

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**GRADO DE IMPLICANCIA DE TEMAS AMBIENTALES EN LAS
EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE CAJAMARCA - 2017.**

Bachilleres:

Bach. Adm. Disella Cachi Huamán.

Bach. Adm. Robert Nilton Castro Llerena.

Asesor:

Econ. David Boñón Díaz

Cajamarca – Perú

2018

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**GRADO DE IMPLICANCIA DE TEMAS AMBIENTALES EN LAS
EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE CAJAMARCA - 2017.**

**Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para el Título
Profesional de Licenciado en Administración de Empresas**

Bachilleres:

Bach. Adm. Disella Cachi Huamán.

Bach. Adm. Robert Nilton Castro Llerena.

Asesor:

Econ. David Boñón Díaz

Cajamarca – Perú

2018

COPYRIGHT © 2018 by

DISELA CACHI HUAMÁN

ROBERT NILTON CASTRO LLERENA

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL

**GRADO DE IMPLICANCIA DE TEMAS AMBIENTALES EN LAS
EMPRESAS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ DE CAJAMARCA - 2017.**

Presidente: Econ. Víctor Manuel Raico Arce

Secretario: Econ. Nelson Demetrio Mendo Chávez

Vocal: Econ. David Boñón Díaz

Asesor: Econ. David Boñón Díaz

A:

Dios, por haber estado conmigo en cada paso que doy, y por haberme dado salud, e iluminar mi camino, para lograr mis objetivos y a la vez llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Agustín Cachi y Elena Huamán, quienes estuvieron siempre apoyándome, siendo el pilar más importante en mi vida, por siempre demostrarme su cariño, comprensión, y apoyo incondicional, que me ha permitido ser una persona de bien. A mi hermano José Cachi, quien es mi más grande motivación, me acompaño y me dio fuerza para no dejarme vencer ante cualquier obstáculo. Todo este trabajo ha sido gracias a ellos, hicieron esta experiencia una de las mejores y una de las más especiales de mi vida.

Disella Cachi Huamán

A:

Dios, por permitirme tener y disfrutar de mi familia, porque me permites sonreír ante mis logros que son el resultado de tu ayuda, gracias por permitirme vivir y disfrutar de cada día e iluminar mi mente, que cuando me caído o me pones a prueba aprendo de mis errores, y por haberme permitido llegar al momento más importante de formación profesional.

Gracias a mis padres Ismael Castro y Claudina Llerena, por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ellos por confiar y creer en mí , quienes estuvieron en cada momento de mi vida durante estos años, apoyándome, demostrándome su amor, comprensión y apoyo incondicional. A mis hermanos por su ayuda, cariño y sus consejos siendo fundamentales en mi vida.

Finalmente dedico este trabajo a todas las personas que han formado parte de mi vida personal y profesional, a ellos les dedico por su apoyo y compañía en todo momento de mi vida.

Robert Nilton Castro Llerena

AGRADECIMIENTO

Agradecerle a Dios por su amor y bondad, y por permitirnos llegar hasta donde estamos, haciendo realidad nuestro sueño, y por guiarnos en nuestro camino a lo largo de nuestra vida.

A nuestros padres, quienes nos apoyaron en todo momento, por la educación inculcada en valores, y brindarnos una excelente educación a lo largo de nuestra vida, y sobre todo las lecciones de vida que nos dieron, para ser personas de bien.

A la universidad privada Antonio Guillermo Urrelo por los conocimientos brindados de cada uno de sus docentes, que nos ayudaron en nuestra formación profesional.

A nuestro profesor y asesor, David Boñón Díaz por su apoyo, dedicación y esfuerzo brindado, para lograr terminar con éxito esta tesis.

En general quisiera agradecer a todas y a cada una de las personas que han vivido con nosotros la realización de esta tesis, quienes con su ayuda, apoyo y comprensión nos alentaron a lograr esta hermosa realidad.

Disella y Robert

RESUMEN

Esta investigación nace a partir de que en actualidad el medio ambiente con el correr del tiempo se ha visto muy deteriorado, es por eso que los temas ambientales hoy en día se debe tratar con más énfasis en las organizaciones; ya que el medio ambiente es de vital importancia para todas las personas, y más para las empresas que generan diferentes tipos contaminantes que conllevan a dañar el entorno.

Es por tal motivo que el principal objetivo es determinar el grado de implicación en temas ambientales en las empresas del sector automotriz de Cajamarca, 2017, para cumplir con dicho objetivo se tuvo que estudiar las teoría fallas de mercado y dentro de ellas las externalidades, y la gestión empresarial.

Para la investigación se utilizó una muestra de 33 empresas existentes en el sector automotriz en la ciudad de Cajamarca, es importante señalar, que para desarrollar la siguiente investigación, se utilizó el método de investigación tipo descriptivo.

Para recolectar datos se utiliza un cuestionario, el cual ayuda a determinar el grado de implicancia en temas ambientales en la gestión empresarial, para así agruparlos en clústeres con características similares.

Los datos recolectados fueron procesados con el programa estadístico informativo Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

La investigación concluyo con dos grupos de clúster, de las 33 empresas encuestadas, 17 se encuentran en el primer grupo y 14 en el segundo grupo de clúster respectivamente, dentro de los cuales en el primer grupo según la escala de Likert

establecida se encuentran las empresas cuya escala esta entre 0 y 3 y en el segundo grupo se encuentran de 3 a 5 según la escala. Asimismo se denominó a estos grupos como no implicados e implicados respectivamente.

Palabras claves: temas ambientales, gestión empresarial, medio ambiente.

Abstract

This research is born from the fact that in actuality the environment over time has been very deteriorated, that is why environmental issues today should be addressed with more emphasis on organizations; since the environment is of vital importance for all people, and more so for companies that generate different types of pollutants that lead to damage to the environment.

It is for this reason that the main objective is to determine the degree of involvement in environmental issues in companies in the automotive sector of Cajamarca, 2017, to meet this objective had to study the theory market failures and within them the externalities, and business management.

For the research a sample of 33 existing companies in the automotive sector in the city of Cajamarca was used, it is important to point out that to develop the following research, the descriptive type research method was used.

To collect data, a questionnaire is used, which helps determine the degree of involvement in environmental issues in business management, in order to group them into clusters with similar characteristics.

The data collected were processed with the statistical statistical program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

The research concluded with two cluster groups, of the 33 companies surveyed, 17 are in the first group and 14 in the second cluster group respectively, within which in the first group according to the scale of Likert established companies are located whose scale is between 0 and 3 and in the second group they are from 3.50 to 5 according to

the scale. Likewise, these groups were named as not involved and involved respectively.

Keywords: environmental issues, business management, environment.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	iii
Resumen.....	iv
Abstract.....	vi
ÍNDICE.....	viii
LISTA DE TABLAS.....	x
LISTA DE ANEXOS.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Objetivos.....	4
1.4. Justificación de la investigación.....	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.2. Bases teóricas.....	10
2.3. Definición de términos básicos.....	25
2.4. Hipótesis de investigación.....	26
2.5. Definición operacional de variables.....	27

CAPITULO III. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	28
3.1. Tipo de investigación.....	28
3.2. Diseño de investigación.....	28
3.3. Población, muestra y unidad de análisis.....	28
3.4. Instrumentos de recolección de datos.....	29
3.5. Procedimiento de recolección de datos.....	29
3.6. Análisis de datos.....	30
3.7. Consideraciones éticas.....	31
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	32
4.1. Análisis de resultados.....	32
4.2. Discusión de resultados.....	49
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
Conclusiones.....	53
Recomendaciones.....	54
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS.....	62

LISTA DE TABLAS

Tabla N° 1. Operacionalización de variable.....	27
Tabla N° 2. Escala de Likert.....	30
Tabla N° 3. Grado de representatividad de la muestra.....	32
Tabla N° 4. Análisis de Confianza.....	32
Tabla N° 5. Anomalías.....	34
Tabla N° 6. Análisis de datos.....	34
Tabla N° 7. Validación de datos.....	45
Tabla N° 8. Medición de indicadores.....	46
Tabla N° 9. Pruebas de normalidad.....	47
Tabla N° 10. Análisis discriminante.....	48
Tabla N° 11. Pertenencia a cadena.....	67
Tabla N° 12. Pertenencia familiar.....	67
Tabla N° 13. Cuantificación de costos.....	67
Tabla N° 14. Formación medioambiental.....	67

Tabla N° 15. Compras verdes.....	68
Tabla N° 16. Estrategias y marketing.....	68
Tabla N° 17. Ahorro energético y agua.....	68
Tabla N° 18. Medidas de reciclaje.....	69
Tabla N° 19. Concientización de trabajadores.....	69
Tabla N° 20. Responsabilidad social corporativa.....	69
Tabla N° 21. Género del representante.....	70
Tabla N° 22. Fiabilidad.....	70

LISTA DE ANEXOS

ANEXO N° A: Cuestionario variable medioambiental.....	63
ANEXO N° B: Encuesta de Enfoque medioambiental en la gestión empresarial automotriz.....	64
ANEXO N° C: Listado de las empresas.....	66

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como propósito analizar el grado de implicancia de temas medioambientales de las empresas del sector automotriz en Cajamarca, 2017.

Hoy en día las empresas tienen el propósito de alcanzar el éxito y ser altamente competitivas en el mercado, pero han dejado de lado el tema que involucra el cuidado medioambiental, siendo este fundamental en el desarrollo empresarial.

Con el enfoque medioambiental, se busca lograr el desarrollo sostenible, que hace referencia al equilibrio adecuado del desarrollo económico, crecimiento de la población, uso racional de los recursos, protección y conservación del medio ambiente Massolo (2015).

Para la gestión empresarial, no existe una única forma óptima de organizar y administrar, que sea aplicable a todas las empresas, sino que depende de las condiciones del ambiente donde estas desarrollan sus actividades, estrategias de mercado y los cambios estructurales que obligan a las empresas a adoptar nuevas formas de mejora continua (Lawrence y Jay, 1972).

El desarrollo empresarial en distintos países del mundo involucra tener en cuenta distintos aspectos tradicionales tales como los económicos, políticos, sociales, financieros. En los últimos años se ha tornado relevante también, la consideración del medio ambiente, es así que la tendencia de las empresas competitivas, es involucrarse en la producción sostenible, principalmente a la hora de la toma de decisiones sobre sus inversiones, siendo beneficio económico a largo plazo (Ormazabal y Sarriegi, 2011).

En la investigación realizada en los diferentes repositorios de las universidades nacionales y locales existen pocos estudios realizados respecto al tema planteado, por ello la investigación a presentar es importante porque permitió un adecuado manejo de la gestión empresarial bajo el enfoque medioambiental. Con los resultados encontrados se busca promover e involucrar a las organizaciones a tomar acciones orientadas a prevenir, resolver y mitigar los problemas medio ambientales, con la finalidad de contribuir al desarrollo sostenible, competitividad y mejora de gestión empresarial en el sector.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente se han generado diversos escenarios de problemas socioambientales en contra de proyectos mineros y desinterés de las empresas por el cuidado del medio ambiente, no solo las organizaciones que pertenecen al rubro minero, son activos contaminantes, si no también existen otros grandes sectores que han empezado a crecer descontroladamente, como es el caso del sector automotriz, que viene siendo uno de los principales emisores de CO₂ que en promedio es de 190,5 g/km, considerada alta en comparación a los de niveles internacionales. La meta para el 2020, que involucra a los países de la unión Europea, Japon, Corea y Estados Unidos es tener mayor rendimiento y competitividad en el sector automotriz, se espera lograr eficiencia y reducción de emisiones para mantener un equilibrio empresa-medio ambiente (Chile, 2014).

En un estudio realizado por Diaz y Ramos (2012), mencionan que ocho de cada diez compañías pasan por alto el tema del cuidado medio ambiental, estas no cuentan con licencia ambiental que autorice el manejo responsable de los residuos peligrosos y solo el 2% invierte en la protección del medio ambiente. Por lo general en los talleres y concesionarias prefieren utilizar repuestos nuevos, sin ser conscientes de la cantidad de contaminación ambiental que generan, el 70% de los residuos automotrices son reciclables, sin embargo hasta este momento son desechados de mala manera por los talleres automotrices.

Las actividades que se desarrollan en los talleres generan impactos en el medioambiente, no representan daños severos pero que ameritan medidas de prevención y control pertinente de daños en el futuro.

Los agentes contaminantes más resaltantes del sector automotriz son; monóxido de carbono, hidrocarburos, metales pesado y otros contaminantes, entre ellas las partículas disueltas de los mantenimientos de vehículos, estas sustancias son de transformaciones entre las reacciones químicas y fotoquímicas que sufren los contaminantes primarios en el seno de la atmósfera, de manera que generan impacto directo en la capa de ozono y contaminantes principales del aire y suelo. Los vehículos emiten 0.3 gramos al recorrer 1 m de carretera. (Barzola, 2009)

Es por eso que a partir de la convención de Kioto realizada en 1997 los países industrializados se comprometen a estabilizar las emisiones de gases de efecto invernadero, promoviendo así a los gobiernos a establecer leyes y políticas para cuidar el medio ambiente, y a las empresas a tener el medio ambiente en cuenta a la hora de tomar decisiones sobre sus inversiones. Y además el tratado de Kioto ha propiciado la creación del mercado de carbono¹.

Con el protocolo de Kioto se empezó a ejercer presión a las empresas del sector industrial para invertir en nuevas tecnologías. Los costes para ello fueron elevados, porque esto implicó cambios en sus instalaciones. Adquisición de nueva tecnología, capacitación para la mano de obra y entre otras necesarias para conseguir reducir las

¹ Sistema de comercio a través del cual los gobiernos, empresas o individuos pueden vender o adquirir reducciones de gases efecto invernadero (Protocolo de Kyoto, 1997).

emisiones. La implementación de nueva tecnología y herramientas aunque costosos, eran necesarias para ir generando así competitividad. Por lo tanto es necesaria la inversión en proyectos limpios, eficiencia en la gestión ambiental y beneficios para la economía a largo plazo (Galán, 2005).

En el desarrollo de la gestión ambiental, en algunos países del mundo, ha existido una serie de errores e improvisaciones, donde los resultados de la gestión actual no compadecen ni corresponden con la cantidad de recursos y esfuerzos humanos, técnicos, financieros e institucionales utilizados, y en contra denotan cada vez más caos generalizados, principalmente en ámbito de países en desarrollo (Vega, 2001).

La transición hacia modelos de producción empresarial más sostenibles trae aparejada la necesidad de adoptar, por parte de los estados, decisiones políticas que pueden afectar a las estructuras impositivas, a la dinámica de inversión, a la evolución del empleo, a la regulación del comercio internacional entre otras (Gutiérrez, 2013).

En gran medida esto contribuye a aumentar la riqueza de los países. Y esto conllevará a mejorar la condición de vida y de trabajo de la población mundial.

Debido a esto, los países industrializados firmaron tratados, dentro de los cuales las más aplicadas fueron las normas sobre gestión medioambiental, la ISO 14000, 14001 y el reglamento EMAS (Eco-Management and Audit Scheme, o Reglamento Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría), donde se desarrollan indicadores ambientales, instrumentos de medición imprescindibles para poder planificar, controlar y corregir los factores ambientales en las empresas (Ihobe, 1999).

Ormazabal y Sarriegi (2011), en cuanto a la gestión ambiental en una empresa, señalan que la empresa tiene como objetivo principal reducir el impacto ambiental

generado por la misma, y que este objetivo deber ser imprescindible en la organización y actualidad es un requisito para la supervivencia en el siglo XXI.

Las empresas cada vez son más conscientes de la gestión ambiental, considerada de importancia creciente como elemento de competitividad. Para ello, la certificación del cumplimiento de una norma de gestión medioambiental es uno de los objetivos claves.

En tal sentido, es apremiante para la región Cajamarca realizar un análisis de la gestión medioambiental por parte del empresariado que está inmerso en este tipo de disyuntivas. Esto nos lleva a analizar un sector que creció en gran manera en los últimos años (De acuerdo al censo empresarial 2012, las empresas de este rubro pasaron de 8 empresas automotrices en 1990 a más de 320 en 2012), como lo es el parque automotor y con ello el sector de mantenimiento y reparación de estos.

