



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

TESIS

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA COMPETITIVIDAD
EMPRESARIAL EN PRO PREMIX NUTRICIÓN S.R.L. CHORRILLOS,
2019

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORAS

FIGRELLA ELIZABETH RODRIGUEZ CISNEROS
KATIA LORENA SALDAÑA APOLITANO

ASESOR

MG. WILBER HUGO FLORES VILCA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

LIMA, PERÚ, DICIEMBRE DE 2019

DEDICATORIA

A Dios quien me da fuerzas para nunca darme por vencida y guía mi camino hacia el bien y a mis padres y hermana quienes me impulsan día a día a seguir adelante a pesar de mis errores, aconsejándome y motivándome para crecer como persona.

Fiorella Elizabeth Rodríguez Cisneros

A Dios quien me da las fuerzas para seguir adelante y así tener una mejora constante, también a mi padrino por su ayuda y sobre todo a mis padres por el apoyo incondicional que me brindan día a día.

Katia Lorena Saldaña Apolitano

AGRADECIMIENTOS

A nuestro docente Wilber Hugo Flores Vilca, quién estuvo con nosotras durante la elaboración de este proyecto, corrigiendo nuestras fallas y ayudándonos a que lo hagamos de la mejor manera.

También a los validadores expertos que nos revisaron, corrigieron nuestros ítems del instrumento y quienes nos proporcionaron su firma para poder aplicarlo en la organización de manera correcta y sin ningún conveniente.

Y finalmente a la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L. que permitió que se desarrolle la investigación en su establecimiento y sobre todo a los colaboradores por habernos brindado de su tiempo con el cuestionario y poder aplicarlo.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática.	13
1.2. Justificación e importancia de la investigación.....	17
1.3. Objetivos de la investigación: general y específicos.	20
1.4. Limitaciones de la investigación.....	21

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios.....	24
2.2. Bases teórico científicas.	36
2.3. Definición de la terminología empleada.	48

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación	51
3.2. Población y muestra	52
3.3. Hipótesis	54
3.4. Variables – Operacionalización.....	54
3.5. Métodos y técnicas de investigación.....	59
3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	64

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos e inferenciales	69
4.2. Contrastación de hipótesis.....	81

CAPÍTULO V: DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusiones.....	88
5.2. Conclusiones.....	93
5.3. Recomendaciones	95

REFERENCIAS

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Población de colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L.	53
Tabla 2	Operacionalización de la variable responsabilidad social	56
Tabla 3	Operacionalización de la variable competitividad empresarial	58
Tabla 4	Resultados de la validación del cuestionario responsabilidad social	65
Tabla 5	Índice de consistencia interna mediante alfa de cronbach para el cuestionario de responsabilidad social.	66
Tabla 6	Resultados de la validación del cuestionario competitividad empresarial	66
Tabla 7	Índice de consistencia interna mediante alfa de cronbach para el cuestionario de competitividad empresarial	67
Tabla 8	Resultados de la distribución de frecuencias y porcentajes de la variable responsabilidad social	69
Tabla 9	Resultado descriptivo de la dimensión compromiso organizacional	70
Tabla 10	Resultado descriptivo de la dimensión desarrollo sostenible	71
Tabla 11	Resultado descriptivo de la dimensión calidad de vida laboral	72
Tabla 12	Resultado descriptivo de la dimensión bienestar social	73
Tabla 13	Resultado descriptivo de la variable competitividad empresarial	74
Tabla 14	Resultado descriptivo de la dimensión ventaja competitiva	75
Tabla 15	Resultado descriptivo de la dimensión innovación	76
Tabla 16	Resultado descriptivo de la dimensión productividad	77
Tabla 17	Resultado descriptivo de la dimensión rentabilidad	78

Tabla 18	Distribución de frecuencias y porcentajes de las variables relacionadas responsabilidad social y competitividad empresarial	79
Tabla 19	Resultado de la prueba de normalidad de la variable de estudio	80
Tabla 20	Resultado de la correlación entre responsabilidad social y competitividad empresarial	81
Tabla 21	Resultado de la correlación entre la dimensión compromiso organizacional y la competitividad empresarial	83
Tabla 22	Resultado de la correlación entre la dimensión desarrollo sostenible y la competitividad empresarial	84
Tabla 23	Resultado de la correlación entre la dimensión calidad de vida laboral y la competitividad empresarial	85
Tabla 24	Resultado de la correlación entre la dimensión bienestar social y la competitividad empresarial	86

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	La pirámide de Carroll de la responsabilidad social	43
Figura 2	Diseño de investigación	52
Figura 3	Distribución porcentual de la variable responsabilidad social	69
Figura 4	Resultado porcentual de la primera dimensión compromiso organizacional.	70
Figura 5	Resultado porcentual de la segunda dimensión desarrollo sostenible	71
Figura 6	Resultado porcentual de la tercera dimensión calidad de vida laboral	72
Figura 7	Resultado porcentual de la cuarta dimensión bienestar social	73
Figura 8	Distribución porcentual de la variable competitividad empresarial	74
Figura 9	Resultado de la dimensión ventaja competitiva	75
Figura 10	Resultado de la dimensión innovación	76
Figura 11	Resultado de la dimensión productividad	77
Figura 12	Resultado de la dimensión rentabilidad	78
Figura 13	Distribución de porcentajes de la relación de las variables responsabilidad social y competitividad empresarial	79
Figura 14	Gráfico de dispersión de las variables responsabilidad social y competitividad empresarial	82

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN
PRO PREMIX NUTRICIÓN S.R.L. CHORRILLOS, 2019**

**IORELLA ELIZABETH RODRIGUEZ CISNEROS
KATIA LORENA SALDAÑA APOLITANO**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019. El tipo de investigación fue no experimental transversal o transeccional, de diseño correlacional descriptivo. La muestra estuvo conformada por 30 colaboradores (14 administrativos, 6 vendedores y 10 operarios). El muestreo fue censal puesto que la población está compuesta por la totalidad de colaboradores de la empresa. El instrumento utilizado fue el cuestionario que constó de 48 preguntas (24 preguntas para la variable responsabilidad social y 24 para la variable competitividad empresarial). Los resultados determinaron que existe una correlación positiva moderada entre las variables responsabilidad social y competitividad empresarial (R de Pearson que asciende a 0,487), con un nivel de significancia $p=0,006$ que es menor al 0,05. Asimismo, se encontró una correlación directa moderada entre las dimensiones (compromiso organizacional, desarrollo sostenible, calidad de vida laboral y bienestar social) de las variables responsabilidad social y competitividad empresarial. Se halló que el porcentaje mayor de responsabilidad social se encuentra en un nivel medio (50%) y que el (53,3%) de la muestra presenta competitividad empresarial en un nivel medio.

Palabras clave: Responsabilidad social, competitividad empresarial, compromiso organizacional.

**SOCIAL RESPONSIBILITY AND BUSINESS COMPETITIVENESS IN PRO
PREMIX NUTRICIÓN S.R.L. CHORRILLOS, 2019**

**IORELLA ELIZABETH RODRIGUEZ CISNEROS
KATIA LORENA SALDAÑA APOLITANO**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between social responsibility and business competitiveness in Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019. The type of research was non-experimental transverse or transectional, of descriptive correlational design. The sample consisted of 30 collaborators (14 administrative, 6 vendors and 10 operators). The sampling was census since the population is made up of all the company's employees. The instrument used was the questionnaire consisting of 48 questions (24 questions for the social responsibility variable and 24 for the business competitiveness variable). The results determined that there is a moderate positive correlation between the variables social responsibility and business competitiveness (Pearson's R amounting to 0.487), with a level of significance $p = 0.006$ that is less than 0.05. Likewise, a moderate direct correlation was found between the dimensions (organizational commitment, sustainable development, quality of work life and social welfare) of the social responsibility and business competitiveness variables. It was found that the highest percentage of social responsibility is at a medium level (50%) and that (53.3%) of the sample has business competitiveness at a medium level.

Keywords: Social responsibility, business competitiveness, organizational commitment.

INTRODUCCIÓN

El tema de la presente investigación se titula “La responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019”. En lo que se refiere a la realidad problemática del estudio de la responsabilidad social y competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019; es que la empresa carece de prácticas responsables tanto a los colaboradores como al medio ambiente y al no ser responsable no genera una ventaja competitiva, perjudicándose en el mercado por no ser una empresa competitiva.

El problema general es: ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019?

El objetivo de la investigación es: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Asimismo, la hipótesis alterna es: Existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Los resultados de la investigación confirman la hipótesis que ha sido planteada en la investigación, si existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Este trabajo se desarrolla en 5 capítulos, los cuales se detallarán a continuación:

En el capítulo I, abarca el problema de investigación: realidad problemática, formulación del problema, justificación e importancia, objetivos y limitaciones de la investigación.

El capítulo II, corresponde al marco teórico que presenta: antecedentes de estudio, bases teóricas, científicas y la definición de la terminología empleada.

En el capítulo III, se describe al marco metodológico que engloba: el tipo y diseño de la investigación, población y muestra, hipótesis, la operacionalización de las variables, métodos y técnicas de investigación y las técnicas de procesamiento y análisis de datos.

En el capítulo IV, se presentan los resultados que comprenden: resultados descriptivos e inferenciales y contratación de las hipótesis.

El capítulo V, se observará las discusiones, conclusiones y recomendaciones.

Y finalmente, las referencias bibliográficas empleadas que complementan la investigación y que han facilitado el desarrollo de nuestra tesis, como también la recolección de datos y anexos.

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática

En el mundo la mayoría de las empresas enfrenta distintos problemas como la violencia, el desempleo, la falta de educación, la contaminación hacia el medio ambiente, entre otros factores. En el pasado, las empresas que ayudaban a la sociedad eran mínimas, sólo lo hacían con un fin lucrativo; sin embargo, en la actualidad se percibe que la mayoría de las empresas siguen sin asumir el compromiso de ser responsables.

Asimismo, Cajiga (2001) sostiene:

La responsabilidad social es esencial para la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. (p. 2).

Por otro lado, Friedman, citado por Martínez (2005):

Defendió la idea de que las empresas no pueden asumir ninguna responsabilidad social, ya que únicamente las personas en forma individual tienen capacidad y derechos para intentarlo. Como también argumenta que la única responsabilidad social de la empresa es la de maximizar el beneficio. (p. 30).

Como consecuencia, algunas empresas se basan en la opinión del autor para no desarrollar actividades responsables dentro de la organización.

Dentro de las acciones para entrar al mundo de la responsabilidad social empresarial, Nomitek (2017) menciona 5 acciones: “Áreas verdes, fundaciones y organizaciones civiles, empresas verdes, mejorar el entorno laboral y publicidad inclusiva o simpatizante con grupos minoristas o de riesgo” (párr. 5).

Esto tiene un impacto no solo en los grupos de interés o stakeholders que se relacionan con la organización, sino también para la propia empresa u organización. Por lo que la RSE se debe plasmar en una serie de programas, proyectos y prácticas en beneficio de los diversos grupos de interés. Una empresa que aplica dichas actividades en beneficio a los stakeholders obtiene competitividad empresarial, siendo eficaces y eficientes brindando productos y/o servicios de calidad, dando un valor agregado diferente de sus competidores.

