

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister

FIRMA:



FECHA DE VALIDACIÓN: 13-11-2020

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GRUPOS DE INTERÉS	Responsabilidad	Operaciones legales	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones legales de la empresa en el manejo de su gestión?	X		X		X		X		
		Operaciones financieras y operativas	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones financieras y operativas de la empresa en el manejo de su gestión?	X		X		X		X		
	Influencia	Formalidad	¿Considera importante la formalidad de la empresa para que este cumpla sus objetivos?	X		X		X		X		

		Desempeño	¿Considera que para impulsar el desempeño de la organización toman en cuenta las sugerencias de los grupos de interés internos?	X		X		X		X		
	Cercanía	Interacción	¿Considera que se interactúa con la organización sobre las metas que se tienen que cumplir mediante una comunicación asertiva?	X		X		X		X		
		Comunicación	¿Considera que la comunicación que se establece es solo para el logro de objetivos organizacionales?	X		X		X		X		
GESTIÓN AMBIENTAL	Liderazgo	Política ambiental	¿Considera que se direcciona a la organización siguiendo las políticas ambientales implantadas?	X		X		X		X		
		Responsabilidades	¿Considera que se ejecutan con liderazgo las responsabilidades de la empresa?	X		X		X		X		
		Objetivos	¿Considera que la organización se esmera por cumplir las metas de las políticas ambientales?	X		X		X		X		
	Gestión del cambio social	Igualdad de oportunidades	¿Considera que se tiene igualdad de oportunidades con los empleados cuando se trata de la gestión del cambio social?	X		X		X		X		
		Compromiso comunitario	¿Considera existe un compromiso comunitario para difundir la gestión del cambio social a los grupos de interés?	X		X		X		X		
	Planificación	Aspectos ambientales	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los aspectos ambientales para desarrollar cualquier actividad?	X		X		X		X		
		Requisitos legales	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los requisitos legales de las políticas ambientales para desarrollar cualquier actividad?	X		X		X		X		

		Objetivos y metas	¿Considera que dentro de la gestión de la empresa se toman en cuenta los objetivos y metas para desarrollar cualquier actividad que cumplan con la normativa del medio ambiente?	X		X		X		X		
--	--	-------------------	--	---	--	---	--	---	--	---	--	--

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS N° 02

TÍTULO: Los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura, año 2020.

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

HIPÓTESIS: La relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental de los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, es directa y significativa.

JUEZ EXPERTO: Giovanni Fiorentini Candiotti

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister

FIRMA:



FECHA DE VALIDACIÓN: 15-11-2020

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GRUPOS DE INTERÉS	Responsabilidad	Operaciones legales	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones legales de la empresa en el manejo de su gestión?	X		X		X		X		
		Operaciones financieras y operativas	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones financieras y operativas de la empresa en el manejo de su gestión?	X		X		X		X		
	Influencia	Formalidad	¿Considera importante la formalidad de la empresa para que este cumpla sus objetivos?	X		X		X		X		
		Desempeño	¿Considera que para impulsar el desempeño de la organización toman	X		X		X		X		

			en cuenta las sugerencias de los grupos de interés internos?									
	Cercanía	Interacción	¿Considera que se interactúa con la organización sobre las metas que se tienen que cumplir mediante una comunicación asertiva?	X		X		X		X		
		Comunicación	¿Considera que la comunicación que se establece es solo para el logro de objetivos organizacionales?	X		X		X		X		
GESTIÓN AMBIENTAL	Liderazgo	Política ambiental	¿Considera que se direcciona a la organización siguiendo las políticas ambientales implantadas?	X		X		X		X		
		Responsabilidades	¿Considera que se ejecutan con liderazgo las responsabilidades de la empresa?	X		X		X		X		
		Objetivos	¿Considera que la organización se esmera por cumplir las metas de las políticas ambientales?	X		X		X		X		
	Gestión del cambio social	Igualdad de oportunidades	¿Considera que se tiene igualdad de oportunidades con los empleados cuando se trata de la gestión del cambio social?	X		X		X		X		
		Compromiso comunitario	¿Considera existe un compromiso comunitario para difundir la gestión del cambio social a los grupos de interés?	X		X		X		X		
	Planificación	Aspectos ambientales	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los aspectos ambientales para desarrollar cualquier actividad?	X		X		X		X		
		Requisitos legales	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los requisitos legales de las políticas ambientales para desarrollar cualquier actividad?	X		X		X		X		
		Objetivos y metas	¿Considera que dentro de la gestión de la empresa se toman en cuenta los	X		X		X		X		

			objetivos y metas para desarrollar cualquier actividad que cumplan con la normativa del medio ambiente?									
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS N° 03

TÍTULO: Los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura, año 2020.

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental en los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020.

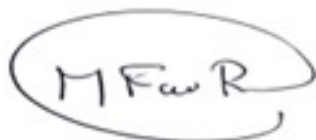
HIPÓTESIS: La relación que existe entre los grupos de interés y la gestión ambiental de los supermercados ubicados en los centros comerciales de Piura año 2020, es directa y significativa.

JUEZ EXPERTO: Miguel Ángel Flores Ramírez

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister

FIRMA:

FECHA DE VALIDACIÓN: 15-11-2020



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GRUPOS DE INTERÉS	Responsabilidad	Operaciones legales	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones legales de la empresa en el manejo de su gestión?	X		X		X		X		
		Operaciones financieras y operativas	¿Considera que tiene como prioridad las operaciones financieras y operativas de la empresa en el manejo de su gestión?	X		X		X		X		
	Influencia	Formalidad	¿Considera importante la formalidad de la empresa para que este cumpla sus objetivos?	X		X		X		X		
		Desempeño	¿Considera que para impulsar el desempeño de la organización toman	X		X		X		X		

			en cuenta las sugerencias de los grupos de interés internos?									
	Cercanía	Interacción	¿Considera que se interactúa con la organización sobre las metas que se tienen que cumplir mediante una comunicación asertiva?	X		X		X		X		
		Comunicación	¿Considera que la comunicación que se establece es solo para el logro de objetivos organizacionales?	X		X		X		X		
GESTIÓN AMBIENTAL	Liderazgo	Política ambiental	¿Considera que se direcciona a la organización siguiendo las políticas ambientales implantadas?	X		X		X		X		
		Responsabilidades	¿Considera que se ejecutan con liderazgo las responsabilidades de la empresa?	X		X		X		X		
		Objetivos	¿Considera que la organización se esmera por cumplir las metas de las políticas ambientales?	X		X		X		X		
	Gestión del cambio social	Igualdad de oportunidades	¿Considera que se tiene igualdad de oportunidades con los empleados cuando se trata de la gestión del cambio social?	X		X		X		X		
		Compromiso comunitario	¿Considera existe un compromiso comunitario para difundir la gestión del cambio social a los grupos de interés?	X		X		X		X		
	Planificación	Aspectos ambientales	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los aspectos ambientales para desarrollar cualquier actividad?	X		X		X		X		
		Requisitos legales	¿Considera que dentro de la planificación de la empresa se toman en cuenta los requisitos legales de las políticas ambientales para desarrollar cualquier actividad?	X		X		X		X		
		Objetivos y metas	¿Considera que dentro de la gestión de la empresa se toman en cuenta los	X		X		X		X		

			objetivos y metas para desarrollar cualquier actividad que cumplan con la normativa del medio ambiente?										
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--