Actualmente las empresas están que realizan mejores prácticas de gestión ambiental, por lo que hoy en día la están utilizando como una estrategia, y así poder brindar mayor competitividad en dicho sector, y con ello ser más responsables del medio ambiente.

1.2. Formulación del problema.

¿Cuál es el grado de implicancia de temas ambientales en la gestión empresarial automotriz de Cajamarca 2017?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar el grado de implicación en temas ambientales en las empresas del sector automotriz de Cajamarca.

1.4. Justificación de la investigación.

La presente investigación se justifica en base a las siguientes razones:

Es necesario analizar este tema, debido a que Cajamarca es una zona que ha vivido constantes conflictos medioambientales, en la cual existieron diversos disturbios en oposiciones a empresas que para la población no estaban contribuyendo al cuidado medio ambiental, generando desconfianza en los procesos y estrategias que se realizan para reducir el impacto al medio ambiente. Desde la perspectiva psicosocial se plantea que las actitudes y opiniones medioambientales están relacionadas con las creencias sobre lo apropiado de la organización social, sobre la relación del ser humano con la naturaleza y con el carácter moral de las distintas acciones con el entorno. Los conflictos sociales ocasionados en protección al medio ambiente en la ciudad de Cajamarca afectaron económicamente a toda la región, es por ello que se debe tomar en cuenta la gestión ambiental a fin de minimizar las problemática ambiental, con la finalidad de la protección, manejo y preservación de los recursos renovables.

La sociedad con el pasar del tiempo está tomando conciencia frente al cambio climático, esta necesidad de preservar el medio ambiente ha generado que a nivel internacional y nacional se creen acciones concertadas del Estado y sociedad a través de convenios, tratados y leyes en protección al medioambiente que regulen a las empresas en su tratamiento, mejoramiento de procesos y estrategias que reduzcan el impacto ambiental. En nuestro país, legalmente en el artículo IV de la Ley General el Ambiente, menciona que toda persona tiene el derecho a una acción rápida, sencilla y efectiva, ante las entidades administrativas y jurisdiccionales, en defensa del ambiente

y de sus componentes, velando por la debida protección de la salud de las personas en forma individual y colectiva, la conservación de la diversidad biológica, el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, así como la conservación del patrimonio cultural vinculado a aquellos (Congreso de la República del Perú., 2005).

En la investigación bibliográfica realizada en los diferentes repositorios de las universidades nacionales y locales existen pocos estudios realizados respecto al tema planteado, por ello la investigación a realizar es importante porque permitirá el manejo adecuado de la gestión empresarial bajo el enfoque medioambiental, de manera que los resultados a obtener permitirán mejorar y corregir la gestión ambiental y reducir los efectos de contaminación.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Florez. (2010), *“Propuesta para el mejoramiento de la gestión ambiental en los concesionarios automotrices regional Manizales en sus actividades de post venta en servicios de mantenimiento y reparación”* (Pereira-Colombia), quien planteó establecer algunos elementos administrativos en los parámetros de operación en las concesionarias de la ciudad de Manizales en sus actividades de mantenimiento y reparación para el uso adecuado de los elementos utilizados en estos procesos de manera que no afecten la calidad de vida del hombre ni la del medio ambiente, concluyó que este tipos de documentos ayudan al proceso de sensibilización a nivel ambiental en organizaciones del sector automotriz.

Castellanos (2011), *“Impacto de la gestión ambiental en la rentabilidad financiera en microempresas industriales de la cabecera municipal de Palmira”* (Colombia), pretende describir la presencia de procesos de gestión ambiental al interior de las microempresas y su relación con la rentabilidad financiera, para ello se ha tenido como indicadores financieros a la utilidad neta (utilidad resultante de los ingresos menos egresos) y al capital invertido (desembolso por parte de los inversores). En el estudio realizado se determinó que las organizaciones centran sus prácticas de manejo ambiental en el reprocesamiento de excedentes industriales y venta de residuos sólidos sobrantes, en cuanto a las aguas residuales industriales básicamente. Las microempresas son entidades con recursos financieros limitados, lo que se convierte en un obstáculo de gran importancia al momento de asignar recursos al sistema de gestión

ambiental y al desarrollo de programas ambientales, por lo tanto, la escasez de recursos financieros es un elemento que limita el desarrollo medioambiental de la empresa.

Mejía (2008), *“Propuesta para la Implementación de un Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14,001:2004 para la pequeña y mediana Empresa (Pymes) en Guatemala”* resalta la incorporación a través de un documento consolidado, la adopción voluntaria de las normas ISO 14001:2004, para la pequeña y mediana empresa del sector industrial, como herramienta de Gestión Ambiental. En su investigación documentada, la autora concluye que el SGA es una herramienta promotora de mejoras continuas en la rentabilidad y el desempeño ambiental de la organización. Los beneficios que la empresa tendrá con la incorporación de un SGA será que promoverá una imagen “verde” o ecológica, lo cual redundará en mayor confianza para sus clientes.

Carrera (2015), *“Auditoría ambiental y la implementación del ISO 14001 para mejorar los procesos de gestión medio ambientales y sus efectos en la gestión de la municipalidad provincial de huamanga, 2015”*, propone implementar Sistema de Gestión Ambiental para la Municipalidad Provincial de Huamanga, cuya aplicación permitirá mejorar la calidad de vida. El método de investigación que utilizaron es el método de investigación bibliográfica y documental llegando a concluir: La Municipalidad Provincial de Huamanga no aplica el Sistema de Gestión Ambiental de la ISO 14001, pero al establecerla se podrá mejorar considerablemente llevando a cabo un plan de educación ambiental, capacitación del personal, establecer políticas, financiamiento y cronogramas para cumplir los objetivos.

Espinoza y Lázaro (2013), *“Auditoría ambiental para la prevención de la contaminación ambiental en el área de servicios de la organización empresarial Autonort Trujillo S.A. 2013”*, plantearon determinar de qué manera la auditoría ambiental previene la contaminación ambiental en el área de servicios en la organización empresarial de Autonort Trujillo S.A., en la que se concluye que la aplicación de la auditoría ambiental nos ayudaría en gran parte a determinar medidas de prevención y control los puntos débiles de la empresa respecto a la calidad del servicio y el grado de contaminación ambiental, en el área de servicios.

Candiotti (2009), *“Implementación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001:2004 en Compañía Minera Condestable S.A”*, afirma que la implementación de la gestión ambiental es una herramienta idónea para el manejo e inspección de los aspectos ambientales de la organización, por qué ayuda a llevar un control adecuado de los recursos del entorno, minimizando la probabilidad de generar impactos ambientales negativos.

Fernández (2014), *“sistema de gestión ambiental en las empresas de transformación de productos agrícolas”*(Cajamarca), quien se planteó implementar un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), que permitirá un avance en cuanto al ámbito organizacional realizando capacitaciones al personal de la organización, entre sus conclusiones expresa que: El Sistema de Gestión Ambiental según ISO 14001: es un standard completo y eficaz para cualquier organización que tome la decisión, interés y debida importancia de implementar en sus sistemas o procesos un sistema gestión ambiental. La implementación del Sistema de Gestión Ambiental (SGA) es una herramienta que permitió demostrar a las partes interesadas que se cumple con los requisitos legales

vigentes, y se esfuerza por mejorar su desempeño ambiental, respaldando una imagen positiva de la empresa.

Vasquez (2011), *“Propuesta de diseño de un sistema de gestión medioambiental en la Minera Gold Fields basada en las buenas prácticas para minimizar el Impacto Ambiental”*. En esta investigación de tipo descriptiva se recopila la información del impacto ambiental que viene ocasionando la minera Gold Fields y establece diseñar y proponer un Sistema de Gestión Medioambiental basada en las buenas prácticas como el control de inventarios y seguimiento de materia prima, prevención y control de fugas, derrames, emisiones entre otro, que permitan minimizar el impacto medioambiental, mediante la determinación, análisis y evaluación de los factores de mayor incidencia (presencia de desechos químicos en el suelo y agua) en el impacto ambiental. En la que se concluye que la implementación de este sistema permitirá a las empresas a conseguir sus objetivos, alcanzar el liderazgo en el sector y trabajar en buenas relaciones con la comunidad, cuidando y protegiendo el medio ambiente.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Fallas de mercado

Según la metáfora inventada por Adam Smith la mano invisible, que expresa la capacidad autorreguladora del libre mercado, donde explica el funcionamiento de los mercados y la fijación de los precios. A través del libre juego de la oferta y la demanda. En algunos casos la mano invisible conduce a situaciones indeseables como son las desigualdades sociales, la posición dominante de ciertas empresas, la contaminación o los abusos que sobre la clase trabajadora. Estos efectos negativos del mercado, fruto de

un funcionamiento incontrolado e ineficiente, se denomina fallos de mercados (Otero, 2010).

Las fallas de mercado son situaciones caracterizadas porque los mercados fallan a la hora de lograr eficiencia, en sentido económico, lo cual significa que el mercado no asigna por sí solo los recursos de manera eficiente o no conduce a la obtención de un óptimo de Pareto². Esta situación se produce cuando el suministro que hace un mercado de un bien o servicio no es eficiente, debido a que el mercado suministra más cantidad de lo que sería eficiente o porque el equilibrio del mercado proporciona menos cantidad de un determinado bien de lo que sería eficiente. En general, estas fallas surgen por las imperfecciones del mercado (Rodríguez V. , 2013).

De acuerdo con Stiglitz (2000), el primer teorema fundamental de la economía del bienestar establece que la economía solo es eficiente en el sentido de Pareto en determinadas circunstancias y condiciones. Hay seis importantes condiciones en las que los mercados no son eficientes en el sentido de Pareto. Se denominan fallas de mercado y constituyen un argumento a favor de la intervención del Estado. Los mercados por sí solos fallan de forma evidente, y fallan con mucha frecuencia. En consecuencia, las fallas tienen muchas causas, pero seis son muy relevantes: falla de la competencia, existencia de bienes públicos, asimetrías de la información de riesgo

² Pareto: consiste en que las asignaciones de recurso que tienen la propiedad de que no es posible mejorar el bienestar de ninguna persona sin empeorar el de alguna otra. Es lo que normalmente se refiere en economía a la eficiencia. Para que los mercados sean eficientes en el sentido de Pareto, tiene que haber competencia perfecta.

moral y selección adversa, inflación, mercados incompletos, presencia de externalidades positivas y negativas.

Cuando los mercados funcionan de manera eficiente el único papel del estado, es proporcionar un marco normativo e institucional para que se produzcan los intercambios, es salvaguardar la propiedad privada y garantizar los intercambios entre los ofertantes y demandantes. El estado es el garante de los contratos firmados y hace valer el derecho de propiedad a su legítimo dueño de forma que en un mercado queda establecido, quien puede vender un producto y quien puede comprarlo, de manera de que el consumidor lo compre automáticamente es el dueño. Generalmente se cree que es necesaria alguna forma de intervención del gobierno en los mercados para corregir las fallas de mercado relacionado con la contaminación y con otras externalidades. Sin embargo, en algunos casos de derechos de propiedad y responsabilidad legal se pueden sustituir las regulaciones del gobierno o a los impuestos. Uno de los métodos del sector privado se apoya en leyes de responsabilidad legal en lugar de hacerlo en regulación directa del gobierno. En este método el sistema legal hace generador de externalidades legalmente responsable de cualquier daño causado. Samuelson y Nordhad (2010), afirman que las más espinosas fallas de mercado, son las externalidades negativas, tales como la contaminación, pero también existen externalidades que se reparten de manera invisible en todo el planeta, las llamadas externalidades positivas tales como los descubrimientos científicos, entre otras.

2.2.1.1. Externalidades

Krugman, Wells y Olney (2011), se refieren a una externalidad es un acto privado con efectos sobre el resto de la sociedad los cuales pueden ser positivos o negativos. En el caso de una externalidad negativa estos efectos no se retribuyen adecuadamente, ni por parte del actor, ni por parte del Estado. Tal es el caso de una empresa que tiene como desechos agua contaminada que arroja a los ríos, en este caso ni el Estado la ha sancionado ni la empresa ha invertido en su propia planta de tratamiento. Krugman et al.(2011) Indica que se busca que en estos casos el actor internalice los costos de la externalidad, como en este caso sería invirtiendo en la planta de tratamiento. Se espera que la empresa llegue a sentir la necesidad de internalizar el costo, pero si esto no sucede el estado puede intervenir por medio de prohibiciones, impuestos o subsidios al afectado.

En la actualidad los gobiernos se preocupan más de las externalidades negativas que de las positivas. A medida que la sociedad se ha hecho cada vez más densamente poblada y la producción de energía, productos químicos y otros materiales aumenta, las externalidades negativas de ser molestias menores se han convertido en grandes amenazas. Es aquí donde intervienen los gobiernos. Las regulaciones gubernamentales están diseñadas para controlar externalidades como la contaminación del aire y del agua, el daño que se deriva de las explotaciones mineras a cielo abierto, los desperdicios tóxicos, los medicamentos y alimentos inseguros y los materiales radiactivos. Las empresas no reducirán voluntariamente las emisiones de sustancias químicas tóxicas a la atmósfera, ni siempre se abstendrán de tirar desechos tóxicos en

los basureros. Por tanto, el control de la contaminación es considerado como una función legítima del gobierno.

1. Externalidades negativas

La congestión, la contaminación y las emisiones de carbono son las fuentes de las externalidades negativas de producción más costosas y generalizadas. La contaminación y emisiones de carbono son cada vez que más frecuentes y es cada vez que se enciende el aire acondicionado, utiliza agua caliente, conduce su automóvil, viaja en avión, o incluso toma un autobús o tren, sus acciones contribuyen a contaminar el medio ambiente y aumentan su huella de carbono. La actividad económica provoca la contaminación del aire, el agua y la tierra. Estos tipos de contaminación interactúan a través del ecosistema.

1.1. Contaminación del aire: La contaminación atmosférica proviene de la transportación terrestre y de los procesos industriales. Únicamente 20 por ciento es consecuencia de la generación de energía eléctrica. Una creencia común es que la contaminación atmosférica está empeorando. En muchos países en desarrollo, la contaminación del aire es cada vez mayor. El rápido desarrollo económico de China ha ocasionado un grave problema de la calidad del aire de Beijing.

1.2. Contaminación del agua: La descarga de desperdicios industriales y aguas negras no tratadas, así como el escurrimiento de fertilizantes, contaminan océanos, lagos y ríos.

Hay dos alternativas principales para evitar la contaminación de los ríos y los océanos. Una es el procesamiento químico de los desperdicios para hacerlos inertes

o biodegradables. La otra, ampliamente utilizada para los desperdicios nucleares, consiste en su almacenamiento bajo tierra en contenedores seguros.

1.3. Contaminación de la tierra: La contaminación de la tierra es ocasionada por los productos con residuos tóxicos que desechamos. La basura normal que generan las familias no representa un problema de contaminación, a menos que genere escurrimientos que lleguen al suministro de aguas. El reciclaje parece ser una alternativa atractiva, pero para que sea eficaz requiere invertir en nuevas tecnologías. La incineración es una alternativa de alto costo y genera contaminación atmosférica. Además, estas alternativas no son gratuitas y sólo se vuelven eficientes cuando el costo de utilizar el relleno sanitario es demasiado alto.

La contaminación es una de las externalidades más importantes, es por ello las empresas deben disminuir la contaminación que producen al realizar sus producciones, como lo indica (Parkin, 2010).

Es por ello, que para tratar de disminuir la emisiones de CO₂, se firmó el tratado de Kioto, en el cual Miembros representativos de 39 gobiernos elaboraron y firmaron, en diciembre de 1997, en Kioto, Japón, un Protocolo por el que se comprometían, una vez que fuese ratificado el proyecto por un número suficiente de países cuyas emisiones conjuntas de CO₂ o equivalentes superasen el 55% de las emisiones globales, a llegar entre el año 2008 y el 2012 a una reducción total de sus emisiones de CO₂ de un 5% con respecto a los niveles emitidos en 1990. El tratado ha sido ratificado por la Unión Europea pero no por los Estados Unidos. Cuando por fin el gobierno de Rusia se

decidió a ratificarlo, el tratado entró en vigor en febrero del 2005 (por haberse alcanzado entre los firmantes el 55% de las emisiones globales).