Algunos países ofrecen distintivos a las empresas que aplican la RSE, por ejemplo, en México, la Alianza por la responsabilidad social empresarial (AliaRSE) y el centro mexicano de filantropía (Cemefi) ofrecen el distintivo ESR: Empresa socialmente responsable para aquellas organizaciones que operan de manera responsable antes los grupos de interés (gobierno, clientes, empleados, proveedores, sociedad civil, entre otros). Sin embargo, aún no existe una normativa oficial con criterios específicos para acreditar el atributo ESR.

Jaén y Rivas (2008) afirman que deben institucionalizarse las estrategias empresariales en aras de fomentar y asegurar un comportamiento responsable; de otra forma, las empresas actuarán responsablemente en la medida en que sus prácticas maximicen sus utilidades.

La responsabilidad social empresarial se utiliza a menudo como un término general para describir una variedad de cuestiones relacionadas con las responsabilidades de las empresas. Estas se han venido enfrentando a crecientes exigencias de compromiso social, por parte de diferentes grupos de interés (stakeholders), por lo que la implicación con dichos grupos se ha convertido en un proceso crítico que minimiza los inconvenientes y enfatiza las ventajas de la perspectiva estratégica de la responsabilidad social. La Unión Europea establece que para la competitividad de las empresas es cada vez más importante un enfoque estratégico sobre RSC. Este puede reportar beneficios en cuanto a gestión de riesgos, ahorro de costes, acceso al capital, relaciones con los clientes, gestión de los recursos humanos y capacidad de

innovación. Asimismo, aquellas empresas que llevan a cabo acciones socialmente responsables consiguen competir en mejores circunstancias en el mercado.

Una realidad problemática en el contexto nacional es que empresas aún no optan por la RSE y no se dan cuenta que eso genera muchas ventajas respecto a la imagen corporativa.

El Perú es un país que carece de empresas que aplican gestiones de responsabilidad social, las organizaciones saben de la existencia de la responsabilidad social, sin embargo, no las aplican porque algunos empresarios no consideran importante que se gestione en sus empresas. (Gestión, 2019).

Sin embargo, el mismo artículo detalla que 100% de las empresas saben lo que significa RSE, de lo cual el 15% manifiesta que debería aplicarlo, pero tan solo el 5% lo implementa.

Y como bien mencionan en el artículo dentro de 5 años, empresas que no sean socialmente responsables desaparecerán y esto se debe a que el consumidor peruano está evolucionando.

Empresas pesqueras no tratan sus desechos y provocan contaminación, debido a que ahorran costos para comprar químicos y por el uso de energía eléctrica. Se deberían tratar sus aguas residuales antes de deshacerse de ellas, pero la rotura de una tubería clandestina permitió descubrir que algunas todavía prefieren trabajar de manera precaria en desmedro de la preservación del medio ambiente. (Radio Santo Domingo, 2019).

Y como bien se menciona las empresas pesqueras están optando por no tratar sus aguas residuales antes de seguir el proceso de arrojarlos a las tuberías que están conectados hacia al mar y de esa manera están contaminando el medio ambiente.

Así mismo en nuestra Amazonía, uno de los puntos más críticos en toda la selva es Madre de Dios, que sufre la amenaza constante de la deforestación debido a actividades de minería ilegal, la agricultura, la tala indiscriminada de árboles, actividades extractivas e incendios forestales que provocan una deforestación y de igual manera repercute en las comunidades aledañas.

El Sitio Avícola (2016) afirma:

Es clave en el desarrollo del Perú, representa el 28% del total de la producción agropecuaria del país. Es un sector en constante crecimiento, en los últimos años ha crecido a una tasa de 7.8% anual. Se apuesta por el crecimiento del país, brindando un producto de excelente calidad, fresco y asequible. (p. 1).

La empresa Ilender, que pertenece al sector avipecuario fue condecorada como vecino ilustre por la municipalidad de Ate, ya que en 2016 la empresa mencionada logró significativos cambios, aportando por el progreso de la comunidad y evitando deserciones escolares las cuales bajaron al 0%. (Actualidad Avipecuaria, 2019).

Con respecto a la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L., perteneciente al rubro avipecuario que ofrece productos para animales de granja, esta tiene gran acogida en el mercado; sin embargo, como se ha venido mencionando en las problemáticas nacionales anteriores, el dilema es totalmente similar, la empresa en investigación carece de actividades de responsabilidad social, esto debido a la baja iniciativa de los jefes por implementar prácticas responsables con los colaboradores, medio ambiente y comunidad quienes presentan poco conocimiento del tema en investigación, sobre la importancia de aplicar este factor y la baja capacitación por parte del área administrativa con todo el personal lo que ha ocasionado disminución de la competitividad empresarial, a su vez, los colaboradores se sienten desmotivados debido a que la empresa no los considera en la exposición de los logros y beneficios organizacionales, asimismo se ve reflejado en el incumplimiento de los objetivos de la empresa junto con una relación de trabajo en equipo intermedio.

De seguir esta realidad Pro Premix Nutrición S.R.L., debe basarse en valores que se pueda compartir con los stakeholders a través de un comportamiento responsable, con el entorno interno y externo de la empresa. Lo que hace perceptible la necesidad de establecer capacitaciones, talleres para incrementar el grado de motivación y conformidad que tienen los trabajadores de la empresa en mención para que esto se refleje en las actividades que se desarrolla y se pueda contribuir con el medio ambiente.

Problema general

¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019?

Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019?

¿Cuál es la relación entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019?

¿Cuál es la relación entre la calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019?

¿Cuál es la relación entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019?

1.2. Justificación e importancia de la investigación

En esta investigación se identificará el comportamiento organizacional en base a las actividades responsables que deberían tener todas las organizaciones, ya que es indispensable que los colaboradores se encuentren en un ambiente adecuado con todas las herramientas necesarias para la realización de sus tareas y así estos potencien sus habilidades para un mejor

rendimiento generando mayor rentabilidad empresarial. No obstante, la mala gestión en no contribuir con el medio ambiente, colaboradores, proveedores, clientes y comunidad puede traer consigo la baja productividad y carencia competitiva en el rubro avipecuario. Por lo que las organizaciones deberían considerar e implementar la responsabilidad social en los colaboradores, procesos para la mejora continua de la empresa.

Justificación teórica

En esta investigación se recopila conceptos, definiciones mediante diversas fuentes de internet, blogs, artículos, repositorios sobre la responsabilidad social y la competitividad empresarial, con el fin de aportar mayor conocimiento de las variables en mención, conociendo la importancia, ventajas, características para que así se pueda estudiar la relación que existe entre ambas variables. Además, esta investigación ayudará a que la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L. identifique la importancia de ser responsables social, ambiental y económicamente.

La responsabilidad social se vuelve cada día más importante para el desarrollo y competitividad de las organizaciones. Cansino y Morales (2008) señalan: “Las actividades de RSE son entendidas como acciones que ejecuta el área de marketing con el objetivo de posicionar la marca de la empresa entre las personas y grupos directamente relacionados” (p. 18).

Asimismo, en el libro “Las empresas sociales”: Las empresas sociales son un modelo innovador, que fomenta la idea de crear empresas para ayudar a resolver problemas sociales y no para maximizar los beneficios de esta. (Muhammad, 2011).

Justificación práctica

Esta investigación se realiza ante la necesidad de las empresas por considerarse responsables frente a la competencia, ya que, si estas no involucran a sus colaboradores informando sobre los objetivos y estrategias, no se sentirán arraigados con la cultura organizacional. Además, si los colaboradores se encuentran en un ambiente laboral inadecuado no rendirían correctamente, por lo que no desempeñarían sus funciones eficientemente, trayendo como consecuencia una menor rentabilidad, pérdida de clientes, baja imagen corporativa, carencia de innovación. Es por esto que en esta investigación se identificará el grado de responsabilidad social que desarrolla la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L. con sus stakeholders y los estándares que cumplen para lograr la competitividad empresarial en el rubro avipecuario.

Justificación metodológica

Esta investigación se justifica ya que delimitará los indicadores de ambas variables (responsabilidad social y competitividad empresarial), se empleó un instrumento que consta de 48 ítems o reactivos para las variables mencionadas que constan de 24 preguntas para cada variable, este cuestionario fue validado por expertos (metodológico, temático y estadístico) y se medirá en la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L del distrito de Chorrillos.

Justificación legal

La responsabilidad social se debe plasmar en una serie de programas, proyectos y prácticas en beneficio de los diversos grupos de interés, los cuales tienen como punto de partida el cumplimiento de la ley. Sin embargo, la responsabilidad social empresarial incentiva a las empresas a desarrollar acciones que vayan más allá de lo exigido por la ley. Estas acciones nacen de la iniciativa y necesidad de las organizaciones y empresas, por su afán de mantener buenas relaciones con su entorno.

Por lo que en el Plan Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP) del Decreto Supremo N° 237-2019-EF tiene como objetivo con el consejo directivo del Consejo Nacional de Competitividad y Formalización (CNCF) presenta al país, el PNCP 2019-2030. Este documento contiene ochenta y cuatro medidas de política que apuntan a cumplir los nueve objetivos prioritarios establecidos en la PNCP, y buscan atender los desafíos que actualmente enfrenta el Perú en su tránsito hacia un país moderno e inclusivo. El PNCP 2019-2030 es el resultado del trabajo conjunto y articulado llevado a cabo por los sectores público, privado y académico a través de los comités técnicos público-privados. Estos últimos se han configurado como la plataforma institucional para diseñar y articular la implementación de medidas que mejoren la provisión de servicios públicos, y que permiten recuperar la confianza en la relación público-privada como catalizadora de bienestar en beneficio de todos los peruanos.

Los nueve objetivos prioritarios son los siguientes: Dotar al país de infraestructura económica y social de calidad, fortalecer el capital humano, generar el desarrollo de las capacidades para la innovación, adopción y transferencia de mejoras tecnológicas, impulsar mecanismos de financiamiento local y externo, crear las condiciones para un mercado laboral dinámico y competitivo para la generación de empleo digno, generar las condiciones para desarrollar un ambiente de negocios productivo, facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios, fortalecer la institucionalidad el país y promover la sostenibilidad ambiental en la operación de actividades económicas.

1.3. Objetivos de la investigación: general y específicos

Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Objetivos específicos

Determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Determinar la relación que existe entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Determinar la relación que existe entre la calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Determinar la relación que existe entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

1.4. Limitaciones de la investigación

Durante el desarrollo del presente trabajo de investigación; se ha presentado una serie de dificultades que serán explicadas a detalle posteriormente; no obstante, fueron superados gracias a la asesoría durante el ciclo académico.

Limitación bibliográfica

La bibliografía es escasa, no se han encontrado muchos trabajos de investigaciones internacionales que analicen simultáneamente las dos variables y algunas otras resultan siendo obsoletas. Por lo que decidimos investigar por variables dependientes.

Limitación teórica

Ausencia moderada de antecedentes de investigación relacionada con la temática presentada y diseño de estudio de las escuelas de pregrado y postgrado de las principales universidades del país.

Limitación temporal

Escaso tiempo para realizar las investigaciones ya que las universidades cuentan con un horario de atención diferente al horario del investigador, como también dificultad en adecuarnos al horario de los colaboradores de la organización para la recolección de datos a través del cuestionario.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

Contexto internacional

Cisneros (2017) en su tesis “Mecanismos para la práctica de la responsabilidad social empresarial en las empresas” realizada en la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. Para obtener el grado de Maestría en gerencia para el desarrollo social. La presente investigación tuvo como objetivo identificar la relevancia de la implementación de prácticas que promueven la calidad de vida interna en el trabajo en la empresa ACE Seguros durante su periodo de implementación. En cuanto a la metodología que uso fue del tipo cuantitativo y descriptiva, donde la muestra fue de 99 colaboradores bajo contrato indefinido de la planilla de trabajadores de ACE Seguros S.A, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

La responsabilidad de la empresa va más allá del cumplimiento de la ley y la exigencia del mercado, debe aportar beneficios a sus empleados y a la comunidad cumpliendo con la formación de sus colaboradores, mejora en su vida personal, familiar y social, ofreciendo buenas condiciones laborales y de salud a las personas que son parte de la organización.