Con este Protocolo se busca obligar a los países del mundo a reducir sus emisiones de los gases que producen el llamado "efecto invernadero" o calentamiento de la Tierra. A pesar de la negativa estadounidense, de los 180 delegados reunidos en Alemania, 178 lograron llegar a un acuerdo y suscribir dicho protocolo que se inició en 1997, para combatir la contaminación ambiental que está destruyendo la capa de ozono. De esta manera el Protocolo pasa a ser un tratado internacional y, por consiguiente (entre ellos en nuestro país), se convierte en una ley constitucional. Así se ratifica que quienes lo aprobaron están obligados (mediante una inspección técnica de la ONU) a seguir reduciendo sus emisiones de gases.

Si bien es cierto el tratado de Kioto busca minimizar las emisiones de seis gases (dióxido de carbono (CO₂), gas metano (CH₄) y óxido nitroso (N₂O), y los otros tres son gases industriales fluorados: hidrofluorocarbonos (HFC), perfluorocarbonos (PFC) y hexafluoruro de azufre (SF₆)), también busca disminuir la contaminación global, es por ello que debido al alto crecimiento del sector automotriz en los últimos años, resulta perjudicial para el ambiente, las emisiones procedentes de los escapes de los vehículos contienen monóxido de carbono, la reparación de estos automóviles produce un gran desperdicio de residuos líquidos, los hidrocarburos y óxidos de nitrógeno que son liberados a la atmósfera en importantes cantidades. Además de contribuir con el cambio climático, la contaminación vehicular del aire produce efectos nocivos para la salud

humana y contaminación ambiental. El tratado de Kioto busca disminuir la contaminación global a un 5% de los países en los últimos años.

Este pacto también dictamina reglas de cumplimiento, establece penalidades para los países que no cumplan y tiene un sistema de intercambio de permisos que permite a los países más contaminantes comprar permisos de emisión a los países menos contaminantes o a invertir en tecnologías limpias.

2.2.2. La economía en el medio ambiente

La economía depende del medio ambiente; lo que ocurre en la economía influye en el medio ambiente y los cambios en el medio ambiente influyen en la economía, ya que estos son interdependientes; los recursos se extraen del medioambiente y se utilizan en la producción, y estos generan residuos, y estos residuos se originan tanto en la producción como en el consumo dentro de la economía. Las actividades básicas que se desarrollan en la economía son el consumo, la producción y la inversión; el consumo es la utilización de bienes y servicios, la producción son las empresas que se encargan de la producción de bienes y servicios, dentro de los cuales utilizan materia primas para diferentes tipos de productos o bienes, la inversión hace referencia a stock de capitales, capital durable, humano, intelectual, social, reproducible, natural; estas actividades con su desarrollo generan impacto ambiental (Common, 2008).

La economía ambiental aborda los problemas de la naturaleza como impactos o beneficios a valorar desde la economía ordinaria, que razona en términos de precios, costos y beneficios reales o simulados Naime y Sanjurgo, (2017). En la economía

ambiental se pueden distinguir cuatro visiones básicas del mundo, que van desde el apoyo a un proceso de crecimiento guiado por el mercado la tecnología que es fundamentalmente dañino para el medio ambiente, pasan por una postura que apoya la conservación de recursos y el crecimiento; en la cual el estado del medio ambiente puede ser determinado simultáneamente por los efectos de las externalidades y el nivel de oferta de los bienes públicos, y constituye en la calidad del medio ambiente depende tanto de decisiones individuales, privadas, como de la acción colectiva emprendida a través del sector público es decir los stakeholders (Enrique, 2010).

2.2.3. Crecimiento económico y medio ambiente

A nivel general el crecimiento ha sido muy considerado desde los años antiguos a la actualidad en diferentes sectores.

En el sector industrial se aumentado enormemente durante los últimos años, porque las tecnologías también han ido cambiando demasiado, ya que el uso de las tecnologías por parte de los seres humanos se multiplicado cien veces.

De acuerdo a la hipótesis de la CKA, indica que a medida que avanza el crecimiento económico, el daño ambiental aumenta primero, debido a que el crecimiento económico implica industrialización, de forma que se extrae más energía y otras materias primas del medio ambiente; El desarrollo sostenible es una forma de crecimiento económico que satisface las necesidades y aspiraciones del presente sin comprometer las capacidad del sistema de economía y medio ambiente de seguir satisfaciéndoles en futuro por lo que de vital importancia tener en cuenta el no dañar el medio ambiente en el futuro (Paños, 2008).

2.2.4. ISO 14000

La norma ISO 14000 es un conjunto de normas que cubre aspectos del ambiente, la cual trata de estandarizar normas de productos y seguridad, para las empresas u organizaciones a nivel internacional, es aplicable a cualquier organización, de cualquier tamaño o sector, que esté buscando reducir los impactos en el ambiente y cumplir con la legislación en materia ambiental Salas y Sepúlveda (2002). Las normas ISO 14000, buscan evaluar la organización, mediante las siguientes directrices Cascio y Woodside (1997) y dentro de las cuales se encuentran las siguientes normas:

- Sistemas de gestión ambiental
 - ISO 14001: proporciona especificaciones y los requerimientos orientados para su uso, es la norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA).
 - ISO 14004: son directrices generales sobre principios, sistemas y técnicas de apoyo tiene como objetivo proporcionar orientación sobre el establecimiento.
- Auditoría ambiental
 - ISO 14010 (Principios generales de auditoría ambiental). La auditoría ambiental es un instrumento valioso para verificar y ayudar a mejorar el desempeño ambiental.
 - ISO 14011 (Directrices y procedimientos para las auditorías): Sistema de gestión ambiental. Aquella parte del sistema de gestión global que incluye la estructura organizativa.
- ISO 14012 (Guías de consulta para la protección ambiental): deben tener una experiencia adecuada de trabajo, de por lo menos, cinco años.

- ISO 14020: Las etiquetas y declaraciones ambientales proporcionan información acerca de un producto o servicio en cuanto a su carácter ambiental general.
- ISO 14021: especifica los requisitos relativos al etiquetado ambiental tipo II “autodeclaraciones ambientales”, las cuales son avaladas por el mismo fabricante y no requieren certificación de terceras partes independientes.
- ISO 14024: la Eco etiqueta Europea es un sistema de certificación conforme a la norma ISO 14024 que tiene como objetivos principales promover productos con un efecto ambiental reducido.
- Evaluación del desempeño ambiental
 - ISO 14031(Gestión ambiental): Es la evaluación de desempeño ambiental (EPE) es un proceso para facilitar las decisiones de gestión relativas al desempeño medioambiental de una organización mediante la selección de indicadores, recopilación y análisis de datos, evaluación de la información con criterios de desempeño ambiental, información y comunicación, revisión periódica y la mejora de este proceso.
 - ISO 14040(Gestión ambiental): El Análisis del Ciclo de Vida (ACV) aborda todos los aspectos ambientales e impactos ambientales potenciales a lo largo de todo el ciclo de vida de un producto.
 - ISO 14041(Gestión ambiental): la norma tiene el propósito el apoyar la aplicación de un plan de manejo ambiental en cualquier empresa del sector público o privado.
 - ISO 14042 y ISO 14043(Gestión ambiental): Evaluación de impacto de ciclo de vida.

Por otro lado los elementos clave de un SGA basado en la ISO 14000 son: política ambiental, planificación, implementación y operación de procesos, verificación y acción correctiva y la mejora continua (Méndez, 2009). Esta serie de normas, se han convertido en uno de los patrones de referencia más acreditados a nivel mundial.

2.2.5. Residuos

En la industria automotriz generan residuos peligrosos(aguas residuales) y éstas deben ser tratadas antes de desecharlas y también sólidos, se debe tener en mayor medida utilizar productos con menor toxicidad aplicando compras verdes, durante cambios de aceite del motor, se deberá evitar que el aceite usado caiga al piso, utilizando preferentemente los dispositivos que permiten captar el aceite en mal estado, las fugas se deben controlar, los residuos sólidos como filtros, frenos, recipientes, etc. Estos se pueden reciclar para evitar mayor contaminación; y estos residuos o contaminantes se pueden clasificar de acuerdo a su peligrosidad.

2.2.6. Reciclaje

Se deben reciclar los productos como:

Parachoques, Carcasas, Faros y espejos laterales, Tableros de instrumentos, Asientos y respaldos, Paneles de puertas, Contenedores de fluidos, fieros, esto podría reducir el impacto ambiental y ayudaría ahorrar costos medioambientales.

2.2.7. Compras verdes.

Las compras verdes es la compra de productos ambientalmente más correctos como la contratación de obras y servicios bajo criterios ambientales con la perspectiva de

fomentar cambios en los sectores económicos y en las pautas de trabajo (Cabrera y Gayán, 2014).

Compras verdes quiere decir comprar de manera inteligente, comprar con el medio ambiente en mente, es decir, comprar productos que ayuden a conservar los recursos naturales, y que ahorren energía y eviten el desperdicio (Varona, Torres, Vicente, y Jablonski, 2009)

- Etiquetas ecológicas

Las etiquetas ecológicas son símbolos que se otorgan a aquellos productos que tienen una menor incidencia sobre el medio ambiente, debido a que cumplen una serie de criterios ecológicos definidos previamente por el análisis de su ciclo de vida (Paz, 2009).

¿Por qué es importante potenciar la Compra Verde?

Mejora de la eficiencia, mejora de la calidad de vida de la comunidad, concienciación ambiental de la comunidad, mejora de la imagen política, en muchos casos, obtención de mayores niveles de sostenibilidad por el mismo coste.

2.2.8. Gestión empresarial.

El desarrollo de la gestión empresarial comienza desde los antiguos egipcios o los comerciantes sumerios, estos se basan en métodos organizativos de acuerdo a la iglesia y las antiguas milicias. Luego se fueron creando los números árabes y la aparición de la contabilidad, estas áreas ya mencionadas proporcionaron un mejor planteamiento y el control de la organización cuantitativamente (Quispe, 2015).

La gestión empresarial constituye la manera de utilizar los diversos recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros, informáticos y tecnológicos para alcanzar objetivos y lograr excelente desempeño), para alcanzar determinados objetivos de manera eficiente y eficaz (Chiavenato, 2002).

Para Gonzales , Hernandez, Ochoa, & Chairez, (2012), implica la aplicación de conocimiento en el desarrollo y funcionamiento de la mejora de herramientas como los planes de mercadotecnia, planes de negocios estratégicos y otros que contribuyan a mejores resultado organizacionales.

1. Herramientas de gestión empresarial

- Planeación estratégica: es un proceso sistemático, que da sentido de dirección y continuidad a las actividades diarias de una organización (Quispe, 2015).
- El Benchmarking: proceso sistemático, continuo de investigación y aprendizaje para evaluar los productos y servicios, comparando continuamente los procesos empresariales de una organización (Quispe, 2015).
- Gestión de la calidad total (TQM): es un enfoque sistemático para la mejora de la calidad, que se relaciona con las especificaciones de productos y servicios (Tobón, y otros, 2013).
- Gestión Ambiental: contribuir a crear conciencia sobre la necesidad de aplicar, en la empresa, políticas de defensa del medio ambiente (Rojas, 2004).
- Gestión de la información: permite administrar mejor los activos organizacionales y ser más eficiente al diseminar mejores prácticas e información (Rojas, 2004).

- Gestión de la tecnología: representa una serie de acciones, herramientas y técnicas para integrar la ciencia, la ingeniería, los negocio (Jaimes, Vargas, Carrillo y Ramires, 2011)
- Gestión social: el accionar social y político del individuo a partir del conocimiento, que la comunidad tiene sobre los derechos (Sánchez & Velandia, 2008).
- Gestión financiera ambiental: se debe considerar, además de los factores económicos, otros objetivos como la satisfacción de los, stakeholders (Lorenzo, 2002).
- Gestión de imagen: el conjunto de características o atributos que la organización (Capriaiti, 1992).

2. Técnicas de gestión empresarial

- Análisis Estratégico: Diagnosticar el escenario identificar los escenarios político, económico y social.
- Gestión Organizacional o Proceso Administrativo: Planificar la anticipación al futuro de la empresa y la fijación de la estrategia y las metas u objetivos.
- Gestión de la Tecnología de Información: Aplicar los sistemas de información y comunicación.
- Gestión Financiera: Obtener dinero y crédito al menos costo posible.
- Gestión de Recursos Humanos: Buscar utilizar la fuerza de trabajo en la forma más eficiente posible.
- Gestión de Operaciones y Logística de abastecimiento y distribución: Suministrar los bienes y servicios que irán a satisfacer necesidades de los consumidores

- Técnicas de gestión empresarial Análisis Estratégico: Diagnosticar el escenario identificar los escenarios político, económico y social.

2.2.9. Sector Automotriz.

Todas aquellas empresas y actividades involucradas en la fabricación y mantenimiento de vehículos de motor, incluyendo la mayoría de los componentes, como motores y cuerpos, pero sin incluir neumáticos, baterías y combustible.

- Empresa de mantenimiento automotriz.

Encargada de comercializar servicios de mantenimiento de vehículos automotrices, aplicando técnicas de diagnóstico y con procedimientos destinados a asegurar el buen funcionamiento y prolongación de la vida útil de los automóviles (Bolaños D. , 2007).

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Gestión

Conjunto de acciones, o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o deseo. Dicho de otra manera, una gestión se refiere a todos aquellos trámites que se realizan con la finalidad de resolver una situación o materializar un proyecto.

2.3.2. Gestión medioambiental

Conjunto de acciones o estrategias encaminadas a lograr un mejor cuidado del medio ambiente y prevenir los problemas ambientales.

2.3.3. Contaminación

Presencia en el ambiente de cualquier agente (físico, químico o biológico) que afectan el entorno y las condiciones de vida, la seguridad o para el bienestar de la población, o bien, que puedan ser perjudiciales para la vida vegetal o animal.

2.3.4. Automotriz

Rama de la mecánica que estudia y aplica los principios propios de la física y mecánica para la generación y transmisión del movimiento en sistemas automotrices, como son los vehículos de tracción mecánica.

2.3.5. Ambiente

Conjunto de condiciones en las cuales se encuentra una persona, puede implicar el lugar físico y las condiciones del mismo, asimismo, la palabra ambiente son condiciones o circunstancias de un lugar que parecen favorables o no para los individuos, animales o cosas en el que están.

2.3.6. Gestión empresarial

La gestión empresarial ofrece herramienta útil para la toma de decisiones, la identificación de conflictos y hasta la reducción de costos de coordinación internos y externos.

2.4. Hipótesis de investigación

La investigación no tiene hipótesis, porque solo se tiene una variable en la investigación.

2.5. Definición operacional de variables

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla N° 1. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Tipo	Dimensiones	Indicadores	Escala
Enfoque medioambiental	El conjunto de acciones y estrategias mediante las cuales se organizan las actividades antrópicas que influyen sobre el ambiente con el fin de lograr una adecuada calidad de vida previniendo o mitigando los problemas ambientales (Massolo, 2015).	Variable independiente	Gestión medioambiental	Compras Verdes	Cualitativo Ordinal
				Ahorro energético y de agua	
				Reciclaje	
				Capacitación al personal en Temas medioambientales.	Cualitativo Ordinal
				Formación medioambiental de los trabajadores.	
				Concientización de trabajadores. Actitud responsable.	Cualitativo Ordinal
				Costos y ahorros medioambientales	Cualitativo Ordinal
				Marketing medioambiental.	Cualitativo Ordinal

CAPITULO III. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

3.1. Tipo de investigación

Según el propósito de los objetivos que persigue la presente investigación, nos encontramos ante una investigación descriptiva, la cual permitió medir y recoger información conjunta de las empresas del sector seleccionado, poniendo de manifiesto sus peculiaridades y las relaciones de asociación entre ellas sin la manipulación de las mismas, se planteó determinar el grado de implicancia en temas ambientales en la gestión empresarial automotriz de Cajamarca, 2017. La investigación recogerá los datos sobre temas ambientales, para luego exponer y resumir la información de manera cuidadosa y analizar minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

3.2. Diseño de investigación

Según el problema de investigación planteado y la comprobación de la variable propuesta, el presente estudio de investigación presenta un diseño de tipo no experimental, porque se estudia y describen los datos en un periodo de tiempo determinado sin ningún tipo de interrupciones.