En la presente investigación se observa que América Latina es escenario de la práctica empresarial en tanto que la reflexión sobre la dirección de la empresa y sus asuntos estratégicos se encuentran en los países desarrollados.

Finalmente, se determinó que al fortalecer la eficiencia organizacional con programas que aporten externa e internamente a la empresa, la inversión a sus grupos de interés será respaldada con su compromiso y entrega, permitiendo sostener la organización a cualquier inconveniente, por lo que una empresa que invierte en sus trabajadores está invirtiendo de manera indirecta en sus clientes y esto se ve claramente reflejado en el nivel de servicio.

Camacho (2014) en su tesis “Responsabilidad social empresarial en las Pymes, estudio en el Distrito Metropolitano de Quito” realizada en la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. Para obtener el título de magíster. La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar el nivel de implementación de prácticas e iniciativas de RSE en las PYMES del Distrito Metropolitano de Quito. El tipo de investigación cuantitativo, transversal y método descriptivo, técnica de observación directa, donde la muestra fue 6 expertos en Pymes, de las cuales permitieron obtener información relevante que describan la situación actual de la RSE como parte de la estrategia empresarial de las pymes del D.M. de Quito. Se llegó a las siguientes conclusiones:

Se encontró que existe relación entre la responsabilidad social empresarial en las Pymes del distrito metropolitano de Quito y la competitividad. La RSE al ser aplicada como parte de la estrategia empresarial puede desarrollar lineamientos corporativos de diferenciación, competitividad y productividad eco-rentable en las empresas.

Se halló que el sector de estudio cada pyme adopta la responsabilidad social empresarial de acuerdo con sus posibilidades e iniciativas del empresario que desee ejecutarla, generando elementos de diferenciación y desarrollando una ventaja competitiva.

El análisis del estudio demuestra que la RSE en la estrategia de pymes locales aportarían con beneficios como generar empleo, mejores prácticas laborales, elementos de diferenciación frente a la competencia, aporte significativo empresarial. A su vez, existe un efecto conocido como efecto cascada o derrame, en el cual las pymes que inician con un proceso contagian a la competencia, y estas lo empiezan a aplicar, observando los beneficios que se genera.

Jiménez, Montero y Parody (2014) en su artículo de investigación “Análisis de los factores internos de competitividad: caso de las empresas lácteas del Cesar, Colombia” realizada en la Universidad de Santander,

Medellín - Colombia. El objetivo principal de la presente investigación fue analizar los factores internos de competitividad de las empresas productoras y comercializadoras de queso en la zona norte del departamento del Cesar. El tipo de investigación fue de carácter descriptivo. La muestra representativa fue de 15 empresas, tomada de la población conformada por 36 empresas en la zona norte del departamento. Los instrumentos utilizados fueron la entrevista estructurada y los cuestionarios, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

Se determinó que el factor que implica más relevancia para las empresas orientadas hacia la producción y la comercialización de quesos en la zona norte del departamento del Cesar es el de la capacidad tecnológica y productiva, puesto que de él se derivan los componentes para la fabricación de sus productos, y lo más importante es ofrecer un producto de excelente calidad al consumidor. Para los microempresarios del sector lácteo en la zona norte del departamento del Cesar lo que cobra realmente importancia es producir y vender a un precio accesible.

Se encontró que el mayor índice de cumplimiento para evaluar cada factor interno de competitividad se presentó en dos factores: en el factor del conocimiento del mercado y la adaptabilidad, puesto que los empresarios en su gran mayoría son empíricos, y algunos no cuentan con los conocimientos previos para la realización de un estudio de mercados.

Finalmente, se dedujo que se incrementan los costos del producto cuando hay escasez de la materia prima y no obtienen grandes beneficios por no establecer proveedores fijos que les ofrezcan mejores alternativas de compra para llevar a cabo su actividad. A su vez, por no establecer una base de datos de sus clientes y por no disponer de un portafolio de productos y servicios, provocando de esa manera menos competitividad en el mercado.

López (2015) en su tesis “Responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva en los hoteles cuatro estrellas de la cabecera departamental de Huehuetenango” realizada en la Universidad Rafael

Landívar, Huehuetenango, Guatemala. Para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de empresas. La presente investigación tuvo como objetivo principal establecer la responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva en los hoteles de cuatro estrellas de la cabecera departamental de Huehuetenango. El tipo de investigación fue cuantitativo y descriptiva. La muestra fue de 89 personas, 64 colaboradores de los hoteles y 25 clientes potenciales, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

Se descubrió que en los hoteles y dentro de los diferentes niveles de jerarquía de personal, no se divulga el concepto de RSE, lo que dificulta la implementación dentro de la estrategia empresarial. Además, se estableció que la ventaja competitiva en los hoteles son las instalaciones; sin embargo, los clientes están dispuestos a pagar un precio mayor por mejoras y prácticas de RSE, enfocadas principalmente al medioambiente y los clientes.

Se identificó que el margen de aplicación de responsabilidad social empresarial en los hoteles es bajo de acuerdo con el eje de investigación, principalmente en los sub indicadores de público interno, medio ambiente, proveedores y política pública.

Giménez (2014) en su tesis “El fortalecimiento de las empresas mediante la aplicación de la responsabilidad social empresarial en la ciudad de Coronel Oviedo” realizada en la Universidad Nacional de Caaguazú, para obtener el título de Licenciada en Administración de empresas. La presente investigación tuvo como objetivo analizar el fortalecimiento de las empresas de servicios a través de la aplicación de la responsabilidad social empresarial en la ciudad de Coronel Oviedo. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es considerada un estudio cuantitativo, descriptivo de diseño no experimental, donde se describen los datos hallados en la búsqueda realizada, comparando con la revisión bibliográfica referente al tema, donde la muestra está conformada por 39 personas jóvenes en su mayoría, por conveniencia, tomando un cliente de cada empresa que ha sido visitado y que haya estado presente en el momento de la visita en el lugar, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

Se espera que las empresas puedan incorporar en sus instituciones estrategias para aplicar la responsabilidad social empresarial realizando programas de RSE con voluntariado, ya que las organizaciones que trabajan con voluntarios tienden a ser más transparentes y desarrollan actividades afines al requerimiento de la comunidad, cuantas más personas se entremeten en los programas de RSE, más éxitos y eficacia alcanzan estos.

Se determinó que las empresas que aplican la responsabilidad social empresarial son aquellas que asumen en sus decisiones el compromiso social, estas radican en la acción y decisión de los directivos, como en el personal de alto mando, para traspasar este enfoque, programas y acciones con mayor seguridad a toda la organización, confirmando el compromiso organizacional y de los que lo gobiernan.

Por último, se precisó que la empresa responsable, se convierte en una entidad más eficiente manejando mejor los procesos, recursos materiales y humanos, asimismo las políticas y programas aumentan el rendimiento de las mismas organizaciones, reduce costos, se convierten atractivas en el mercado y potencian la preferencia y fidelización de esta en los productos y servicios que ofrece.

Contexto nacional

Mayorga (2019) en su tesis “Responsabilidad social empresarial en las pymes industriales del distrito de Socobaya - Arequipa 2018” realizada en la Universidad Católica Santa María, para obtener el grado de Maestría en gestión del desarrollo y gerencia social. La presente investigación tuvo como objetivo determinar cómo es la responsabilidad social empresarial aplicada por las empresas del sector industrial del distrito de Socobaya – Arequipa. La investigación fue de tipo descriptivo de corte transversal, donde la muestra estuvo conformada por 31 Pymes pertenecientes al sector industrial de Socobaya, donde se determinó las siguientes conclusiones:

Se descubrió que la mayoría de los dueños y gerentes de las PYMES industriales de Socabaya conocen sobre la RSE y tienen algunos alcances e información al respecto, sin embargo, no es tomada en cuenta ni aplicada sobre todo en la relación con sus clientes pues no contemplan las sugerencias y opiniones de este y no cuentan con un medio o canal para el desarrollo de la misma.

Se estableció que la mayoría de los empresarios si están interesados y deseosos en contribuir con la comunidad, sin embargo, no encuentran como hacerlo por falta de organización, comunicación, trabajo en conjunto con el municipio u organismos de la zona con los cuales concretar alguna acción en beneficio de los pobladores o de un sector en particular.

Se determinó que la mayoría de los dueños y gerentes conocen del impacto ambiental que provocan sus actividades y conocen de las medidas propuestas por el gobierno local y nacional para contrarrestar los efectos negativos que se provocan en el medio ambiente, comunidad, sin embargo, no lo aplican en sus empresas porque algunos no lo consideran importante.

Zarate (2019) en su tesis “Responsabilidad social empresarial ambiental y ventaja competitiva en las empresas del sector hotelero de la ciudad de Huánuco, 2019” realizada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación de la responsabilidad social empresarial ambiental como ventaja competitiva en las empresas del sector hotelero de la ciudad de Huánuco 2019. La investigación fue de tipo no experimental, método transversal, diseño correlacional – descriptivo, donde la muestra estuvo conformada por 56 personas que dirigen empresas del sector hotelero, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

Se encontró que existe una relación directa entre la responsabilidad social empresarial ambiental con respecto a los clientes, ya que ellos (los clientes) valoran las actitudes y el comportamiento de las empresas en el medio donde desarrolla sus actividades.

Se detectó que el tema de la práctica de valores empresariales entre las personas que dirigen las empresas hoteleras en la ciudad de Huánuco, no se encuentra muy difundida, porque para muchos de ellos es un asunto novedoso y falta mayor conciencia de los empresarios del sector en colaborar con la conservación del medio ambiente en el entorno en el que desarrollan sus actividades.

Finalmente, se concluyó que los empresarios del sector se encuentran a la perspectiva de brindar un excelente servicio y así crear valor de su producto/ servicio, para poder diferenciarse y lograr ventajas competitivas en el mercado hotelero. Es por ello, que en la investigación se demostró que la diferencia no se marca por el precio, sino por otras dimensiones y características como la seguridad, prestigio y la imagen de la empresa que brinda el servicio hotelero.

Campos (2018) en su tesis “Estrategias competitivas para el desarrollo exportador de las Mypes textiles en el distrito de Villa el Salvador, 2017” realizada en la Universidad San Martín de Porres. Para obtener el Título profesional de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales. El objetivo de esta investigación fue identificar las estrategias competitivas para el desarrollo exportador de las Mypes textiles en el distrito de Villa El Salvador. El estudio fue de tipo de diseño descriptiva – correlacional, no experimental y enfoque mixto. La muestra conformada fue de 200 colaboradores de la Mypes textiles exportadoras del distrito de Villa El Salvador, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

Se identificó que la ventaja competitiva, la estrategia de posicionamiento y la cadena de valor son las estrategias competitivas que contribuyen significativamente con el desarrollo exportador de las Mypes textiles en el distrito de Villa El Salvador.

Se determinó a nivel de directivos, funcionarios, administradores, encargados o propietarios de estas empresas no existe un buen nivel de

conocimiento sobre las ventajas competitivas que pueden tener sus productos y sus empresas para poder mejorar su posicionamiento estratégico.

Finalmente, se delimitó que la formulación de estrategias de posicionamientos influye significativamente en lograr un desarrollo exportador al proceso de las Mypes textiles en el Distrito de Villa El Salvador.

Díaz y Salazar (2018) en su tesis “Responsabilidad social empresarial y competitividad en Trucha Dorada S.R.L Chota, Cajamarca” realizada en la Universidad Señor Sipán, para obtener el Título profesional de Licenciado en Administración. La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en Trucha Dorada S.R.L- Chota, Cajamarca. La investigación fue de tipo correlacional - descriptivo, método no experimental, diseño transversal, donde la muestra estuvo conformada por 244 personas de la ciudad de Chota y 25 colaboradores de la empresa Trucha Dorada S.R.L, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

Se halló que si existe relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad de Trucha Dorada S.R.L. Chota – Cajamarca, sin embargo, dicha empresa carece de programas con charlas informativas a la población sobre el cuidado del medio ambiente, la falta de apoyo a las actividades culturales de la localidad, además la organización promueve muy poco la capacitación para sus trabajadores.

Se encontró que la competitividad de la empresa Trucha Dorada S.R.L- Chota, Cajamarca, está dado por la eficiencia en los procesos de producción ya que se trata de dar calidad a los procesos de negocio lo que ha tenido como efecto que los pobladores consideren la empresa como diferente (mejor) con relación a la competencia, además cuenta con una moderna infraestructura.

Se identificó que la empresa no destina suficientes recursos económicos para realizar actividades de responsabilidad social empresarial, por lo tanto,

una propuesta de responsabilidad social empresarial en Trucha Dorada es difícil.

Flores y Silva (2018) en su tesis “La responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys - Chiclayo 2016” realizada en la Universidad Señor de Sipán, para obtener el Título profesional de Licenciado en Administración. La presente investigación tiene como objetivo general diseñar estrategias de responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys, cuyo método que se empleó fue el método deductivo, con un tipo de investigación descriptivo, método no experimental y propositiva. Cuenta con 2 muestras, la primera es de 15 colaboradores y la segunda son 103 encuestados, de una población de 15 personas (colaboradores de la empresa) y 400 distribuidores (bodegas y restaurantes en las cuales comercializa sus productos) respectivamente, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

Se descubrió que es bueno que la empresa Helatonys ejecute un plan de responsabilidad social empresarial para obtener más reconocimiento y realizar programas de beneficio social.

Se determinó que a la empresa Helatonys le hace falta incrementar el nivel de práctica y cumplimiento de las leyes de responsabilidad social empresarial para con ello poder llegar a un porcentaje de 100% que sería el idóneo.

Finalmente, se concluyó que el 60% de los trabajadores consideran que la empresa satisface sus necesidades y a la vez cubre con sus expectativas, por lo que se determinó que Helatonys es competente en el mercado al desarrollar productos de calidad y a su vez tener buena reputación e imagen empresarial, por tal motivo se considera importante que la empresa realice un plan de concientización de los derechos humanos para mejorar la calidad de vida de su entorno.

Prudencio (2018) en su tesis “Responsabilidad social empresarial y la imagen de marca de la empresa Soto Sport, Los Olivos 2018” realizada en la Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Para obtener el título profesional de Licenciada en Administración. La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la imagen de marca de la empresa Soto Sport, Los Olivos 2018. El diseño de esta investigación fue no experimental de corte transversal, de tipo aplicada y su nivel es descriptivo correlacional, además se determinó la relación de las variables mediante el método hipotético deductivo con enfoque cuantitativo. La muestra es de 65 clientes, de una población de 85 clientes. Se establecen las siguientes conclusiones:

La responsabilidad social empresarial tiene una relación positiva con sus dimensiones (imagen de marca, recuerdo de marca, parámetros claves y el perfil de usuario).

Además, con su propuesta de un plan de estrategias orientado a la responsabilidad social empresarial y la imagen de marca de la empresa Soto Sport, los olivos 2018; facilitó al gerente de la empresa la información necesaria y así se pudo mejorar la relación con los consumidores y la vez se les incentivó para que estos frecuentemente adquieran mercadería en mayor proporción a la empresa.

Finalmente, con las estrategias establecidas se cumplió con los objetivos propuestos, así mismo ayudó a la empresa que sea más competitiva en el mercado.

Cerna (2017) en su tesis “La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional en una empresa de cementos” realizada en la Universidad Privada del Norte, para obtener la carrera profesional de Administración de empresas. La presente investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera las estrategias de responsabilidad influye en la imagen institucional interna en una empresa de cementos en el año 2017. La investigación fue de tipo no experimental, transversal y de carácter correlacional – causal y de

método cuantitativo, donde la muestra estuvo conformada por 520 personas encuestadas, quienes lo conforman los directivos, empleados y obreros de la empresa de cementos, de los cuales se llegó a la siguiente conclusión:

Se determinó que si existe relación entre las estrategias de responsabilidad social empresarial y su influencia en la imagen institucional interna en una empresa de cementos.

Domínguez y Gutiérrez (2017) en su tesis “La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna” realizada en la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Para optar el Título Profesional de Licenciado en International Business. El objetivo de esta investigación fue determinar la relación de un modelo de competitividad en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna. El diseño de investigación fue no experimental con un tipo explicativa-correlacional. La muestra fue de 16 empresas del rubro, donde se llegó a las siguientes conclusiones:

El modelo de competitividad tiene relación significativamente en el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la Región de Tacna, esto se da debido a la relación que tiene la gestión de competitividad, las estrategias de competitividad y mejoramiento de la productividad en la empresa. Además, se determinó que las estrategias de competitividad tienen mucho que ver en el desarrollo económico de las empresas en dicha región mencionada.

Se resaltó que la diferenciación por producto es la estrategia más utilizada por los empresarios, además se apreció que la optimización de cadena de producción y el valor agregado son puntos que se relacionan en el mejoramiento de la productividad.

Bobadilla y Sandoval (2015) en su tesis “La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional de la empresa de transporte Rodrigo Carranza S.A.C Trujillo, 2014” realizada en la Universidad Privada Antenor

Orrego, para obtener el título de Licenciado en Administración. La presente investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la responsabilidad social en la imagen institucional de la empresa de transportes Rodrigo Carranza S.A.C. en la ciudad de Trujillo. La investigación fue de tipo cuantitativo - descriptivo de corte transversal, la técnica que se utilizó en esta investigación fue la encuesta y entrevista. La muestra estuvo conformada por 185 personas entre clientes y trabajadores de la empresa de Transportes Rodrigo Carranza, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

El nivel de responsabilidad social desde el punto de vista del cliente y de los colaboradores es de un nivel regular con un 71% - 74% en la empresa de transporte Rodrigo Carranza S.A.C.

La relación de la responsabilidad social y la imagen institucional según su criterio de los clientes se obtuvo que, existe un nivel regular entre ambos con una cantidad de 28 clientes, dando así que la responsabilidad social si influye en la imagen institucional.

Fernández, Jiménez y Fernández (2015) en su tesis "Responsabilidad social empresarial y su impacto competitivo en las Pymes del Perú" realizada en la Universidad Nacional del Callao, Callao, Perú. Para obtener el Título de contador público. El objetivo del estudio fue determinar si la responsabilidad social empresarial genera un impacto competitivo en las Pymes del Perú. El diseño de esta investigación es no experimental de método transversal correlacional, de tipo correlacional explicativa. La muestra estuvo conformada por un total de 20 encuestados (Gerentes, jefes de área, trabajadores) de la Pymes de la ciudad de Lima que han sido galardonadas en RSE por la asociación PERU 2021, la misma que la población del universo, de los cuales se llegó a las siguientes conclusiones:

Se entendió que la implementación de RSE es una forma de asumir la dirección estratégica de la empresa, constituye un planteamiento integral para el manejo organizacional, puesto que busca un mayor compromiso de los trabajadores para con los objetivos y la misión empresarial, con la finalidad de

mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo donde se vean beneficiados sus grupos de interés como la misma empresa.

Se demostró que para que la RSE se implemente al interior y exterior de una empresa deberá empezar a motivar a sus colaboradores, esto quiere decir que la relación laboral que exista entre la empresa y sus empleados se reflejara en el nivel de productividad de esta y por ende en su nivel de competitividad

Finalmente, se concluyó que la pyme socialmente responsable que integra prevención de riesgos laborales en todos los departamentos de la empresa contribuye a que el trabajador este mejor motivado, tenga mejores condiciones laborales saludables y seguras. Asimismo, le permitirá optimizar los tiempos. incrementar la productividad y mejorar la calidad del servicio.

2.2. Bases teórico científicas

Bases teóricas de la variable 01: La responsabilidad social

Definición de la variable

Fernández (2010) señala:

La responsabilidad social empresarial ha de ser entendida como una filosofía, y una actitud que adopta la empresa hacia los negocios, que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones, y las expectativas de sus distintos grupos de interés (stakeholders) con una visión a largo plazo. (p. 19).

Asimismo, Antelo y Robaina (2015) define: "La responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general" (p. 59).

Además, Vallaey (2009) indica: “La preocupación por las consecuencias ambientales y sociales de la actividad humana o de las organizaciones” (p. 6).

Es responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medioambiente, a través de una conducta transparente y ética que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, tome en cuenta las expectativas de las partes interesadas (stakeholders), cumpla con las leyes y sea compatible con las normas internacionales de conducta, sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones. (ISO 26000, 2010).

Por otro lado, la responsabilidad social no es una norma ni un decreto, ya que es parte de la organización llevar a cabo acciones socialmente responsables, por medio de ejecución de proyectos, programas que intervengan tanto el capital humano como el entorno, además de los grupos de interés internos y externos. (Londoño, 2013).

Y por último Barbachan (2016) indica: “La Responsabilidad social empresarial se basa en diversos pilares como la sostenibilidad, principios y herramientas como reportes de evaluación para poder medir el impacto de las estrategias aplicadas por cada organización dentro de sus programas corporativos de responsabilidad social” (p. 56).

Importancia de la variable

Elkington (2005) citado por Camacho (2014) manifestó:

Los tres aspectos importantes en las actividades corporativas de deben realizar en un desarrollo social, ambiental y económico, de ahí nace la expresión Triple P (Triple Bottom Line)

- People: las consecuencias sociales de sus acciones;
- Planet: las consecuencias ecológicas;
- Profit: el aspecto del beneficio económico. (párr. 1).

Estas tres prioridades son de suma importancia para constituir una estrategia empresarial, ya que se piensa en el entorno, stakeholders y no solo en la ganancia de una actividad dirigida a su mercado objetivo.

La empresa al ser responsable recibe beneficios como la eficiencia y la responsabilidad individual y colectiva, además de un balance entre la vida personal y laboral como también un impacto positivo en la rentabilidad, eficiencia y productividad, mejores relaciones empleado-empleador y finalmente una alta percepción de la empresa como altamente humana y socialmente responsable.

Acorde con lo mencionado anteriormente, se tienen los siguientes beneficios:

- Menor rotación del personal y del estrés laboral.
- Mayor motivación de los colaboradores.
- Mejor eficiencia y rendimiento en el trabajo.
- Formación de líderes proactivos al interior de la organización.
- Mejora la reputación organizacional.
- Identificación e integración por parte del personal con la empresa.
- Mejora en el clima organizacional.
- Brinda un aspecto humano a la empresa y la pone en contacto directo con la sociedad. (Cajiga, 2001).