3.3. Población, muestra y unidad de análisis

3.1.1. Población.

Todas las empresas del Sector Automotriz en la ciudad de Cajamarca, que tienen como principal actividad el mantenimiento y reparación de vehículos automotores. Además, se consideran solo aquellas empresas con organización jurídica Sociedad Anónima (S.A.), Sociedad Cerrada (S.C.) Y Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), conformado por 33 empresas (véase en el anexo N° C).

3.1.2. Muestra

Para efectos de esta investigación la muestra es igual a la población. 33 empresas (véase en el anexo N° C).

3.1.3. Unidad de análisis

Cada una de las empresas de mantenimiento y reparación de vehículos automotores del distrito de Cajamarca.

3.4. Instrumentos de recolección de datos

Encuesta descriptiva:

Para este trabajo se aplicó una encuesta descriptiva con una serie de preguntas, redactadas coherentemente, constituidas secuencialmente y organizadas de acuerdo a las variables planteadas, con el fin de obtener respuestas que nos ayuden en nuestra investigación.

La encuesta en mención se aplicó a cada uno de los representantes, objeto de la investigación.

Además, este instrumento tiene por finalidad recopilar información de tipo cualitativa con respecto a las estrategias o políticas medioambientales que aplican o tienen en cuenta las empresas en el sector de Cajamarca.

3.5. Procedimiento de recolección de datos

Para la recolección de datos en las principales empresas automotrices se procedió en primera instancia a la revisión de fuentes bibliográficas para identificar casos representativos y literatura especializada en temas ambientales en la gestión empresarial.

Luego se derivó a la recolección de datos secundarios en base al censo empresarial 2012, para saber con cuántas empresas automotrices cuenta Cajamarca y cuáles son sus principales características.

Finalmente se realizó una encuesta dirigida a los representantes de las principales empresas para determinar la relevancia que tiene para ellos el enfoque medioambiental.

3.6. Análisis de datos

En la presente investigación se realizó un análisis de las estadísticas del censo empresarial 2012, con el uso del programa estadístico SPSS 23 y se utilizó el análisis clúster con la información recopilada mediante la aplicación del cuestionario, identificado los grupos de características similares.

El análisis de clúster es importante en este tipo de estudio ya que permitió la agrupación de las empresas del rubro en estudio con el objetivo de determinar, mediante la agrupación, la asignación de características específicas para cada grupo.

Así mismo, se tomó como referencia de asociación la que señala García (2013) dónde identifica 4 grupos con características distintas en cuanto al uso de políticas medioambientales.

Para la tabulación de resultados se utiliza el programa SPSS, midiendo las respuestas en una escala de tipo Likert con 5 alternativas, a los cuales se le asignara los valores que a continuación se presentan:

Tabla N° 2. Escala de Likert

Escala de Likert	
Ninguno	1
Bajo	2
Medio	3
Alto	4
Muy implicado	5

3.7. Consideraciones éticas

El presente estudio se tomó seis factores principales que previeron un buen marco para el desarrollo ético de la presente investigación:

Valor: la investigación buscara mejorar el conocimiento y el aprendizaje.

Validez científica: la presente investigación será metodológicamente sensata, de manera que los participantes de dicha investigación no pierdan su tiempo con investigaciones repetidas.

La selección será justa: los participantes en la presente investigación serán seleccionados de forma justa y equitativa, sin prejuicios personales o preferencias, esta selección se realizara con la muestra de 33 empresas existentes en el sector automotriz.

Proporción favorable de riesgo/beneficio: los riesgos a los participantes de la presente investigación serán mínimos y los beneficios potenciales y conocimientos ganados sobrepasan los riesgos para los individuos y para la sociedad.

Consentimiento informado: los individuos serán informados acerca de la investigación y así recibir su consentimiento voluntario antes de convertirse en participantes de la presente investigación.

Respeto para los seres humanos participantes: los participantes en la presente investigación deberán mantener protegida su privacidad, tener la opción de dejar la investigación y tener monitoreo de su bienestar.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

4.1.1. Análisis descriptivo de la muestra

Para la interpretación y mejor comprensión de la información recopilada, se realiza un análisis descriptivo de algunas características de las empresas de servicio automotriz.

Tabla N° 3. Grado de representatividad de la muestra

Estadísticos descriptivos de la muestra						
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	
1. Edad del representante de la empresa	33	25	58	36,42	9,441	
2. Número de trabajadores de la empresa	33	3	213	16,45	37,916	
3. Número de certificados de calidad de la empresa	33	0	6	1,00	1,479	
4. Número de certificados de calidad medioambiental de la empresa	33	0	3	,33	,692	
N válido (por lista)	33					

De acuerdo a la tabla N° 2 el promedio de la edad de los representantes de las empresas es de 36 años, con un número promedio de trabajadores de 16, teniendo en cuenta que en promedio la mayoría de empresas encuestadas no cuentan con certificados medioambientales.

Tabla N° 4. Análisis de confianza

Intervalos de confianza para análisis de promedios.				
			Estadístico	Error estándar
Edad del representante de la empresa	Media		36,42	1,643
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	33,08	
		Límite superior	39,77	
Número de trabajadores de la empresa	Media		16,45	6,600
		Límite inferior	3,01	

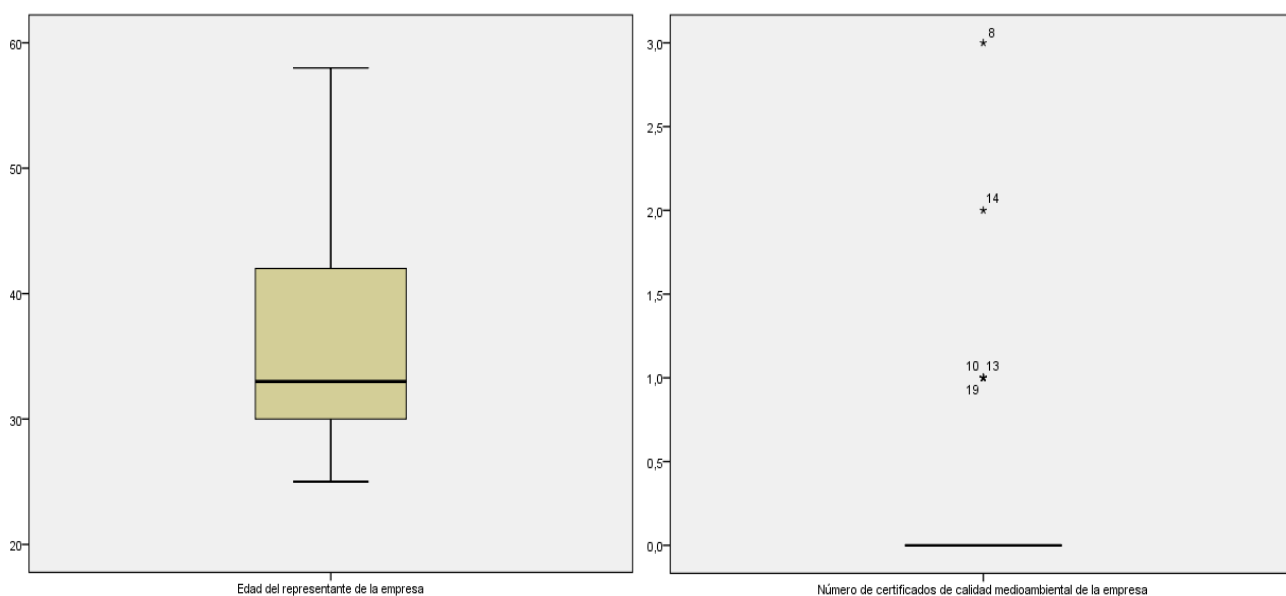
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite superior	29,90	
Número de certificados de calidad de la empresa	Media		1,00	,257
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	,48	
		Límite superior	1,52	
Número de certificados de calidad medioambiental de la empresa	Media		,33	,120
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	,09	
		Límite superior	,58	

En análisis el promedio depende en gran medida de la no distorsión de los mismos, por lo que se realiza un análisis de outliers mediante el uso de box-plot o identificación de datos anómalos.

Análisis de Box-plot.

A primera impresión y de acuerdo a los gráficos de caja se puede apreciar que existen casos anómalos en cuanto al número de trabajadores, certificados de calidad y medioambientales que involucran a los elementos 8, 10,13 y 14, que corresponden a las empresas que están muy por encima del promedio del sector. Además para complementar la identificación, se procede al análisis de índice de anomalías.

Identificación de anomalías



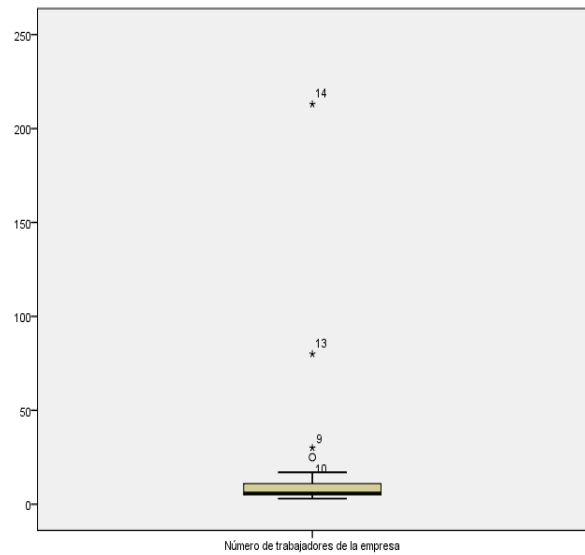
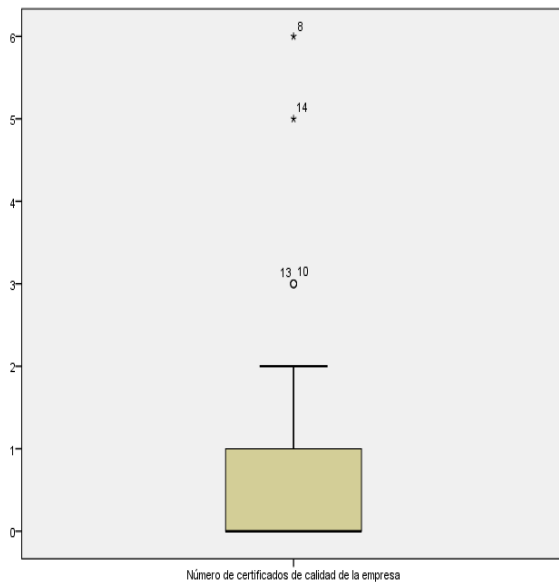


Tabla N° 5. Anomalías

Variable de razón	Caso	ID	Índice de anomalía	Impacto de variable	Valor de variable	Norma de variable
Edad	22	22	3,581	1,000	25	30,59
	27	27	3,581	1,000	25	30,59
N°_Trabajadores	14	14	10,838	1,000	213	16,45
C_Calidad	8	8	3,363	1,000	6	2,06
	14	14	2,233	1,000	5	2,06
C_CalidadMedio ambiente	8	8	6,530	1,000	3	,33
	14	14	3,139	1,000	2	,33

Mediante el análisis de indicadores de anomalías se establece que los casos considerados anómalos, tanto bajo este análisis como con los box plot, son los identificados con el ID 8 y 14, para los cuales se tendrá que tener en cuenta esta condición con la finalidad de dar una mejor explicación a los siguientes resultados.

4.1.2. Análisis descriptivo de los resultados

Tabla N° 6. Análisis de datos

	N		Media	Desviación estándar
	Válido	Perdidos		
El establecimiento cuantifica los costes y ahorros medioambientales	32	0	3,28	1,301

El establecimiento facilita la formación de sus trabajadores en materia medioambiental	32	0	3,38	1,212
El establecimiento aplica una política de compras verdes	32	0	2,34	1,066
La variable medioambiental es utilizada en las estrategias y campañas de Marketing	32	0	2,13	1,212
El establecimiento adopta medidas de ahorro energético y de agua	32	0	3,66	1,035
El establecimiento aplica medidas de reciclaje de los residuos que genera	32	0	3,97	1,031
La dirección del establecimiento fomenta la concientización medioambiental entre sus trabajadores mediante reuniones y asesoramientos	32	0	3,34	1,004
La variable medioambiental forma parte activa de la responsabilidad social corporativa del establecimiento	32	0	3,19	1,176

Los establecimientos si toman en cuenta sus costos y ahorros medioambientales, pero no en la importancia que estos deberían tener, pero con respecto a la información que deberían brindar a sus trabajadores en materia medioambiental lo realizan de manera regular.

Los establecimientos encuestados aplican políticas de compras verdes en un porcentaje mínimo o no están muy familiarizados con el tema, y también la variable medioambiental no es tomada muy en cuenta en sus estrategias o campañas de marketing, pero por el contrario están muy implicados en el ahorro energético y de agua porque permite ahorrar costos, y están muy concientizados en las medidas de reciclaje de los residuos que generan, ya que esto permite a mejorar el ambiente.

La dirección de las empresas no se encuentra muy implicado en la concientización medioambiental de sus trabajadores, por lo que hoy en día este tema se debe abordar con mayor incidencia, por otro lado la variable medioambiental debe estar presente en la responsabilidad social de las empresas en un alto grado y no de manera regular como indican los resultados de las empresas encuestadas.

4.1.3. Representación figurativa.

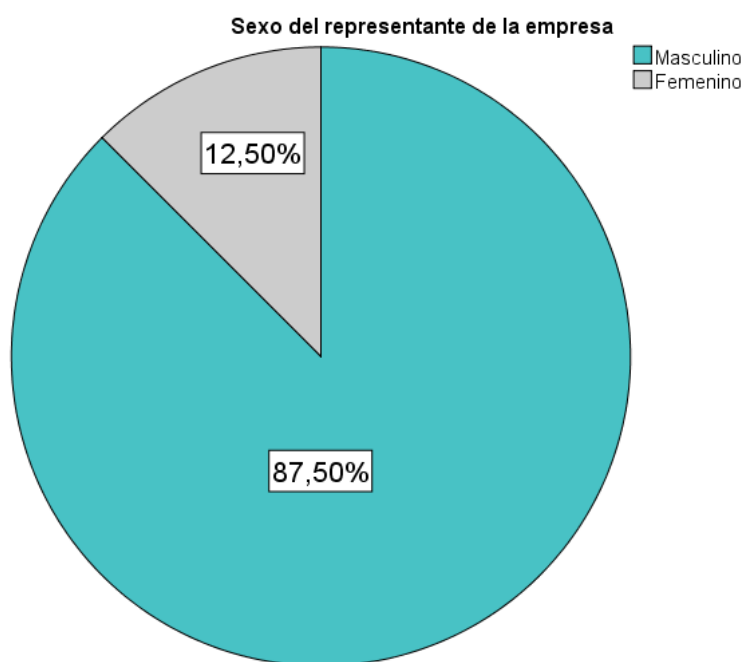


Figura 1: Genero del representante.

De los resultados encontrados se puede inferir que los representantes en gran mayoría de las empresas encuestadas son varones, es decir un 87.50% son del sexo masculino y un 12.50% son mujeres, se puede decir que la mayoría de los que están al frente de este tipo de empresas son varones.

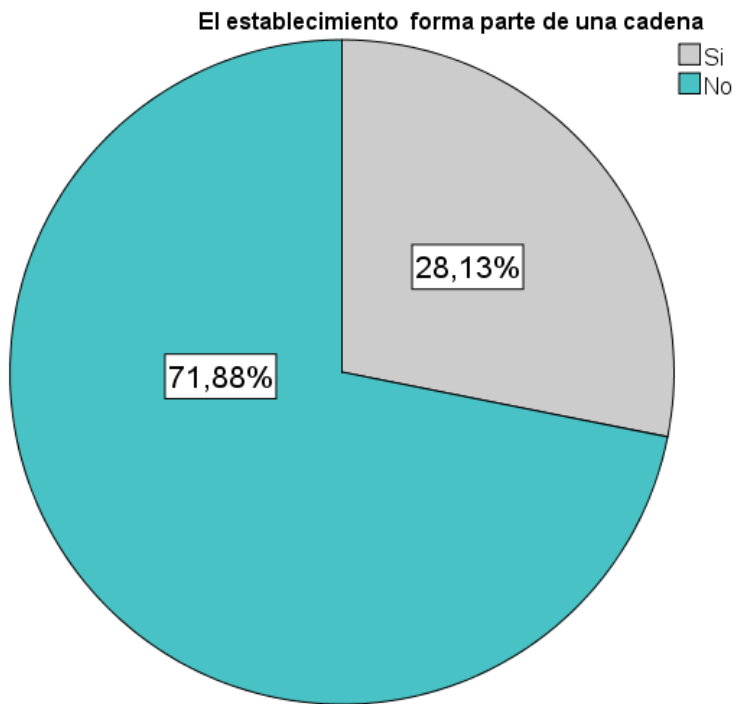


Figura 2: Pertenencia del establecimiento a cadenas.