Asimismo, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no la determinan los diversos autores sino los propios ciudadanos, clientes ya que cada vez son más rígidos. Actualmente les importa de qué manera les ofrece el mercado y si este introduce criterios de sostenibilidad en sus productos y servicios. (Aguilar, 2014).

La responsabilidad social empresarial es la integración voluntaria que realizan las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus stakeholders (grupos de interés). (Díez, 2007).

Por lo que es fundamental que las organizaciones desarrollen actividades responsables sin esperar ninguna retribución económica ya que deben efectuar dichas funciones para beneficio de la comunidad y medio ambiente.

Las organizaciones deben llevar a cabo 7 estrategias para que se pueda incrementar y mejorar la utilización de RSE: Diseñar programas de RSE originales, establecer programas de RSE con objetivos a mediano y largo plazo, trabajar para desarrollar la reputación social, las organizaciones deberían utilizar la RSE pero también fomentarla, dejar de diseñar programas, proyectos y acciones de RSE solo para ganar premios, reconocimientos y distinciones, no dosificar la gestión de RSE y equilibrar las acciones de RSE internas con las externas. (Orsi, 2012).

Características de la variable

La RSE es personalizada, ya que cada organización implementa la RSE de diferentes formas, dependiendo de su tamaño, sector, cultura empresarial y estrategia.

Asimismo, considera que la RSE es una estrategia que al optimizar procesos, genera mayor crecimiento en sus productos, clientes; como también un mejora en la imagen empresarial generando ganancias económicas en un mediano plazo.

Además, esta misma estrategia se puede implementar en pequeñas, medianas y grandes empresas. Y resulta más fácil llevarla a cabo en una empresa que recién está formándose para que pueda seguir creciendo con una mejor cultura organizacional. (De la cruz, 2013).

Dimensiones de la variable

En este caso se desagrega la variable responsabilidad social en 4 dimensiones: Compromiso organizacional, desarrollo sostenible, calidad de vida laboral y bienestar social.

Compromiso organizacional: Referido a la identificación de los colaboradores con la empresa.

Chiavenato (2004) citado por De la Puente (2017) afirma: “El compromiso organizacional es la voluntad que posee el colaborador con su organización desempeñándose correctamente para el logro de las metas organizacionales” (p.16).

Asimismo, Luthans (2008) define: “El compromiso organizacional como la entrega y responsabilidad del trabajador con su empresa para que desarrolle un trabajo óptimo además de las estrategias que la empresa realice para fomentar el compromiso promoviendo un espacio de trabajo estimulante” (p. 15).

Meyer y Allen (1997) citado por Abanto (2017) indica “El compromiso organizacional es un estado psicológico que caracteriza la relación del empleado con la empresa y que tiene consecuencias para que este decida si continua o interrumpe la permanencia en dicha organización” (p. 32).

Desarrollo sostenible: Disposición a ayudar al medio ambiente contribuyendo al desarrollo del ecosistema.

ISO 26000 (2010) define: “Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (párr. 2).

Gutiérrez (2007) citado por Alaña, Capa y Sotomayor (2017) sostienen:

El desarrollo orgánico sostenible inspira la definición de un proyecto de transformación de la organización económica y social actual, es decir, la intervención del Estado y las empresas, de manera que permita concretar en pasos sucesivos las instituciones y nuevas regulaciones (políticas) necesarias para establecer una sustentabilidad más fuerte e integrada. (p. 24).

Según Rubio (2011) “Fortalecimiento de capacidades en las poblaciones más vulnerables para la generación de oportunidades para crecer por ellas mismas, y dejar atrás la situación de pobreza en la que se encuentran” (p. 8).

Es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.

Calidad de vida laboral: Apreciación de los colaboradores del ambiente en el que se encuentran.

Granados (2011) “Este concepto debe de ser considerado multidimensional debido a que abarca diversas condiciones relacionadas con el trabajo que son relevantes para la satisfacción, la motivación y el rendimiento laboral” (p. 218).

Grado en que los miembros de la organización satisfacen necesidades personales importantes a través de sus experiencias en la organización. (Suttle, 1977).

Segurado y Agulló (2002) indican:

La calidad de vida laboral depende de todos aquellos elementos constitutivos del medio ambiente de trabajo (condiciones ambientales, organización del trabajo, contenido del puesto, horarios, salario, salud y seguridad laboral, ritmo de trabajo, etc.),

la calidad de vida laboral por tanto depende de la naturaleza y características de las condiciones de trabajo. (p. 829).

Robbins (1989) citado por Segurado y Agulló (2002) define “Es el proceso a través del cual una organización responde a las necesidades de sus empleados desarrollando los mecanismos que les permitan participar plenamente en la toma de decisiones de sus vidas laborales” (p. 217).

Bienestar social: Conjunto de factores que participan en la calidad de vida de las personas.

El bienestar social es designar el conjunto de leyes, por una parte, y los programas, beneficios y servicios que por otra parte se establecen para asegurar o robustecer la provisión de todo aquello que se consideran las necesidades básicas para el bienestar humano y el mejoramiento social. (Ander-Egg, 1984).

Vidal (2015) enfatiza: “Bienestar social se le llama al conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de las personas y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que den lugar a la tranquilidad y satisfacción humana” (p. 24).

Teorías sobre la responsabilidad social

La teoría de la pirámide fue desarrollada por Carroll, la cual presenta 4 clases de responsabilidades sociales que son propias del funcionamiento de las actividades de toda empresa. y estas son: económicas, legales, éticas y filantrópicas. (Carroll, 1991)

Carroll (1991) citado por Canessa y Garcia (2005)



Figura 1. La pirámide de Carroll de la responsabilidad social.
Fuente: *Carroll*, 1991.

- Responsabilidades económicas: Esta responsabilidad sostiene la pirámide de Carroll y son entendidas como la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean.
- Responsabilidades legales: Tiene que ver con los cumplimientos de las leyes, así como con las reglas básicas según las cuales deben operar los negocios.
- Responsabilidades éticas: Describe respetar las prácticas y actividades que espera la sociedad, cumpliendo con las normas éticas de las mismas.
- Responsabilidades filantrópicas: Se refiere a las acciones o actividades voluntarias por parte de las empresas que responden a las expectativas sociales. (p.14).

Entonces, de acuerdo con esta teoría de Carroll, las organizaciones no solo tienen como fin el poder generar beneficios para sus accionistas, propietarios y actuar de acuerdo con ley, sino que también, deben dirigir sus actividades hacia la comunidad considerando los grandes impactos que generan en el bien común.

Teoría de los grupos de interés o stakeholders

La teoría de los stakeholders, surge como consecuencia de la creciente complejidad de la composición del entorno de la empresa que afecta su estructura interna. Así, las empresas tienden a relacionarse con grupos e individuos que son, pueden o creen ser afectados (impactados) por alguna manifestación de las actividades de la empresa y por aquellos que tienen o pueden tener algún interés (expectativas) por la empresa, convirtiéndose en su grupo de interés.

Bases teóricas de la variable 02: Competitividad empresarial

Definición de la variable

La productividad de una empresa determina la competitividad de esta, entendida como la destreza de generar valor en el producto y/o servicio a partir de una unidad de trabajo o de capital. (Porter, 1980).

Porter (2009) sostiene:

La competitividad empresarial en un doble aspecto; como competitividad interna y como competitividad externa. La competitividad interna está referida a la competencia de la empresa consigo misma a partir de la comparación de su eficiencia en el tiempo y de la eficiencia de sus estructuras internas productivas y de servicios. (p. 21).

De igual modo Haguenuer (1989) señala:

La capacidad de una industria o empresa de producir bienes con estándares de calidad requeridos por los mercados, usando recursos en cantidades iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes es el resto del mundo, durante un cierto periodo de tiempo. (p. 23).

Bueno (1987) señala:

Capacidad de una organización para desarrollar y mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permita disfrutar de una posición favorable en el entorno en el que actúa; en otras palabras, generar recursos, habilidades, conocimientos y atributos que hagan posible la obtención de unos resultados superiores a sus competidores. (p. 48).

Uribe (2012) afirma:

La competitividad es un reconocimiento por parte de los clientes cuando estos prefieren a la empresa y le compran en lugar de otras opciones en el mercado maximizando su bienestar y obteniendo valor agregado a esta, pudiendo así darle una calidad competitiva. (p. 35).

Importancia de la variable

Ibarra, Gonzales y Demuner (2017) “La importancia de la competitividad radica en saber cómo administrar los recursos de la empresa, incrementar su productividad y estar prevenido a los requerimientos del mercado” (p. 108).

Acorde con este argumento presentado, la competitividad empresarial es vital para cualquier empresa porque al lograr la competencia, trae como consecuencia el posicionamiento de la misma y la preferencia de los clientes

en comparación de otras. Como también la motivación de los colaboradores por permanecer en la organización, esto se ve claramente ya que lograr el éxito o al menos lo que se desea dependerá en gran parte del comportamiento organizacional para destacar y sobresalir sobre los demás.

Asimismo, las empresas logran la competitividad ofreciendo los mejores productos y los mejores precios, definiendo claramente el público al cual se dirigirá, buscando nuevas formas de distribución del producto, desarrollando ideas creativas para publicitarlo, ofrecer elementos que lo diferencien de otros productos o servicios en el mercado.

Dimensiones de la variable

En este caso se desagrega la variable competitividad empresarial en 4 dimensiones: Ventaja competitiva, innovación, productividad y rendimiento.

Ventaja competitiva: Característica diferenciadora de una empresa, persona o país.

En su obra “Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior” define que es muy importante conocer la ventaja competitiva de una empresa, ya que esta estrategia ayudará a permanecer en el mercado y además le permitirá enfrentarse a los competidores del sector. (Porter, 1985).

De igual forma, se considera que para que una empresa tenga éxito, se tiene que satisfacer a los consumidores mejor que sus competidores. (Kotler, 1992).

Asimismo, Rubio (2011) menciona: “La superioridad que una compañía tiene respecto a otras competidoras. Para ser realmente efectiva, debe ser: difícil de igualar, única, posible de mantener, netamente superior a la competencia y aplicable a varias situaciones del mercado” (p. 8).

Innovación: Valor agregado que se le da a un producto o servicio con el fin de mejorarlos.

Hoy en día, la palabra innovación está definida como la creación o modificación de un producto y su introducción en el mercado. (Real Academia Española, 2001).

Asimismo, la innovación es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. (Freeman, 1984).

Formichella (2005) citado por Murillo (2014) “La innovación representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad” (p. 9).

Productividad: Capacidad de producción de bienes y servicios de manera eficiente y eficaz.

Rubio (2011) “Considera la capacidad de producir más satisfactores (sean bienes o servicios) con menos recursos. La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores -capital humano” (p. 7).

Rentabilidad: Capacidad de relación que existe entre la utilidad e inversión para la obtención de margen de ganancia.

La rentabilidad es la remuneración que se busca obtener dentro de la empresa, en sus múltiples elementos en práctica de desarrollar su dinamismo económico y financiero. Estableciéndose habilidades en el manejo de los recursos propios de la empresa de manera eficiente y eficaz, así como también en sus productos y servicios que brinda. (Díaz, 2012).

2.3. Definición de la terminología empleada

Responsabilidad social

Terminología ética que adoptan las empresas u organizaciones de manera responsable hacia la sociedad en la que estén inmersas o en el rubro en el que realizan sus actividades.