En las empresas encuestadas el 71.88% indicaron que no forman parte de una cadena, sin embargo 28.13% de estas empresas indican que forman parte de una cadena.

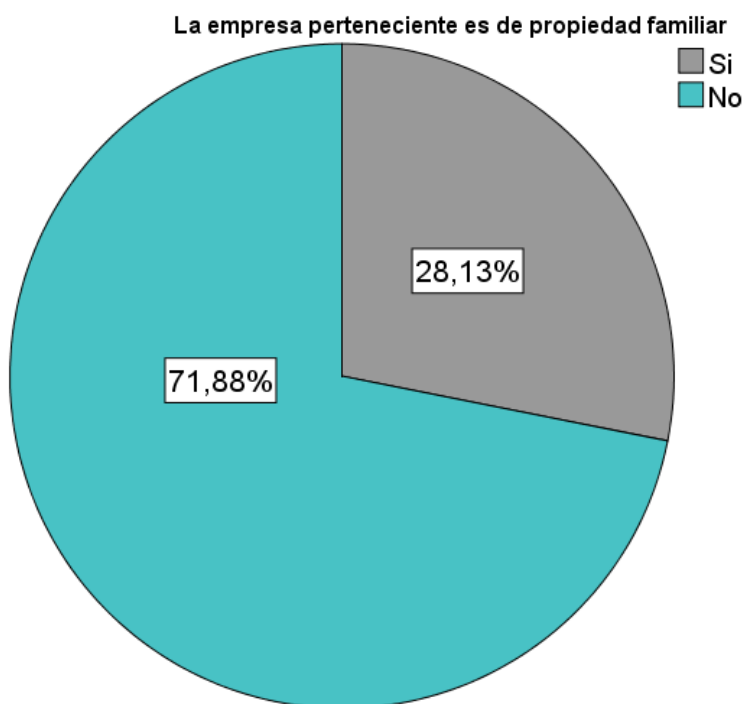


Figura 3: Pertenencia familiar.

En las empresas encuestadas el 71.88%, indicaron que no pertenecen a propiedad familiar y 28.13% forman parte de una propiedad familiar.

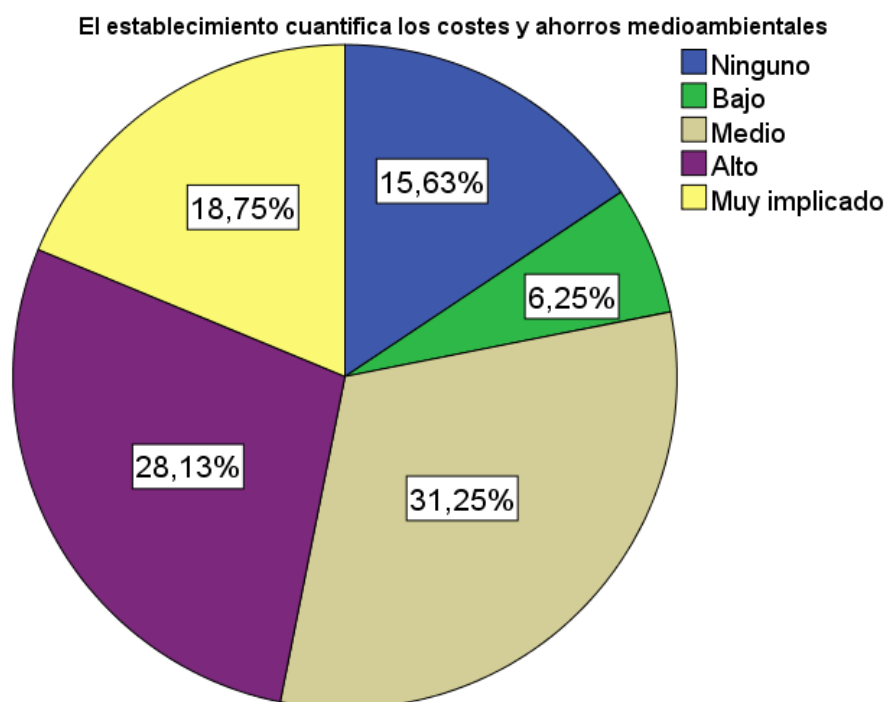


Figura 4: Cuantificación de costos.

De las empresas encuestadas el 15.63% no cuantifica ningún costo y ahorros medioambientales, y al contrario un 18.75% está muy implicado en cuanto a cuantificar costos y ahorros medioambientales y un 31.25% lo realiza de manera regular.

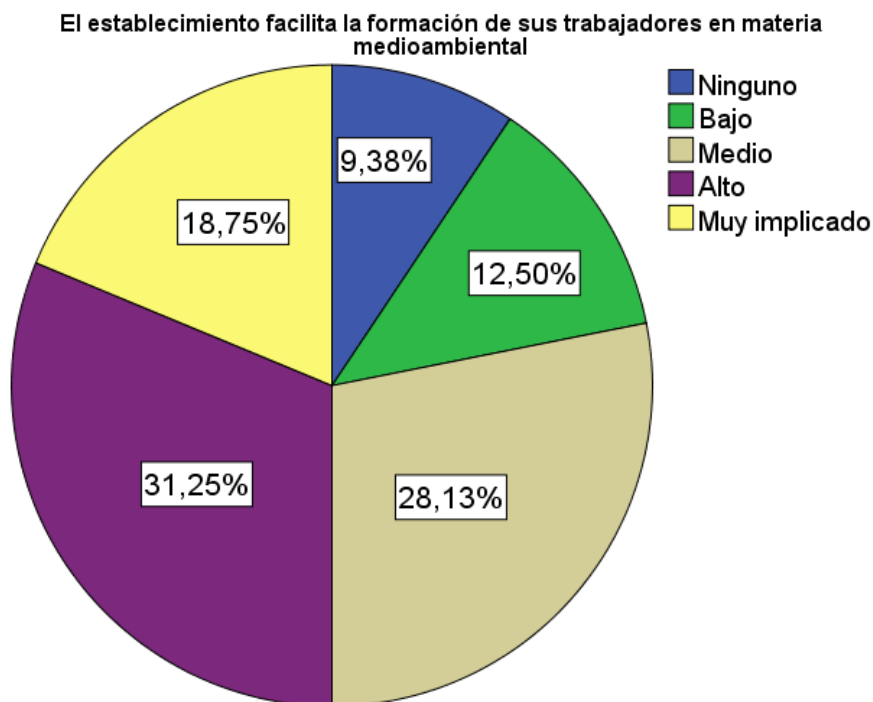


Figura 5: Formación medioambiental.

En un 31.25% los establecimientos facilitan en un alto grado la formación de sus trabajadores de materia medioambiental, un 9.38% no realiza ninguna formación a sus trabajadores, un 28.13% lo realiza de manera moderada y un 18.75% está muy implicado en la formación medioambiental en sus colaboradores en materia medioambiental y 12.50% lo realiza de manera considerablemente baja. De acuerdo a la observación realizada se pudo deducir que solamente las empresas más grandes en esta industria forman a su personal en materia medioambiental constantemente, dentro de las cuales estas son las que cuentan con certificaciones de calidad.

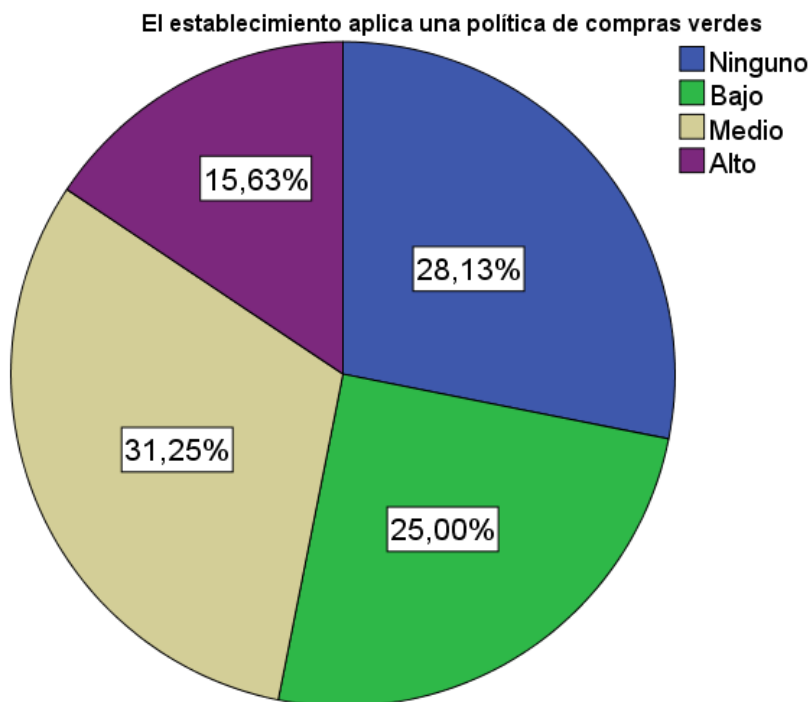


Figura 6: Compras verdes.

De acuerdo a un 28.13% no realiza ningún tipo de políticas de compras verdes y un 15.63% realiza compras verdes en un alto grado y un 31.25% lo realiza de manera moderada y un 25.00% aplica políticas de compras verdes en forma baja. De acuerdo a los resultados encontrados también se pudo deducir que las respuestas brindadas por parte de los representantes de cada establecimiento respondía de manera consiente, ya que en la gran mayoría de estas empresas no conocían el termino compras verdes, y se pudo ver que estas eran las empresas más pequeñas.

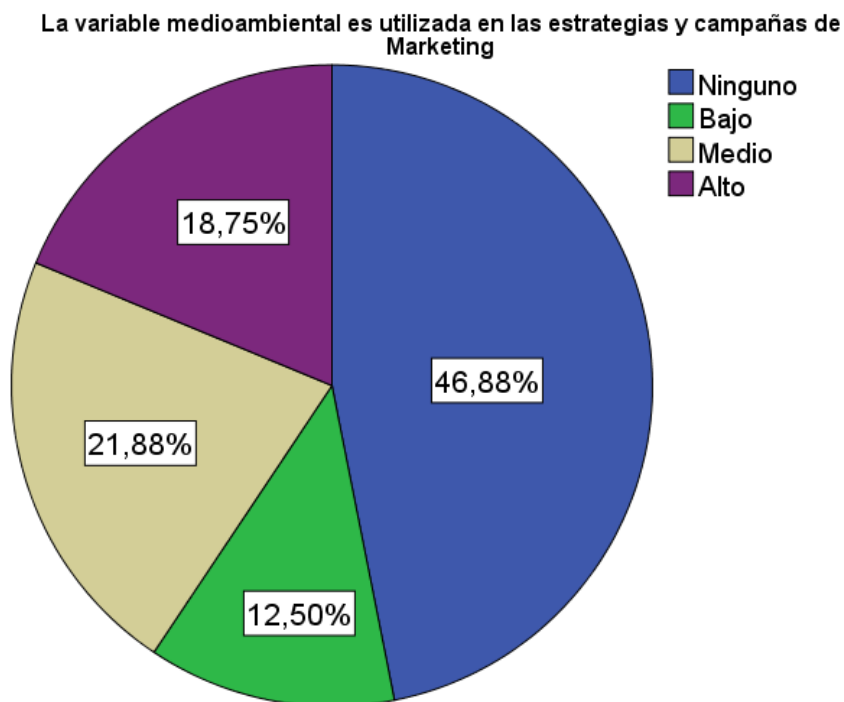


Figura 7: Estrategias y campañas.

De acuerdo a los resultados 46.88% la variable medioambiental no es utilizada en las estrategias y campañas de marketing, un 18.75% le da una alta importancia, y un 21.88% y 12.50% lo utiliza de manera moderada y baja respectivamente. Podemos afirmar que las empresas que toman interés en campañas de marketing son las que tienen mayor posicionamiento en el rubro automotriz, ya que estas ponen una mayor atención en su imagen frente a los Stakeholders puesto que estas cuentan con mayor recursos, como se pudo observar al momento de realizar la encuesta.

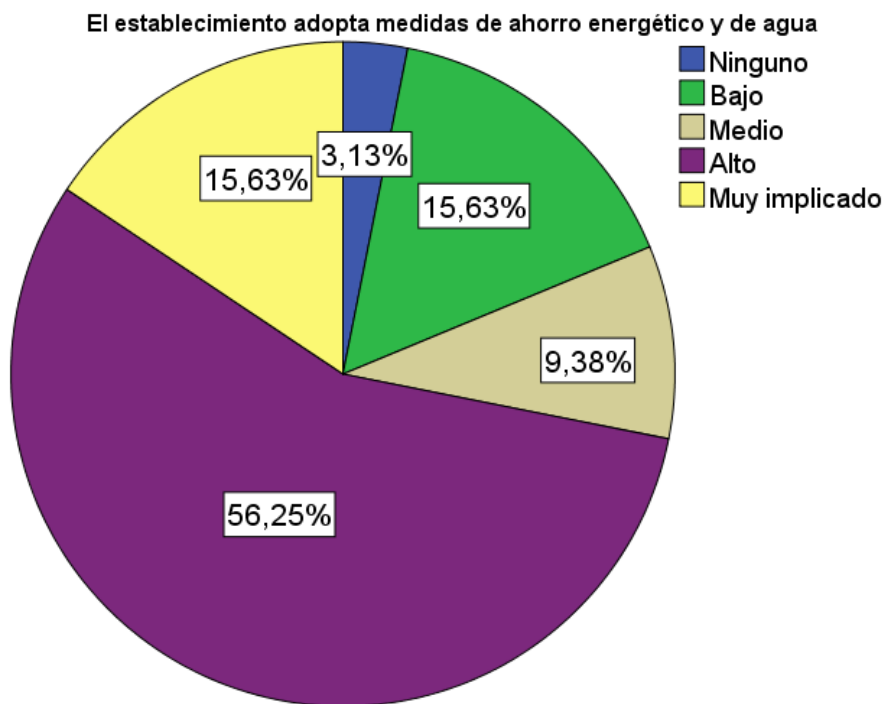


Figura 8: Ahorro energético y agua.

El 56.25% de las empresas encuestadas adoptan medidas de ahorro energético y de agua en alto grado, por lo contrario un 3.13% no realiza ningún tipo de medidas, 15.63% está muy implicado en sus medidas de ahorro, y un 15.63% aplica medidas de manera baja o no lo toma muy en cuenta y un 9.38% lo realiza de manera moderada. En este caso se pudo verificar que la gran mayoría de las microempresas brindaban información errónea, porque solo podemos afirmar que el 15% de estas realizan ahorros de agua y de energía como se corroboró en las visitas realizadas.

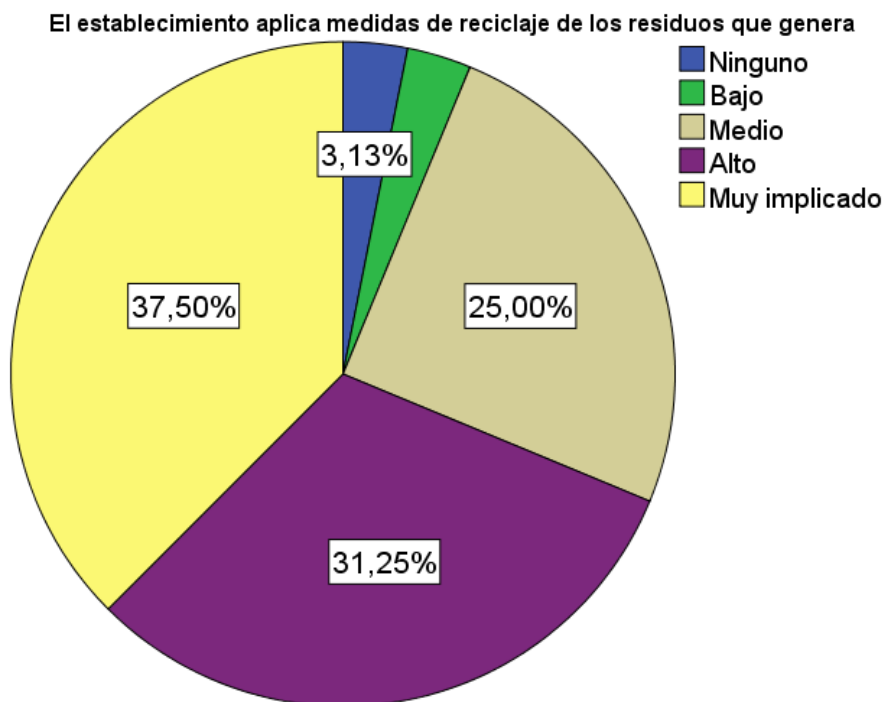


Figura 9: Medidas de reciclaje

De los resultados encontrados el 37.50% de las empresas encuestadas están muy implicadas en las medidas de reciclaje de residuos porque se pudo observar que dentro de este porcentaje se entran las empresas que cuentan con tachos recicladores, y estos están distribuidos de manera correcta para su adecuado reconocimiento, es decir de acuerdo a sus colores de cada contenedor. El 3.13% no realiza ningún tipo de medida o lo realiza de manera muy baja o no están muy conscientes, y 31.25% aplican medidas en alto grado y un 25.00% aplica medidas de manera muy moderada, lo cual indica que no todas las empresas están conscientes de las medidas que se deberían tomar para el reciclaje de sus residuos que generan. También se pudo verificar que están empresas reciclan para generar una ganancia, ya que de los materiales que se pueden reciclar estos los venden, para generar una utilidad a la empresa dentro de los cuales es beneficioso para el medio ambiente.

La dirección del establecimiento fomenta la concientización medioambiental entre sus trabajadores mediante reuniones y asesoramientos

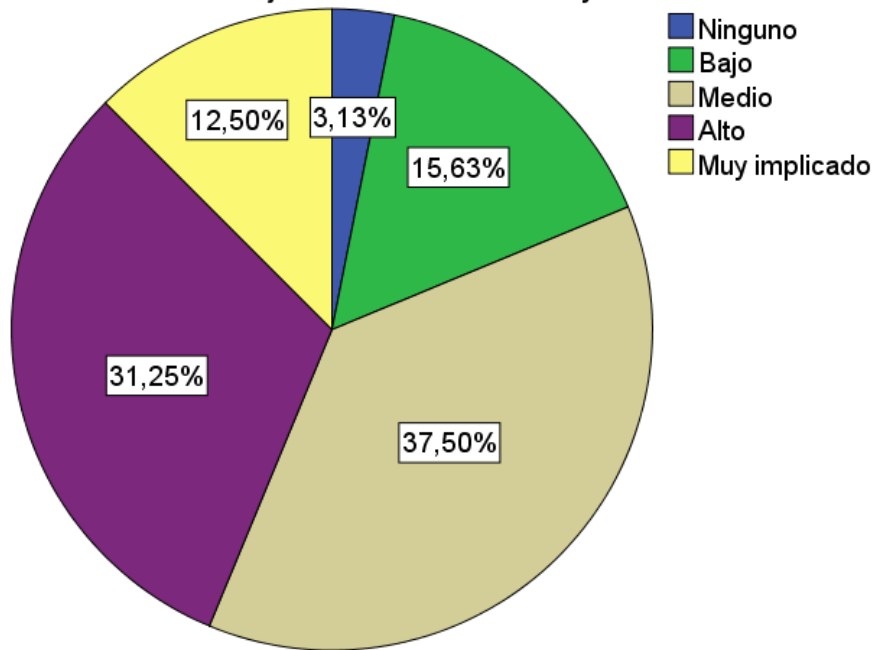


Figura 10: Concientización de trabajadores.

La dirección de las empresas encuestadas fomenta en un 37.50% en un grado medio la concientización medioambiental entre sus trabajadores mediante reuniones y asesoramientos, 31.25% lo realiza de manera activa es decir en un alto grado y por otro lado un 12.50% está muy implicado en la concientización medioambiental ente sus trabajadores mediante reuniones, pero también un 15.63% lo realiza de manera baja, y un 3.13% no realiza ningún tipo concientización a lo que se refiere en materia medioambiental.

La variable medioambiental forma parte activa de la responsabilidad social corporativa del establecimiento

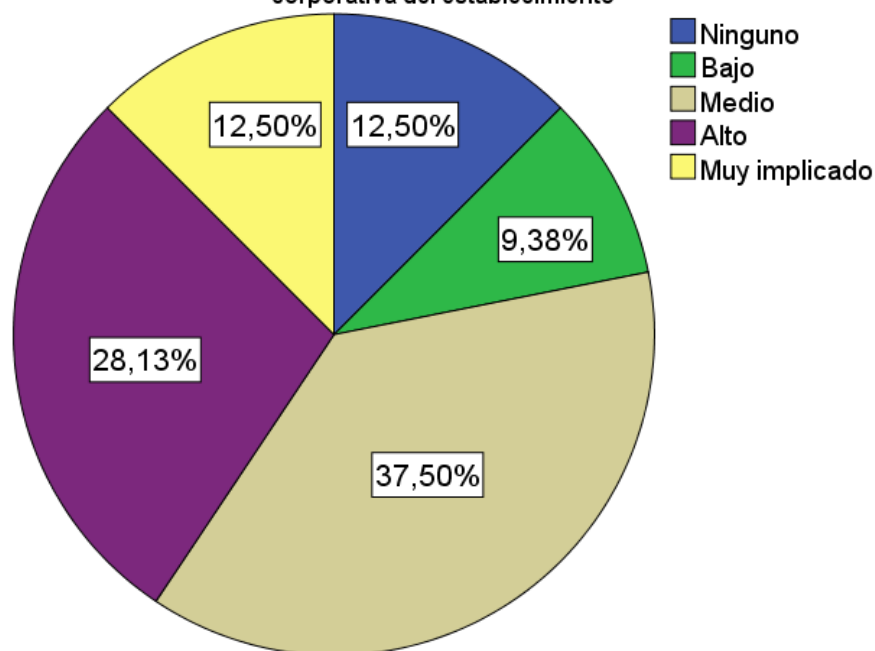


Figura 11: Responsabilidad social corporativa.

En un 12.50% de las empresas encuestadas la variable medioambiental forma parte muy activa es decir está muy implicada en la responsabilidad social corporativa de las empresas y un 12.50% no lo tienen en cuenta, y 28.13% la variable medioambiental lo manejan en alto grado en la responsabilidad corporativa de la empresa, y un 37.50% lo toca de manera moderada, y un 9.38% lo opera de manera baja es decir la variable medioambiental forma parte de manera baja en la responsabilidad social corporativa de las empresas.

Tabla N° 7. Validación de datos

	Procesamiento de casos					
	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Edad del representante de la empresa	33	100,0%	0	0,0%	33	100,0%

Número de trabajadores de la empresa	33	100,0%	0	0,0%	33	100,0%
Número de certificados de calidad de la empresa	33	100,0%	0	0,0%	33	100,0%
Número de certificados de calidad medioambiental de la empresa	33	100,0%	0	0,0%	33	100,0%

En este caso se puede decir nuestros datos todos son válidos en la cual no tenemos

ningún dato perdido, es decir a un 100% del total de datos.

Tabla N° 8. Medición de indicadores

Indicadores	Porcentaje					Observación
	1	2	3	4	5	
Compras Verdes	28.13%	25%	31.25%	15.63%	0%	14020 Y 14021: estas normas orientadas a la utilización de carácter ambiental y aspecto específico ambiental
Ahorro energético y de agua	3.13%	15.63%	9.38%	56.25%	15.63%	La gran mayoría de las empresas encuestadas adoptan medidas de ahora en un 56.25%
Reciclaje	3.13%	3.13%	25%	31.25%	37.50%	El 37.50% de estas empresas está muy implicado en la realización de reciclaje
Formación medioambiental de los trabajadores.	9.38%	12.50%	28.13%	31.25%	18.75%	14012 donde indican las guías para tener un criterio ambiental para la protección ambiental
Concientización de trabajadores. Actitud responsable.	12.50%	9.38%	37.50%	28.13%	12.50%	ISO 14010: tiene como finalidad ayudar, verificar y guiar a las organizaciones a la ejecución en aspectos medioambientales.
Costos y ahorros medioambientales	15.63%	6.25%	31.25%	28.13%	18.75%	14001: ayuda a organizar, identificar, priorizar y gestionar los riesgos medioambientales como parte de sus prácticas medioambientales
Marketing medioambiental.	46.88%	12.50%	21.88%	18.75%	0%	La gran mayoría de empresas que viene a ser un 46.88% no utiliza la variable medioambiental en campañas de Marketing

De acuerdo a los porcentajes establecidos se midió según los siguientes valores donde:

1: ninguno; 2: bajo; 3: medio; 4: implicados; 5: muy implicados, respectivamente.

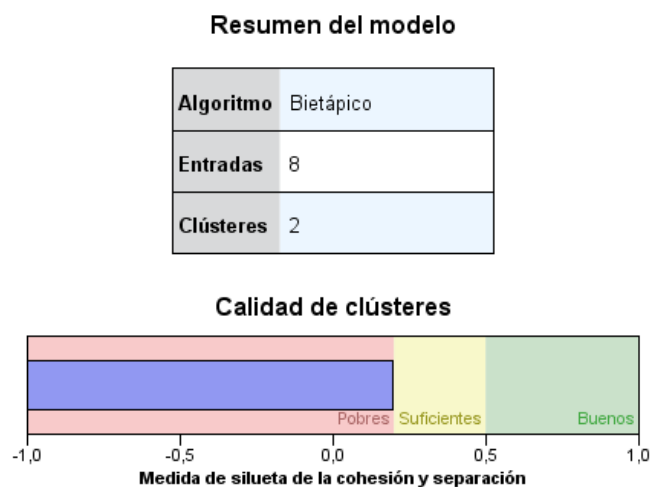
Tablas N° 9. Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Edad del representante de la empresa	,227	33	,000	,862	33	,001
Número de trabajadores de la empresa	,374	33	,000	,346	33	,000
Número de certificados de calidad de la empresa	,266	33	,000	,711	33	,000
Número de certificados de calidad medioambiental de la empresa	,443	33	,000	,549	33	,000

Idéntica la normalidad de los datos procesados, se observa que todos los niveles de significancia son menores al máximo permitido (0,05), por lo que podemos decir que se comportan de manera normal y son apropiados para ser procesados.

4.1.4. Clúster

Como se puede apreciar, retirando el dato anómalo que teníamos de una empresa que estaba por encima del mercado en cuanto a temas ambientales, nos brinda el mismo resultado, eso quiere decir que no infiere mucho en nuestros datos.



Luego del análisis clúster bietápico, recomendado por su facilidad en el tratamiento de variables cualitativas, se puede apreciar que se distinguen dos grupos representativos denominados no implicados e implicados; los cuales se verifican a mayor detalle mediante un análisis discriminante.

Tabla N° 10. Análisis discriminante

Número de clúster bietápico	Estadísticas de grupo	Media	Desviación estándar	N válido (por lista)	
				No ponderados	Ponderados
1	El establecimiento cuantifica los costes y ahorros medioambientales	2,76	1,251	17	17,000
	El establecimiento facilita la formación de sus trabajadores en materia medioambiental	2,88	1,054	17	17,000
	El establecimiento aplica una política de compras verdes	2,00	,791	17	17,000
	La variable medioambiental es utilizada en las estrategias y campañas de Marketing	1,59	,939	17	17,000
	El establecimiento adopta medidas de ahorro energético y de agua	3,53	,800	17	17,000
	El establecimiento aplica medidas de reciclaje de los residuos que genera	3,76	1,200	17	17,000
	La dirección del establecimiento fomenta la concientización medioambiental entre sus trabajadores mediante reuniones y asesoramientos	2,71	,772	17	17,000
	La variable medioambiental forma parte activa de la responsabilidad social corporativa del establecimiento	2,41	,870	17	17,000
	2	El establecimiento cuantifica los costes y ahorros medioambientales	4,07	,829	14
El establecimiento facilita la formación de sus trabajadores en materia medioambiental		4,14	,864	14	14,000
El establecimiento aplica una política de compras verdes		2,86	1,167	14	14,000
La variable medioambiental es utilizada en las estrategias y campañas de Marketing		2,86	1,167	14	14,000

El establecimiento adopta medidas de ahorro energético y de agua	4,00	1,038	14	14,000
El establecimiento aplica medidas de reciclaje de los residuos que genera	4,29	,726	14	14,000
La dirección del establecimiento fomenta la concientización medioambiental entre sus trabajadores mediante reuniones y asesoramientos	4,00	,679	14	14,000
La variable medioambiental forma parte activa de la responsabilidad social corporativa del establecimiento	4,00	,784	14	14,000

De acuerdo al análisis discriminante se puede identificar a dos grupos de clúster en los cuales en el primer grupo están 17 empresas y el segundo 14, y se las denominó como no implicadas e implicadas respectivamente. Se puede verificar también que en el primer grupo están las empresas con un grado de implicancia de 0 a 3, en el segundo grupo se encuentran aquellas que tienen un valor de 3.50 a 5 según la escala de Likert, donde ninguna de estas empresas tienen un grado de implicancia de 5, esto indica que ninguna de las empresas se enfocan al 100% en temas ambientales, cabe resaltar que también existe un dato perdido, se puede diferir que una de las empresas encuestadas no cuenta con características de los clústers identificados.

4.2. Discusión de resultados

En el análisis de datos del sector automotriz en Cajamarca, 31.25% de los establecimientos encuestados facilitan en alto grado la formación de sus trabajadores en materia medioambiental. Sin embargo es aplicada de manera moderada en la práctica; el 46.88% de las organizaciones no utilizan a la variable medioambiental como estrategia y campaña de marketing, solamente el 15.63% utiliza las políticas de compras verdes.

La formación y la puesta en práctica de la gestión medio ambiental, tiene gran relevancia tal como lo explica Fernández (2014), el desarrollo del sistema de gestión ambiental en las organizaciones conocida también como la ISO 14001, permite cumplir

con las políticas legales vigentes, generar una imagen positiva y aumentar la competitividad de la empresa dentro del mercado y sector. En aporte (Salas & Sepúlveda, 2002) menciona que la implementación de esta norma, ayuda a identificar, priorizar y gestionar riesgos medioambientales a favor de reducir los impactos en el ambiente y contribuye a la sostenibilidad.

La investigación, indicó que el 15,63% adoptan medidas de ahorro energético y de agua, estas se encuentran en alto grado de implicancia en el ahorro de costos medioambientales. Asimismo reconocen en alto grado el valor del medio ambiente y son conscientes de los desechos y residuos que generan, por ello tienen medidas de reciclaje de residuos orgánicos e inorgánicos que son las únicas implantadas por el momento.

Según el análisis de los datos los administradores y altos mandos de dirección fomentan en grado medio a sus trabajadores la concientización medioambiental, eso indicaría que se realizan reuniones y asesoramientos, pero no en gran incidencia como para lograr cambios y mejoras en el control de los residuos generados y la clasificación según su peligrosidad y origen. Explica Lorenzo, (2002), no solo es importante el factor económico en una empresa sino buscará la satisfacción de los stakeholders, por medio de la responsabilidad social y la ética personal, así como el compromiso de la alta dirección para implantar un sistema de gestión ambiental

En apoyo Samuelson y Nordhad (2010), afirman que las más espinosas fallas de mercado, son las externalidades negativas, tales como la contaminación; en estas deben tener precaución las empresas para no caer en descuido y vulnerar las leyes de responsabilidad legal.