Competitividad empresarial

Capacidad que tiene las empresas para vencer a la competencia ofreciendo productos y servicios con mayor eficiencia y eficacia en el mercado global.

Compromiso organizacional

Grado de identificación de los colaboradores con la organización con las metas u objetivos, como también el compromiso que debe de tener las empresas con sus colaboradores para que estos estén identificados con la misma.

Desarrollo sostenible

Capacidad para satisfacer las necesidades de las personas sin ocasionar daños hacia el medio ambiente y sin perjudicar el ecosistema siendo socialmente responsables.

Calidad de vida laboral

Apreciación que tienen los colaboradores acerca de las condiciones de trabajo, el ambiente laboral y la satisfacción que tienen en la organización.

Bienestar social

Conjunto de factores que participan en la calidad de vida de las personas y que estos factores den satisfacción a las necesidades económicas, culturales y sociales de las personas.

Ventaja competitiva

Característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándola en una posición relativa superior para competir.

Innovación

Es el valor agregado que se le da a un producto o servicio existente con el fin de mejorarlos, introduciéndose al mundo de innovaciones y sacando novedades en el mercado.

Productividad

Capacidad para elaborar la producción de manera eficiente y sin ningún inconveniente.

Rentabilidad

Es la relación que genera la utilidad y la inversión que se lleva a cabo para lograrla.

CAPITULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de estudio

El tipo de investigación es no experimental ya que se observa y acude al ambiente donde se desarrolló el instrumento; en cuanto al nivel de estudio es de corte transversal, ya que los datos se recopilan para ser analizados en una sola ocasión.

Para Kerlinger (1979) sostiene: “El diseño no experimental es el que se ejecuta y resulta imposible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad” (p. 116).

Diseño de investigación

El diseño de investigación es descriptivo – correlacional, puesto que describe las opiniones, características y conductas de la población a estudiar, con ello se puede identificar los procesos y actividades realizados por la empresa, así como también percibir los comportamientos de los colaboradores frente a la enseñanza y gestión que reciben. Además, se estudia las relaciones que existe entre dos variables: dependiente e independiente.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) indicaron: “Los estudios correlacionales miden las dos o más variables que se desea conocer, si están o no relacionadas con el mismo sujeto y así analizar la correlación” (p. 63).

Arias (2006) señala:

Los estudios descriptivos consisten en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (p. 24).

Según Sánchez y Reyes (2006) manifiestan: “La investigación descriptivo - correlacional, se orienta a la determinación de relación que puede existir entre dos a más variables de interés en una misma muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos fenómenos o eventos observados” (p. 79).

Investigación descriptiva – correlacional

La investigación está expresada en el siguiente esquema:

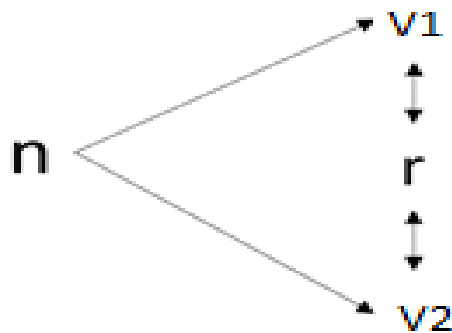


Figura 2. Diseño de investigación

Dónde:

N: Colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L.

V1: Responsabilidad social

V2: Competitividad empresarial

R: Relación entre las variables

3.2. Población y muestra

Población

Según Hurtado y Toro (1998) definen “La población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo” (p. 79).

Para la siguiente investigación, la población está conformada por la totalidad de colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L.

Tabla 1

Población de colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L.

Población	Hombres/Mujeres
Administrativo	14
Vendedores	6
Operarios	10
Total	30

Muestra

Muestra de investigación

Behar (2008) define: "La muestra es un subgrupo de la población. Se puede decir que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que llamamos población" (p. 51).

Salazar y Del Castillo (2018) sostienen: "Es el conjunto de elementos escogidos de la población de acuerdo con un plan de acción establecido anteriormente (muestreo), para poder obtener conclusiones que pueden ser extensivas hacia la población en su totalidad" (p. 13).

López (1998) afirma: "La muestra censal es aquella porción que representa toda la población" (p. 123).

En la siguiente investigación se aplicará un muestreo censal, puesto que la población está compuesta por la totalidad de colaboradores de la empresa, utilizando el instrumento en la totalidad de trabajadores, es decir a las 30 personas que integran la población.

3.3. Hipótesis

Hipótesis general

H₀: No existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

H₁: Existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Hipótesis específicas

Existe relación entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Existe relación entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Existe relación entre la calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Existe relación entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

3.4. Variables – Operacionalización

Variable 1: Responsabilidad social

Definición conceptual

Chiavenato (2007) sostiene: “La responsabilidad social es la obligación gerencial que una organización asume de tomar acciones que protegen y

mejoran el bienestar de la sociedad y los intereses organizacionales específicamente” (p. 388).

Cuervo (1982) señala:

La responsabilidad social se refiere a la actitud y comportamiento de la organización ante las exigencias sociales, derivadas de sus actividades, que le plantea la sociedad. Esto implica que la organización debe evaluar y pagar los costos sociales que ella misma genera, así como ampliar el terreno de sus objetivos mediante la definición del papel social que desempeñará, con todo ello, tener legitimidad y asumir su responsabilidad ante los diversos grupos humanos que integran y representan a la sociedad en su conjunto. (p. 328).

Definición operacional

La presente investigación tendrá como instrumento de aplicación un cuestionario, este constará de 24 preguntas, todas son cerradas, están sujetas a 4 dimensiones denominadas: Compromiso organizacional, desarrollo sostenible, calidad de vida laboral y bienestar social.

Siendo importante mencionar que, cada dimensión de esta investigación tendrá 3 indicadores lo que se evidenciará en la tabla 2.

Tabla 2
Operacionalización de la variable responsabilidad social

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos	
Compromiso organizacional	- Cumplimiento	Del 1 al 6	1= Nunca		
	- Motivación				
	- Seguridad				
Desarrollo sostenible	- Reducción de residuos	Del 7 al 12	2= Casi nunca	Bajo	
	- Conservación ambiental			3= A veces	Medio
	- Recursos			4= Casi siempre	Alto
- Satisfacción laboral					
Calidad de vida laboral	- Medioambiente productivo	Del 13 al 18	5= Siempre		
	- Medioambiente físico				
Bienestar social	- Bienestar laboral	Del 19 al 24			
	- Satisfacción humana				
	- Clima laboral				

Variable 2: Competitividad empresarial

Definición conceptual

Stoner (2013) define: “La competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico” (p. 248).

Sallenave (2014) indica:

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. (p. 27).

Definición operacional

La siguiente investigación tendrá como instrumento de aplicación un cuestionario, este constará de 24 preguntas – todas ellas cerradas – estas sujetas a cuatro dimensiones denominadas: Ventaja competitiva, innovación, productividad y rentabilidad.

Siendo importante mencionar que, cada dimensión de esta investigación tendrá 3 indicadores lo que se evidenciará en la tabla 3.

Tabla 3

Operacionalización de la variable competitividad empresarial

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Ventaja competitiva	- Misión y visión	Del 1 al 6	1= Nunca	
	- Objetivos, estrategias			
Innovación	- Diferenciación	Del 7 al 12	2= Casi nunca	Bajo
	- Proceso			Medio
	- Sistema			Alto
Productividad	- Producto	Del 13 al 18	3= A veces	
	- Rendimiento			
	- Nivel de eficiencia en los procesos			4= Casi siempre
	- Volumen de ventas			5= Siempre
Rentabilidad	- Toma de decisiones gerenciales	Del 19 al 24		
	- Rentabilidad económica			
	- Rendimiento del patrimonio			

3.5. Métodos y técnicas de investigación

Métodos de investigación

La presente investigación plantea el uso del método cuantitativo o tradicional ya que consiste en la medición de características, asimismo por generalizar los resultados obtenidos luego del análisis de datos, además de establecer la correlación de las variables de estudio. Además, el método de esta investigación es el deductivo, el cual analiza teoremas o principios universales para aplicarlos posteriormente a hechos particulares; por lo que se dice que parte de lo general a lo particular.

Técnica de investigación

La presente investigación usaría como principal técnica de recolección de datos, el cuestionario que recogen información para ser analizadas estadísticamente y medir las variables de estudio.

Arias (2006) define “El cuestionario es una modalidad de encuesta. Se realiza de forma escrita con serie de preguntas” (p. 72).

Descripción de los instrumentos utilizados

El instrumento principal de esta investigación para la recolección de datos es el cuestionario. El cuestionario está compuesto por 24 ítems para la variable responsabilidad social y 24 ítems para la variable competitividad empresarial, siendo un total de 48 ítems, que será aplicado a los colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L.

El procedimiento que hicimos para realizar el cuestionario fue primero verificar la cantidad de colaboradores en la organización, por lo que se concluyó aplicarlos a todos por tener una cantidad limitada.

Realizamos el cuestionario y la comunidad respondió correctamente a las preguntas que formulamos acerca de la responsabilidad social empresarial y la competitividad. En el siguiente capítulo explicaremos los resultados que se recolectaron en los distintos sectores.

Hernández et al. (2014) deduce:

Las preguntas cerradas contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas. Es decir, se presentan las posibilidades de respuesta a los participantes, quienes deben acotarse a éstas. Pueden ser dicotómicas (dos posibilidades de respuesta) o incluir varias opciones de respuesta. (p. 217).

Hernández et al. (2014) señala:

La escala de Likert consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala, a cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. (p. 238).

Dichos instrumentos se pasan a describir a continuación:

Instrumento I: Cuestionario de responsabilidad social

Ficha Técnica

Nombre	: Cuestionario de responsabilidad social
Autor	: Fiorella Elizabeth Rodriguez Cisneros y Katia Lorena Saldaña Apolitano
Procedencia	: Perú
Año	: 2019
Administración	: Individual
Duración	: Sin límite de tiempo
Aplicación	: Colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L
Materiales	: Hoja de aplicación y lapicero

Descripción:

El cuestionario aplicado es un instrumento que sirve para medir cuatro dimensiones de la responsabilidad social: Compromiso organizacional, desarrollo sostenible, calidad de vida laboral y bienestar social. Este instrumento consta de 24 ítems, de los cuales 6 son para la dimensión compromiso organizacional, 6 ítems para la dimensión desarrollo sostenible, 6 ítems para la dimensión calidad de vida laboral y 6 ítems para la dimensión bienestar social. Para la escala de respuestas se utiliza la escala representada por Likert conformada por cinco opciones, donde el número uno representa la opción de nunca y el cinco la opción de siempre. El puntaje máximo por este instrumento es de 120 puntos.

Normas de aplicación

El instrumento se debe efectuar de manera individual y presencial, donde la persona evaluada debe marcar 5 posibles respuestas a cada premisa, recalcando la confidencialidad de los resultados serán confidenciales. Teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

Normas de calificación

Para calificar los resultados, se debe sumar los totales de cada variable para obtener un resultado general por el instrumento empleado, luego se puede exportar a un programa estadístico y determinar el nivel de la responsabilidad social.