Se deduce que el 37.5 % de los encuestados no utilizan de manera activa la variable medioambiental como responsabilidad social corporativa, en promedio las empresas no cuentan con certificados medioambientales. Aporta Florez (2010), es necesario tener

seguimiento y control en la implementación de medidas medioambientales como responsabilidad empresarial, para así tener en cuenta las actividades y procesos de manera que no afecten la calidad de vida del hombre ni la del medio ambiente, de otro lado logrando la mejora de la gestión empresarial en las concesionarias automotrices.

De acuerdo a los resultados obtenidos, las organizaciones del sector automotriz, están representadas por el género masculino, no forman parte de una cadena y en promedio estas no son de propiedad familiar.

En el sector automotriz, las empresas aplican la gestión medio ambiental en baja proporción, debido a que estas no toman la importancia que se requiere. Indica Mejía (2008), para el beneficio de la empresa se debe incorporar sistemas de gestión ambiental que promuevan su imagen verde- ecológica y finalmente llegar a generar confianza en los clientes. Así mismo lo expresa Candiotti (2009), quien afirma que la implementación de la gestión medioambiental ayuda a llevar un control adecuado de los recursos del entorno, minimizando la probabilidad de generar impactos ambientales y problemas sociales.

Las empresas del sector automotriz, utilizan de manera baja las políticas de compras verdes, estrategias y campañas de marketing medioambiental, debido a que estas no tienen el conocimiento del beneficio que generan al aplicarlas; son tomadas como un costo y más no como la inversión que representa. Explica Castellanos (2011) , las microempresas son entidades con recursos financieros limitados, lo que se convierte en un obstáculo para la gestión ambiental y al desarrollo de programas ambientales, por lo tanto, la escasez de recursos financieros es un elemento que limita el desarrollo medioambiental de la empresa.

El 31.25% empresas del sector automotriz, cuantifican los costos y ahorros medioambientales, así mismo el 56.25% de las empresas encuestadas adoptan medidas de ahorro energético y de agua y están en alto grado de implicancia.

Para castellanos (2011), el impacto que genera el desarrollo de la gestión ambiental es positivo en la rentabilidad financiera, por la disminución de gastos, ahorro de recursos e incremento de ventas.

Krugman et al.(2011) los costos medioambientales deberían externalizarse para tener inversión por propia cuenta y en apoyo de evitar problemas legales con el estado. En defensa del cuidado medioambiental se realizó el tratado de Kioto, protocolo que compromete a los países firmante y en obligación a los países del mundo a reducir sus emisiones de los gases que generan el calentamiento de la tierra.

Finalmente (Lawrence y Jay, 1972), en su teoría contingencia indica la relación funcional entre las condiciones del ambiente y las técnicas administrativas apropiadas para alcanzar eficazmente los objetivos de la organización.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- En la investigación se concluye que actualmente las organizaciones no están tan familiarizadas con temas ambientales, se verifico la existencia de dos grupos de clúster con características similares en las empresas del sector automotriz Cajamarca 2017, a estos dos grupos se le denominó como no implicadas e implicadas, dentro de las cuales 17 empresas están en el primero y 14 en el segundo respectivamente. El grado de implicancia en temas ambientales del sector automotriz están de acuerdo a la escala de Likert donde en el primer grupo se encuentran las empresas con grado de implicancia de 0 a 3 y en segundo 3.50 a 5. También se identificó que ninguna de las empresas encuestadas tiene grado de implicancia 5 en temas ambientales (véase en el tabla N° 10). Es decir que ninguna de estas empresas trabaja al 100% enfocado en temas ambientales.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda realizar una investigación a más profundidad donde se puedan identificar a cada una de las empresas que tengan grado de implicancia alto y estas sean sostenibles financieramente en el sector automotriz.
- Es necesario que se cree el área de Control Ambiental, el cual debe contar con el apoyo permanente de la Dirección, de tal manera que todo el personal involucrado en el sistema de gestión realice las actividades correspondientes al buen funcionamiento del sistema implantado, realizar compras verdes de manera más permanente, para así poder ayudar a mejorar el medioambiente, por otro lado se recomienda que las empresas de este sector tengan más en cuenta los temas ambientales, diseñar políticas de gestión medioambiental, realizar auditoria ambientales, para tratar de reducir la contaminación ambiental, y de esa manera contribuir con la protección del medioambiente y asimismo corregir las deficiencias que presenta las empresas.

REFERENCIAS

- Alonso, D. (2002). *Inferencias bayesianas: Una revisión teórica*. España: Universidad de Almería.
- Amaro, R. (1990). *Administración de Personal*. México: Limusa.
- Amit, R., & Schoemaker, P. (1993). *Activos estratégicos y organizacional*. Diario de Gestion Estratégia.
- Arias, F. (última edición). *La Administración de Recursos Humanos*. México: Editorial Trillas.
- Ariel Mojica, V. (2005). *Administración de conflictos*. Puerto Rico.
- Armanini, M. (2009). *Vicitudes de la Contratación Eventual*.
- Baca, G. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: Mc Graw Grill.
- Barzola, R. E. (2009). *Disminucion del impacto negativo que producen los vehiculos con motores diesel para atenuar los contaminantes tóxicos sobre 3270 M.S.N.M*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Peru.
- Beas. (2006). *Primera Evaluacion: Diagnóstico de la Situación Actual y Principales Alternativas para Mejorar la Eficiencia*. España: Alianza Editorial.
- Benjamin, F. (2007). *Gestión Estrategica del cambio*.
- Bolaños, D. (2007). *Planificación y programación del mantenimiento del parque automotor del departamento de obras públicas del ilustre municipio de Latacunga, mediante el uso de normas ISO 9000*. Latacunga - Ecuador.: Escuela Politécnica del ejercito.
- Bolaños, F. (2005). *Calidad de Servicio*. Costa Rica : Editorial INBio.
- Buendia, L., Colás, P., & Hernández, F. (1997). *Metodos de Investigacion Psicopedagogia*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Cabrera, E. (2014). *Un buen servicio al cliente, base del éxito comercial*. Colombia: El Tiempo y la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Cabrera, M., & Gayán, N. (2014). La contratación de productos y servicios con criterios ambientales . *Fundación Ecológica y Desarrollo*, 4.
- Canavos, G. (1988). *Probabilidad y estadistica*. Madrid: MCGRAW-HILL.
- Candiotti, S. (2009). *Implementación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001:2004 en Compañia Minera Condestable S.A*. Lima: Universidad Nacioanal de Ingeniería.
- Capriaiti, P. (1992). *La imagen Corporativa empresarial*. Barcelona: El Ateneo.
- Caribaño, L. (1996). *Curso de auditoria contable*.

- Carrera, A. (2015). *Auditoria ambiental y la implementación del ISO 14001 para mejorar los procesos de gestiones mediambientales y sus efectos en la gestión de la municipalidad provincial de Huamanga*. Huamanga: Universidad Católica los Ángeles Chimbote .
- Carvajal, L. (2013). *El Método Deductivo de Investigación*. Bogota: Mc Graw Hill.
- Carvajal, L. (2013). *El Método Deductivo de la Investigación* .
- Casas, J. (2003). *El Cuestionario de Investigación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cascio, J., & Woodside, G. (1997). *Guía ISO 14000: Las nuevas normas internacionales para la administración ambiental*. Mc Gran Hill: México.
- Castellanos, L. (2011). *Impacto de la gestión ambiental en la rentabilidad financiera en microempresas industriales de la cabecera municipal de palmira*. Manisales: Universidad Nacional de Colombia.
- Chamorro, E. (1961). Naturaleza del período de prueba. *Estudios es homenaje a Jordana de Pozas* (pág. 65). Madrid: Estudios es homenaje a Jordana de Pozas.
- Chávez, F. (2001). *Autoestima y Motivaciones Soluciones en Estudiantes de Educación Superior*. México: Colegio de Postgraduados.
- Chiavenato, I. (1988). *Administración de Recursos Humanos*. México: D.F. Editorial Atlas. S.A.
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. Buenos Aires: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá: Mc Graw - Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: McGraw-Hill.
- Chile, C. M. (2014). *Seguimiento Ambiental del Mercado Automotriz Peruano*. Perú: Ministerio del Ambiente.
- Cole, J. (2014). *Dinero y Banca*. Guatemala: Universidad Francisco Marroquin .
- Common, M. (2008). *Introducción a la Ecología Ecológica*. España: Editorial Reverté S.A.
- Congreso de la República del Perú. (2005). *Ley N°28611*. Lima.: Congreso de la República del Perú.
- Cordova, L. (2002). *Nivel De Satisfacción Del Cliente Y Estrategias Para Mejorar La Calidad De Los Servicios En La Caja Rural La Libertad-Sede Principal De Trujillo*. Trujillo: Universidad Antenor Orrego.
- Cordova, L. (2002). *Nivel De Satisfacción Del Cliente Y Estrategias Para Mejorar La Calidad De Servicio*. Trujillo: Universidad Antenor Orrego.
- Cornella, A. (1994). *Los recursos de información. Ventaja competitiva de las empresas* . España: Mc Graw Hill.
- Cortés, & Vásquez. (2002). *Inteligencia Emocional*. Uruguay: Chiado Editorial.

- De Cenzo, D., & Robbins, S. (2003). *Administración de Recursos Humanos*. México: Limusa.
- Dessler, G. (1994). *Administración de Personal*. México: Panamericana.
- Dessler, G. (2001). *Administración de Personal*. México: Marisa de Anta.
- Díaz, E., & Ramos, A. (2012). *Elaboración de un manual de procedimientos para el manejo de desechos tóxicos y desarrollo de un programa de gestión ambiental para la implementación de la norma ISO 14001 en un taller automotriz*. Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
- Dominguez, Olivera, & Cruz. (2002). *Peril de Inteligencia Emocional: Contrucción, Validez y Confiabilidad*. Mexico: Intituto Nacional de Squiatrí Ramón de la Fuente.
- Enrique, G. (2010). *Economía Ambiental Una Retrospectiva Teórica*. Argentina: Facultad de Cntaduria Publica.
- Escuela Julián Besteiro. (2001). *Contratos de trabajo*. Madrid: Unión General de Trabajadores.
- Espinoza, K., & Lázaro, V. (2013). *Auditoria ambiental para la prevención de la contaminación ambiental en el área de servicios de la organización empresarial autonort- Trujillo S.A. 2013*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Eugene, & Porter, M. (2003). *Calidad de Servicio*. México: Continental.
- Fernández, A. (1991). *Proceso administrativo*.
- Florez., C. (2010). *Propuesta para el mejoramiento de la Gestion Ambiental en los concesionarios automotrices regional manizales en sus actividades de pos-venta en servicios de mantenimiento y reparación* . Pereira- Colombia: Universidad Tecnológica de Pereira .
- Galán, A. (2005). *Incidencia del Protocolo de Kioto en las empresas Españolas*. España: Boletín Económico de ICE.
- García, A., Marchante, A., & Sánchez, J. (2013). *La Variable Medioambiental como factor de posicionamiento competitivo en la Hostelería*. España: Universidad de Málaga.
- García, M. (1975). *Curso del derecho de trabajo*. Bacerlona: Ariel.
- Gerbasi, & Blanco. (2005). *Diseño De Un Programa Sobre Inteligencia Emocional Al Fortalecimiento De La Calidad De Servicio A Partir De La Relacion Cliente-Empleado En Una Institucion Financiera* . Caracas: Universidad Alejandro de Humbolt.
- Gerbasi, & Blanco. (2005). *Diseño De Un Programa Sobre Inteligencia Emocional Orientado Al Fortalecimiento De La Calidad De Servicio A Partir De La Relacion Cliente-Empleado En Una Intitucion Finaciera*. Caracas: Universidad Alejandro De Humbolt.

- Ginestar, A. (2001). *Pautas para identificar, formular y evaluar proyectos*. Buenos Aires-Argentina: Asociación Argentina de evaluación.
- Goleman, D. (2000). *Inteligencia Hemocional* . Buenos Aires: Universidad Antonio Guillermo Urrelo.
- Goleman, D. (2000). *La Inteligencia Emocional*. BUENOS AIRES : Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.
- Goleman, D. (2009). *Inteligencia Emocional*. Buenos Aires: 20 Edición.
- Gomez, M. (2000). La Inteligencia Emocional Y Sus Principales Modelos. *Revista Digital del Centro de Profesorado Cuevas*, 45-46.
- Grande, E. (2005). *Marketing de Calidad*. España: ESIC Editorial.
- Gratton, L. (2001). *Estrategias de capital humano*. Prentice Hall.
- Grosso, L. (2006). *La Encuesta* . Caracas: Editorial Brujas.
- Gutiérrez, O. (2013). *Aspectos ambientales de la Gestión*. España: Universidad de León.
- Guzman , A. (2006). *Metodo Inductivo*. México: Mc Graw Hill.
- Harvard, B. (2007). Calidad de Servicio. *Harvard Business Review*, 8-9.
- Hernández, R. (2008). *Metodología de Investigación* . México: Mc Graw Hill.
- Ihobe. (1999). *Indicadores medioambientales para la empresa*. Alemania.: Ministerio Federal de Medio Ambiente de Alemania.
- Jaimes, L., Vargas, A., Carrillo, G., & Ramires, C. (2011). *Gestión Tecnológica*. Colombia: Universidad Industrial de Santander.
- Jed, w. (2014). Un buen servicio al cliente, base del éxito comercial. *BIA/Kelsey and Manta Joint Repor*, 7-8.
- Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2011). *Introducción a la economía* . España: Editorial Reverté S.A.
- Lacavex, M. (2002). *Contrato o Periodo de Prueba*. México: Universidad Autonoma de Baja de California.
- Lawrence, B. (1992). *Administración moderna* .
- Lawrence, P., & Jay, W. (1972). *Teoria de la contingencia*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School.
- López , A. (2014). Un buen servicio al cliente, base del éxito comercial . *Return on Behavior*, 7-8.
- Lorenzo, M. (2002). *Sistemas de gestión ambiental*. Portugal: Facultad de Ciencias Empresariales de Ourense.
- Maisel, L. (1971). *Probabilidad y estadística*. Nueva York: Universiudad Nacional de Colombia.

- Massolo, L. (2015). *Introducción a las herramientas de gestión ambiental*. Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata.
- Mayer, & Salovey. (2005). La Inteligencia Emocional y La Educación de Las Emociones desde el Modelo Mayer y Salovey. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 63-93.
- Mayer, J., & Salovey, P. (1990). *Inteligencia Emocional*. California: Universidad de Harvard.
- Medina, E. (2011). *Análisis de la Calidad Percibida en Usuarios de Servicios Comunitarios*. Madrid: Editorial Escuela de España.
- Meighan, M. (1996). *Programa de Inducción*. Colombia: Legis.
- Mejía, I. (2008). *Propuesta para la Implementación de un Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001:2004 para la pequeña y mediana empresa (Pymes) en Guatemala*. Guatemala: Universidad de San Carlos Guatemala.
- Méndez, L. (2009). *Normas ISO 14000 como instrumento de gestión ambiental empresarial*. Veracruz: Universidad de Veracruzana.
- Mervin, D., & Wayne, K. (2007). *Psicología Industrial*. México: Trillas.
- Mishkin, F. (2014). *Moneda, banca y mercados financieros*. México: Pearson Educación de México.
- Murillo, F. (2009). La Investigación Aplicada: Una Forma De Conocer Las Realidades Con Evidencia Científica. *Revista Educación*, 159-160.
- Murillo Torrecilla, J. (2009). *Métodos de Investigación de Enfoque Experimental*.
- Naime, F., & Sanjurjo, E. (2017). *Economía y medio ambiente*. México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Ormazabal, M., & Sarriegi, J. (2011). *Estudio de la Evolución de la Gestión Ambiental en empresas industriales*. Navarra: Universidad de Navarra.
- Otero, L. (2010). Adam Smith: La mano invisible o la confianza. *Visión de futuro*.
- Palafox, A. (2007). *Teoría y Praxis*. México: Universidad de la Quintana Roo.
- Paños, A. (2008). *Economía Ecológica*. España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Parkin, M. (2010). *Microeconomía*. México: Pearson, Educación.
- Paz, J. (2009). *Las compras verdes, una práctica sostenible y ecológica: Posibilidad de su aplicación en el Perú*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Pfeffer, J. (1994). *Como generar ventaja competitiva sostenible a través de la dirección eficaz del personal*. Estados Unidos: Harvard Business School Press.
- Porter, M. (1994). *Ventaja competitiva*. Buenos Aires: Editorial Vergara.
- Protocolo de Kyoto. (1997). *Protocolo de Kyoto de la convención marco de las naciones unidas sobre el cambio climático*. Berlín: Naciones Unidas.