Instrumento II: Cuestionario de competitividad empresarial

Ficha Técnica

Nombre	: Cuestionario de competitividad empresarial
Autor	: Fiorella Elizabeth Rodriguez Cisneros y Katia Lorena Saldaña Apolitano
Procedencia	: Perú
Año	: 2019
Administración	: Individual
Duración	: Sin límite de tiempo
Aplicación	: Colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L
Materiales	: Hoja de aplicación y lapicero

Descripción:

El cuestionario aplicado es un instrumento que sirve para medir cuatro dimensiones de la competitividad empresarial: Ventaja competitiva, innovación, productividad y rentabilidad. Este instrumento consta de 24 ítems, de los cuales 6 son para la dimensión ventaja competitiva, 6 ítems para la dimensión innovación, 6 ítems para la dimensión productividad y 6 ítems para la dimensión rentabilidad. Para la escala de respuestas se utiliza la escala representada por Likert conformada por cinco opciones, donde el número uno representa la opción de nunca y el cinco la opción de siempre. El puntaje máximo por este instrumento es de 120 puntos.

Normas de aplicación

El instrumento se debe efectuar de manera individual y presencial, donde la persona evaluada debe marcar 5 posibles respuestas a cada premisa, recalcando la confidencialidad de los resultados serán confidenciales. Teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

Normas de calificación

Para calificar los resultados, se debe sumar los totales de cada variable para obtener un resultado general por el instrumento empleado, luego se puede exportar a un programa estadístico y determinar el nivel de la competitividad empresarial.

3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos recabados en esta investigación se analizaron con la utilización de la técnica estadística, a través de la elaboración de tablas y gráficos. Del mismo modo, los datos obtenidos serán demostrados mediante cuadros y gráficos estadísticos, siguiendo el orden de los ítems que figuran en el cuestionario, por último, se procesaron los datos en el programa estadístico SPSS.

El presente análisis se rigió a los siguientes pasos:

Para la consolidación de los datos que se obtuvieron, se sometió toda la base de datos al programa estadístico SPSS, para determinar las correlaciones que surgieron entre ambas variables principales y las dimensiones.

Asimismo, para evaluar el comportamiento de los datos obtenidos y validar posibles y principales problemas en ellos, se pasó a elaborar análisis exploratorios, y gracias a dicho análisis se contrastó algunos ítems que

contribuyen al objeto de la investigación (valores perdidos, valores externos, etc.).

Por otro lado, para el análisis descriptivo de las variables, se obtuvieron puntajes para posteriormente organizar las medias, varianzas, desviación típica, máximo, mínimos, además de la distribución que existe y la confiabilidad requerida.

Finalmente se presentó tablas y figuras por cada variable y dimensiones según corresponde con su interpretación respectiva, se reflexionó y discutió sobre los resultados obtenidos y a su vez, se construyó conclusiones y recomendaciones sobre los resultados.

Validez del instrumento

Validez del instrumento de la primera variable responsabilidad social

El instrumento fue validado a través de criterios de jueces, expertos en la metodología, los cuales determinaron la validez del mismo. A continuación, se presenta los resultados.

Tabla 4

Resultados de la validación del cuestionario responsabilidad social

Validador	Experto	Aplicabilidad
Segundo Zoilo Vásquez	Estadístico	Aplicable
Jorge Alonso Ramos Chang	Temático	Aplicable
Wilber H. Flores Vilca	Metodológico	Aplicable

Nota: Se obtuvo de los certificados de validez

Análisis de fiabilidad del instrumento

Análisis de fiabilidad del instrumento responsabilidad social

Para determinar la confiabilidad se utilizó la prueba Alfa de Cronbach en vista que el cuestionario tiene escala politómica.

Tabla 5

Índice de consistencia interna mediante alfa de cronbach para el cuestionario de responsabilidad social

Alfa de Cronbach	N de ítems
0,817	24

Como se puede apreciar, el resultado tiene un valor α de 0.817, lo que indica que este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad, validando su uso para el análisis de los datos, tal como se muestra en la tabla 5.

Validez del instrumento

Validez del instrumento de la segunda variable competitividad empresarial

El instrumento fue validado a través de criterios de jueces, expertos en el tema, los cuales determinaron la validez del mismo. A continuación, se presenta los resultados.

Tabla 6

Resultados de la validación del cuestionario competitividad empresarial

Validador	Experto	Aplicabilidad
Segundo Zoilo Vásquez	Estadístico	Aplicable
Jorge Alonso Ramos Chang	Temático	Aplicable
Wilber H. Flores Vilca	Metodológico	Aplicable

Nota: Se obtuvo de los certificados de validez

Análisis de fiabilidad del instrumento

Análisis de fiabilidad del instrumento competitividad empresarial

Para determinar la confiabilidad se utilizó la prueba Alfa de Cronbach en vista que el cuestionario tiene escala politómica.

Tabla 7

Índice de consistencia interna mediante alfa de cronbach para el cuestionario de competitividad empresarial

Alfa de Cronbach	N de ítems
0,864	24

Como se puede apreciar, el resultado tiene un valor α de 0.864, lo que indica que este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad, validando su uso para el análisis de los datos, tal como se muestra en la tabla 7.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS
RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos e inferenciales

Resultados descriptivos de la primera variable

Tabla 8

Resultados de la distribución de frecuencias y porcentajes de la variable responsabilidad social

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	9	30
Media	15	50
Alta	6	20
Total	30	100

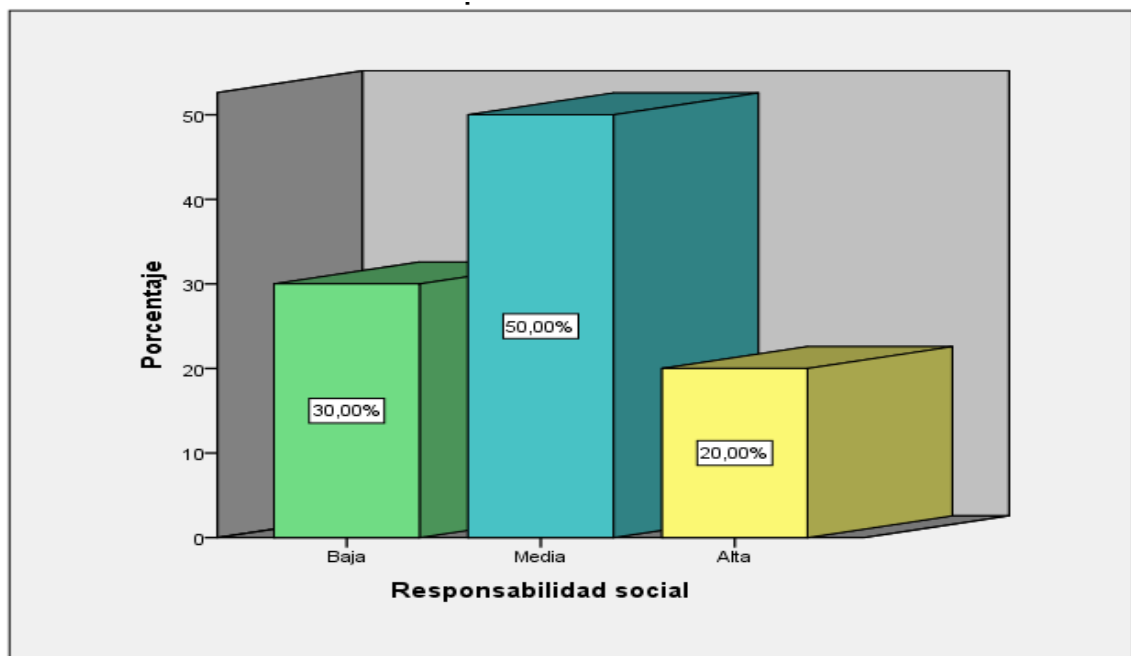


Figura 3. Distribución porcentual de la variable responsabilidad social

En la tabla 8 y figura 3 se aprecia que 15 colaboradores que representan el 50% considera a la variable responsabilidad social como un nivel medio, 9 de los colaboradores encuestados que representan el 30% lo consideran bajo y 6 colaboradores encuestados que equivalen al 20% consideran a la responsabilidad social en un nivel alto.

Resultados descriptivos de las dimensiones de la primera variable

Tabla 9

Resultado descriptivo de la dimensión compromiso organizacional

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	10	33,3
Media	14	46,7
Alta	6	20,0
Total	30	100,0

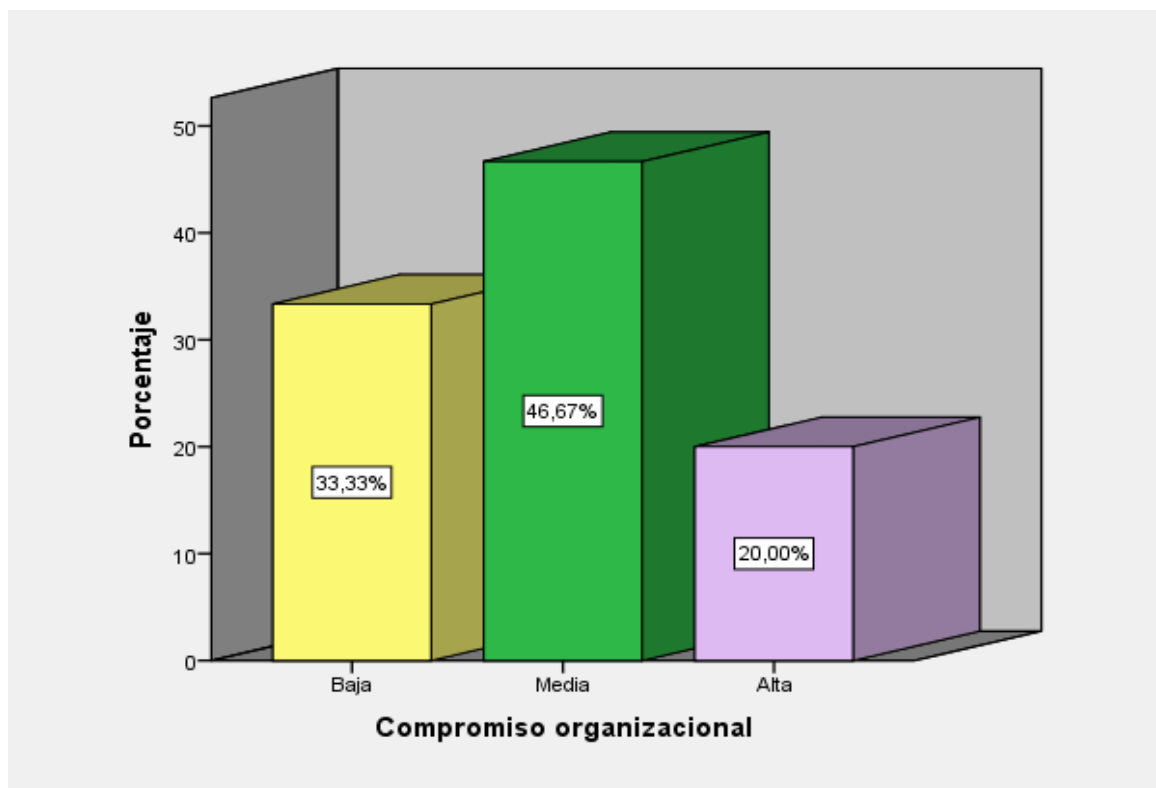


Figura 4. Resultado porcentual de la primera dimensión compromiso organizacional.

En la figura 4 se aprecia que 14 colaboradores que representa el 46.67% considera a la dimensión compromiso organizacional como un nivel medio, 10 de los colaboradores encuestados que representan el 33.33% lo consideran bajo y 6 colaboradores encuestados que equivalen al 20% consideran al compromiso organizacional en un nivel bajo.