- Querevalú, C. (2016). Estrategias y herramientas de articulación en el mercado en las MIPYME. *Foro Internacional Académico Empresarial*. Cajamarca: UPAGU.
- Quispe, M. (2015). *Herramientas de la gestión empresarial*. Chimbote: Universidad Católica de los Angeles Chimbote.
- Rache, L. (2010). *Moneda y Banca : Ideas fundamentales y talleres de aplicación* . Bogotá: Politécnico Gran Colombiano .
- Rincón, L. (2006). *Una introducción a la probabilidad y estadísticas*. México: Universidad UNAM.
- Rodríguez, J., & Confalonieri, A. (2000). *Reformas Laborales*. Buenos Aires: Astrea.
- Rodríguez, V. (2013). *Fallas de mercado y regulación económica ¿ La regulación ejercida por el Gobierno permite lograr un mejor funcionamiento de mercado?* Lima: Universidad Nacional de San Marcos.
- Rojas, Y. (12 de Abril de 2004). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000200012
- Ruiz Limón , R. (2007). *Historia Y Evolución del Pensamiento Científico* .
- Ruiz Limón, R. (2007). *Historia y Evolución del Pensamiento Científico*.
- Ruiz, R. (2007). *Historia Y Evolución del Pensamiento Científico*. México: Grupo Patria Cultural.
- Salas, P., & Sepúlveda, S. (2002). *Sistema de Gestión Medioambiental: Las normas ISO 14000*. San José: Editorial IICA.
- Salovei, P., & Mayer, J. (1990). *Inteligencia Emocional*. California: Universidad de Harvard.
- Sampieri, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Prentice Hall, Inc.
- Samuelson, P., & Nordhad, W. (2010). *Economía en aplicación en latinoamérica*. Colombia: Mc Graw Hill Interamericana Editores S.A.
- Sánchez. (2006). *"Los Efectos de la Aplicación de un Programa de Inteligencia Emocional en el Rendimiento Académico"*. Cajamarca: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.
- Sánchez, M., & Velandia, I. (2008). *Gestión Social*. Colombia: Universidad del Rosario.
- Sastre,, M., & Aguilar., E. (2003). *Dirección de Recursos Humanos. Un enfoque estratégico*. Madrid: McGraw - Hill.
- Silva, F. (2016). Estrategias que contribuyen al incremento de la productividad de las MIPYMES en Cajamarca y el rol de la gran empresa. *Foro Internacional Académico Empresarial*. Cajamarca: UPAGU.
- Stiglitz, J. (2000). *La economía del sector público*. España: Antoni Bosch, Editor S.A.
- Thorndike. (1935). *Inteligencia Social*. México: Mcgraw.

- Tobón, Y., Yopez, J., León, D., Mafla, C., Gonzáles, Z., & Sánchez, J. (2013). *Herramientas de Gestión más usadas por las empresas más exitosas del valle del Cauca*. Santiago de Cali: Universidad ICESI.
- Tschohl, J. (2007). *Servicio al Cliente*. México: PAX MEXICO.
- Varona, C., Torres, G., Vicente, T., & Jablonski, J. (2009). *Manual de compra verde*. España: Universidad de Salamanca.
- Vásquez, J. (2011). *Propuesta de diseño de un Sistema de Gestión Medioambiental en la Minera Gold Fields basada en las buenas prácticas para minimizar el Impacto Ambiental*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Vega. (2004). *Satisfacción De Los Clientes A Través De Las Estrategias De Calidad De Servicio Implementadas En Los Bancos Comerciales De Santo Domingo 2000-2003*. Santo Domingo: Universidad Autónoma de Santo Domingo.
- Villarán, F. (2016). Como desarrollar el pensamiento estratégico y herramientas para actuar en un entorno global y competitivo en las MIPYMEs de cajamarca. *Foro Internacional Académico Empresarial*. Cajamarca: UPAGU.
- William, P. (1991). *Evaluación de los métodos y eficiencia administrativa*.
- Xunta de Galicia. (2005). *Las conductas Problemáticas en el aula*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Yupanqui, R. (2005). *Introducción a la estadística bayesiana*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Zaldivar, M. (2006). *Los conceptos de la moderna empresa en el perfeccionamiento empresarial*. México.

ANEXOS

ANEXO N° A: CUESTIONARIO VARIABLE MEDIOAMBIENTAL.

	GRUPOS
1. Valorización estratégica medioambiental	
El establecimiento cuantifica los costos y ahorros Medioambientales	
El establecimiento facilita formación a sus trabajadores en materia medioambiental	
El establecimiento aplica una política de “compras verdes”	
La variable medioambiental es utilizada en las estrategias y campañas de marketing	
El establecimiento adopta medidas de ahorro energético y de agua	
El establecimiento aplica medidas de reciclaje de los residuos que genera	
La dirección del establecimiento fomenta la concientización medioambiental entre sus trabajadores mediante reuniones y asesoramientos	
La variable medioambiental forma parte activa en la responsabilidad social corporativa del establecimiento o cadena	
2. Descriptivas del establecimiento	
Categoría(número de estrellas)	
Número de habitaciones	
El establecimiento forma parte de una cadena hotelera	
Hotel perteneciente a una empresa de propiedad familiar	
Establecimiento ubicado en capital o provincias	
Establecimiento ubicado en la costa	
Establecimiento ubicado en el interior	
Numero de certificados de calidad del establecimiento	
Numero de certificados de calidad medioambiental del establecimiento	
3. Para la valorización económica de la implementación de estrategias medioambientales	
Ocupación media anual de las habitaciones (%)	
Ingreso de explotación por habitación	
VAB por habitación	
Coste laboral unitario por establecimiento	
EBE por habitación	
Observaciones = 232	

Fuente: García, Marchante, & Sánchez, (2013) .Cuestionario recopilado de la tesis la variable medioambiental como factor de posicionamiento competitivo en hotelería m/2013.

**ANEXO N° B: ENCUESTA DE ENFOQUE MEDIOAMBIENTAL EN LA
GESTIÓN EMPRESARIAL AUTOMOTRIZ**

Estimado encuestado el siguiente instrumento de comunicación, pretende recoger información estrictamente académica, de carácter confidencial y de uso exclusivo para una investigación. Lea detenidamente, marque y rellene su respuesta donde corresponda.

Gracias por su atención y tiempo.

1. Sexo: M F Edad:
2. Número de trabajadores:
3. Número de certificados de calidad del establecimiento:
4. Número de certificados de calidad medioambiental del establecimiento:
5. El establecimiento forma parte de una cadena: SI NO
6. La empresa perteneciente es de propiedad familiar: SI NO

(Califique usted de 1 a 5 el grado de implicación con las medidas planteadas donde 1 indica el menor grado de implicación y 5 el máximo grado.)

N°	ITEM	1	2	3	4	5
7.	El establecimiento cuantifica los costes y ahorros medioambientales.					
8.	El establecimiento facilita formación a sus trabajadores en materia medioambiental.					
9.	El establecimiento aplica una política de “compras verdes”					

10.	La variable medioambiental es utilizada en las estrategias y campañas de Marketing.					
11.	El estacionamiento adopta medidas de ahorro energético y de agua.					
12.	El estacionamiento aplica medidas de reciclaje de los residuos que genera.					
13.	La dirección del establecimiento fomenta la concientización medioambiental entre sus trabajadores mediante reuniones y asesoramiento.					
14.	La variable medioambiental forma parte activa en la Responsabilidad Social Corporativa del establecimiento.					

ANEXO N° C: LISTADOS DE LAS EMPRESAS

LICENCIA	RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN
LT00212013	TRACTOTECNICA CAJAMARCA S.A.C	JR. AMALIA PUGA 643 - SECTOR N° 08 - LA MERCED
LO03152013	CASTILLO ROJAS ANGEL VICTOR	JR. SILVA SANTISTEBAN 484 - SECTOR N° 01 - SAN SEBASTIAN
LT04472013	CATSOL S.R.L.	AV. HOYOS RUBIO S/N - SECTOR N° 11 - LAS TORRECITAS
LO03442013	GARCIA HERNANDEZ MATIAS	CA. SAN MATEO 115 - SECTOR N° 06 – CHONTAPACCHA
LT05042013	MARTOS MARIN MANUEL ADONIS	JR. SANTA TERESA 349 - SECTOR N° 09 - PUEBLO LIBRE
LO03782013	MOTORED S.A.	AV. VIA DE EVITAMIENTO (N) 301 - URB. SANTA ROSA
LT06032013	GILGAL E.I.R.L.	AV. ATAHUALPA 994 - URB. VILLA UNIVERSITARIA
LO04242013	CARSERVICES P Y P EIRL	JR. CINCO ESQUINAS 1287 - SECTOR N° 10 - SAN ANTONIO
LO04992013	VILLAR CERNA JOSE DANIEL	JR. CINCO ESQUINAS 1462 - URB. SANTA MERCEDES
LO05002013	EMPRESA CAJOVI MINERIA & CONTRUCCION S.A.C.	AV. NUEVO CAJAMARCA 527 - SECTOR N° 14 – MOLLEPAMPA

LO00082014	GUVI SERVIS E.I.R.L.	JR. JOSE OLAYA 274 - SECTOR N° 18 - LA FLORIDA
LO02412014	TURISMO CAJAMARCA S.A.C.	AV. INDUSTRIAL 526 - SECTOR N° 14 – MOLLEPAMPA
LT02662014	MANPREDICT SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.	JR. GARCILAZO DE LA VEGA 212 - SECTOR N° 01 - SAN SEBASTIAN
LO03422014	CAMPOS MENDOZA ELVIS EDGARD	AV. VIA DE EVITAMIENTO (S) 0 - SECTOR N° 14 – MOLLEPAMPA
LO03922014	TECNODIESEL LABORATORIO DEL PERU S.R.L.	JR. MANUEL IBAÑEZ ROSAZZA 646 - BARRIO MARCOPAMPA
LO00572015	MANNUCCI DIESEL CAJAMARCA S.A.C.	AV. ATAHUALPA 400 - SECTOR N° 13 - SAN MARTIN
LO01172015	AUTONORT CAJAMARCA S.A.C.	AV. HOYOS RUBIO 1272 - URB. CAMPO REAL
LO03442015	DIVECENTER S.A.C.	AV. VIA DE EVITAMIENTO (N) 234 - SECTOR N° 05 - PUEBLO NUEVO
LT05332015	PROYECTOS Y MANTENIMIENTO INTEGRAL PERU S.R.L.	JR. PROLONGACION REVILLA PEREZ 607 - URB. LA ALAMEDA
LT06692015	CATSOL S.R.L.	AV. HOYOS RUBIO s/n - BARR. COLUMBO
LT07372015	SERVICIOS GENERALES Y REPUESTOS ABANTO E.I.R.L.	AV. VIA DE EVITAMIENTO (S) 122 - BARRIO MARCOPAMPA
LO04662015	WASHINGTON AUTOMOTRIZ E.I.R.L.	AV. HOYOS RUBIO s/n Mza. A - BARR. COLUMBO
LO00342016	MSA AUTOMOTRIZ S.A.C.	AV. VIA DE EVITAMIENTO (N) cuadra 3 - URB. EL BOSQUE
LO00502016	SERVICIOS AUTOMOTRICES DEL NORTE S. R. L.	AV. VIA DE EVITAMIENTO (N) 272 - URB. EL BOSQUE
LO00682016	MULTISERVICIOS BARUJ E.I.R.L.	AV. VIA DE EVITAMIENTO (N) 1854 - URB. SANTA MERCEDES
LO02162017	CATSOL S.R.L.	AV. HOYOS RUBIO s/n - BARR. COLUMBO
LT04382017	MONCADA VALLADARES VICTOR	AV. VIA DE EVITAMIENTO (S) 1320 - SECTOR N° 13 - SAN MARTIN
LT04702017	MANUEL VIDAR CARS E.I.R.L.	JR. ARNALDO MARQUEZ 324-A - URB. SAN LUIS
LT04382017	MONCADA VALLADARES VICTOR MANUEL	AV. VIA DE EVITAMIENTO (S) 1320 - SECTOR N° 13- SAN MARTIN
LT04702017	VIDAR CARS E.I.R.L.	JR. ARNALDO MARQUEZ 324-A - URB. SAN LUIS
LT05522017	CERNA GUEVARA MICKEY WIGBERTO	AV. SAN MARTIN DE PORRES 660 - SECTOR N° 13 - SAN MARTIN
LO04012017	AUTOCENTRO CAJAMARCA S.R.L.	AV. VIA DE EVITAMIENTO (N) 308 - URB. EL BOSQUE
LT06622017	MULTISERVICIOS LA MERCED TONGOD S.R.L.	JR. LA JUSTICIA 321 - URB. LA ALAMEDA
LT06632017	MULTISERVICIOS LA MERCED TONGOD S.R.L.	JR. LOS PINOS 580 - URB. LOS ROSALES

Fuente: (Municipalidad Provincial de Cajamarca, 2018).

Tabla N° 11. Pertenencia a cadena.

El establecimiento forma parte de una cadena					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	30,3	30,3	30,3
	No	23	69,7	69,7	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Tabla N° 12. Pertenencia familiar.

La empresa perteneciente es de propiedad familia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	27,3	27,3	27,3
	No	24	72,7	72,7	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Tabla N° 13. Cuantificación de costos.

El establecimiento cuantifica los costes y ahorros medioambientales					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	5	15,2	15,2	15,2
	Bajo	2	6,1	6,1	21,2
	Medio	10	30,3	30,3	51,5
	Alto	10	30,3	30,3	81,8
	Muy implicado	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Tabla N° 14. Formación mediambiental

El establecimiento facilita la formación de sus trabajadores en materia medioambiental					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	3	9,1	9,1	9,1
	Bajo	4	12,1	12,1	21,2

Medio	9	27,3	27,3	48,5
Alto	11	33,3	33,3	81,8
Muy implicado	6	18,2	18,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Tabla N°15. Compras verdes.

El establecimiento aplica una política de compras verdes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	9	27,3	27,3	27,3
	Bajo	8	24,2	24,2	51,5
	Medio	11	33,3	33,3	84,8
	Alto	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Tabla N°16. Estrategias y Marketing.

La variable medioambiental es utilizada en las estrategias y campañas de Marketing					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	15	45,5	45,5	45,5
	Bajo	4	12,1	12,1	57,6
	Medio	7	21,2	21,2	78,8
	Alto	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Tabla N°17. Ahorro energético y agua.

El establecimiento adopta medidas de ahorro energético y de agua					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	1	3,0	3,0	3,0
	Bajo	5	15,2	15,2	18,2
	Medio	3	9,1	9,1	27,3
	Alto	18	54,5	54,5	81,8

Muy implicado	6	18,2	18,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Tabla N° 18. Medidas de reciclaje.

El establecimiento aplica medidas de reciclaje de los residuos que genera					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	1	3,0	3,0	3,0
	Bajo	1	3,0	3,0	6,1
	Medio	8	24,2	24,2	30,3
	Alto	10	30,3	30,3	60,6
	Muy implicado	13	39,4	39,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Tabla N°19. Concientización de trabajadores

La dirección del establecimiento fomenta la concientización medioambiental entre sus trabajadores mediante reuniones y asesoramientos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	1	3,0	3,0	3,0
	Bajo	5	15,2	15,2	18,2
	Medio	12	36,4	36,4	54,5
	Alto	10	30,3	30,3	84,8
	Muy implicado	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Tabla N°20. Responsabilidad social corporativa.

La variable medioambiental forma parte activa de la responsabilidad social corporativa del establecimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	4	12,1	12,1	12,1
	Bajo	3	9,1	9,1	21,2

Medio	12	36,4	36,4	57,6
Alto	10	30,3	30,3	87,9
Muy implicado	4	12,1	12,1	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Tabla N° 21. Género del representante.

		Sexo del representante de la empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	28	84,8	84,8	84,8
	Femenino	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Tabla N° 21: Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,824	8

‘

Y’