Tabla 10

Resultado descriptivo de la dimensión desarrollo sostenible

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	10	33,3
Media	15	50,0
Alta	5	16,7
Total	30	100,0

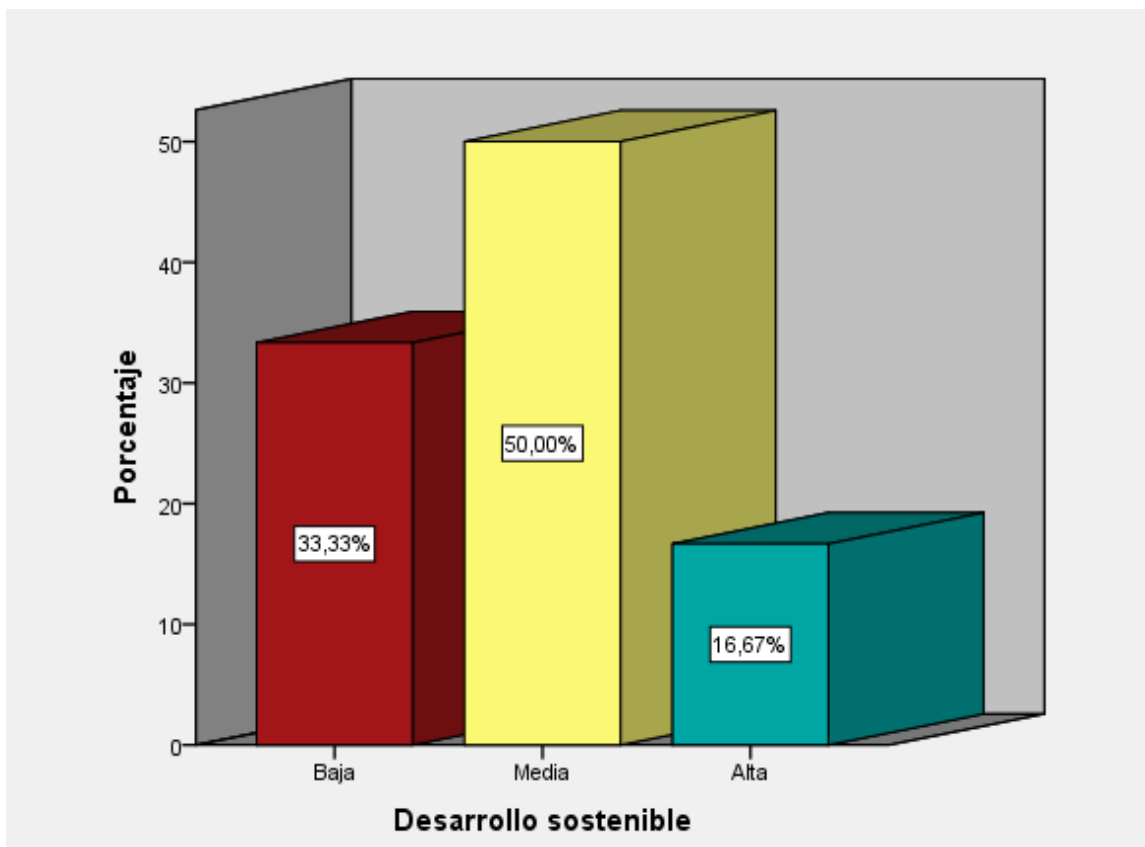


Figura 5. Resultado porcentual de la segunda dimensión desarrollo sostenible.

En la tabla 10 se aprecia que 15 colaboradores que representan el 50% consideran a la dimensión desarrollo sostenible como un nivel medio, 10 de los colaboradores encuestados que representan el 33.33% lo consideran bajo y 5 colaboradores encuestados que equivalen al 16.67% consideran al desarrollo sostenible en un nivel alto.

Tabla 11

Resultado descriptivo de la dimensión calidad de vida laboral

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	8	26,7%
Media	17	56,7%
Alta	5	16,7%
Total	30	100,0%

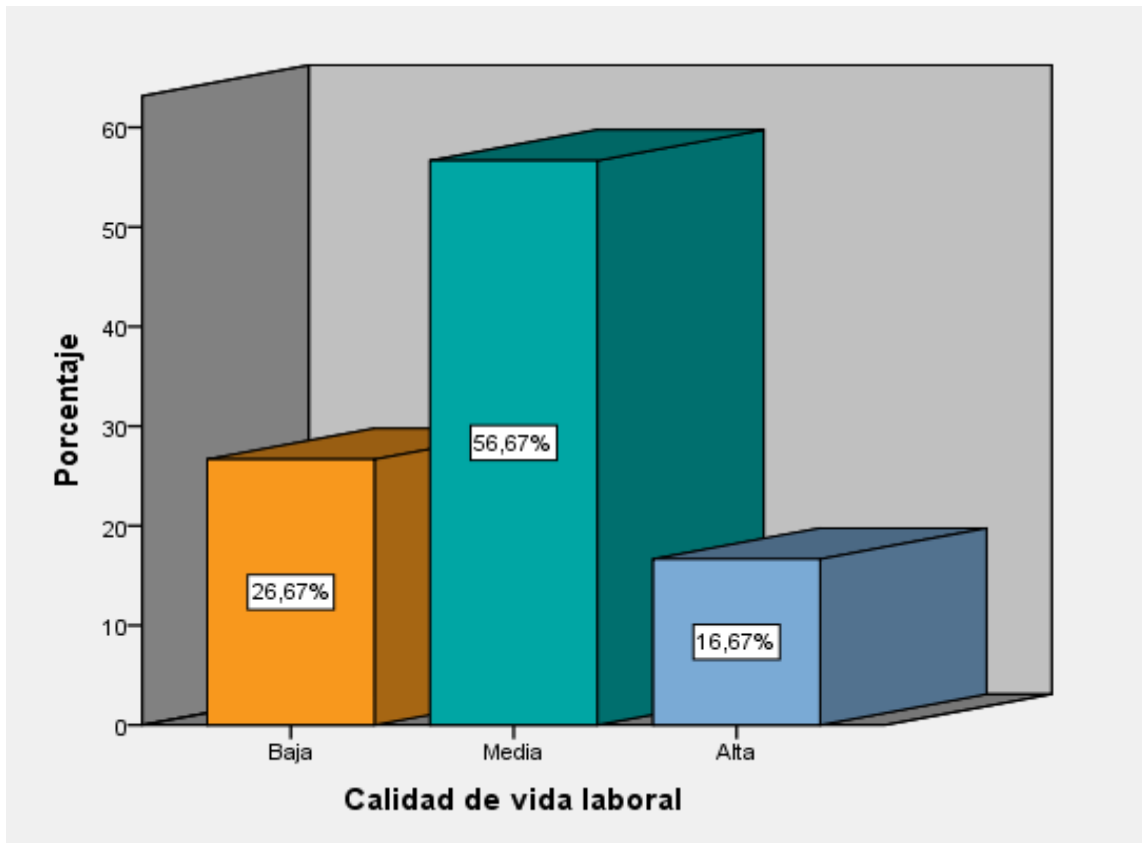


Figura 6. Resultado porcentual de la tercera dimensión calidad de vida laboral.

En la tabla 11 se aprecia que 17 colaboradores que representan el 56.67% consideran a la dimensión calidad de vida laboral como un nivel medio, 8 de los colaboradores encuestados que representan el 26.67% lo consideran bajo y 5 colaboradores encuestados que equivalen al 16.67% consideran a la calidad de vida laboral en un nivel alto.

Tabla 12

Resultado descriptivo de la dimensión bienestar social

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	8	26,7
Media	16	53,3
Alta	6	20,0
Total	30	100,0

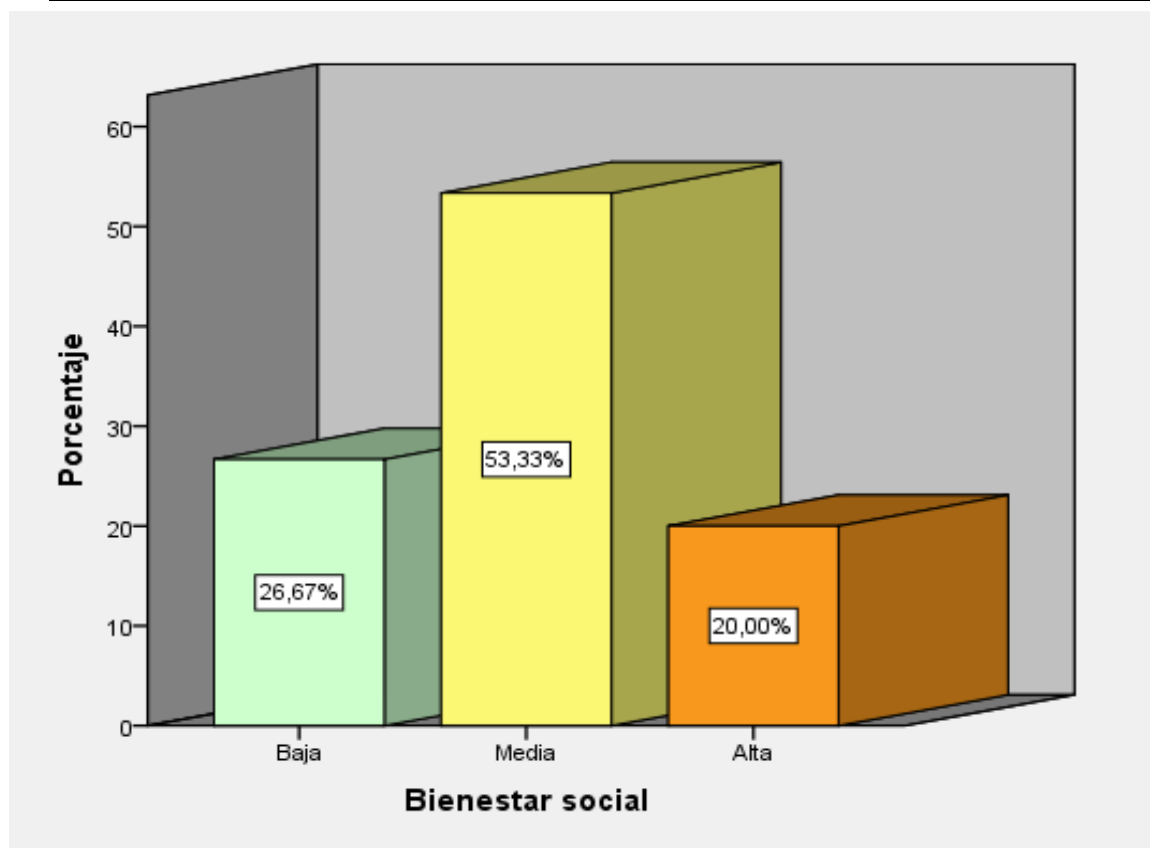


Figura 7. Resultado porcentual de la cuarta dimensión bienestar social.

En la tabla 12 se aprecia que 16 colaboradores que representan el 53.33% consideran a la dimensión bienestar social como un nivel medio, 8 de los colaboradores encuestados que representan el 26.67% lo consideran bajo y 6 colaboradores encuestados que equivalen al 20% consideran al bienestar social en un nivel alto.

Resultados descriptivos de la segunda variable

Tabla 13

Resultado descriptivo de la variable competitividad empresarial

Nivel	Frecuencia	Porcentaje%
Baja	8	26,67
Media	16	53,3
Alta	6	20,0
Total	30	100,0

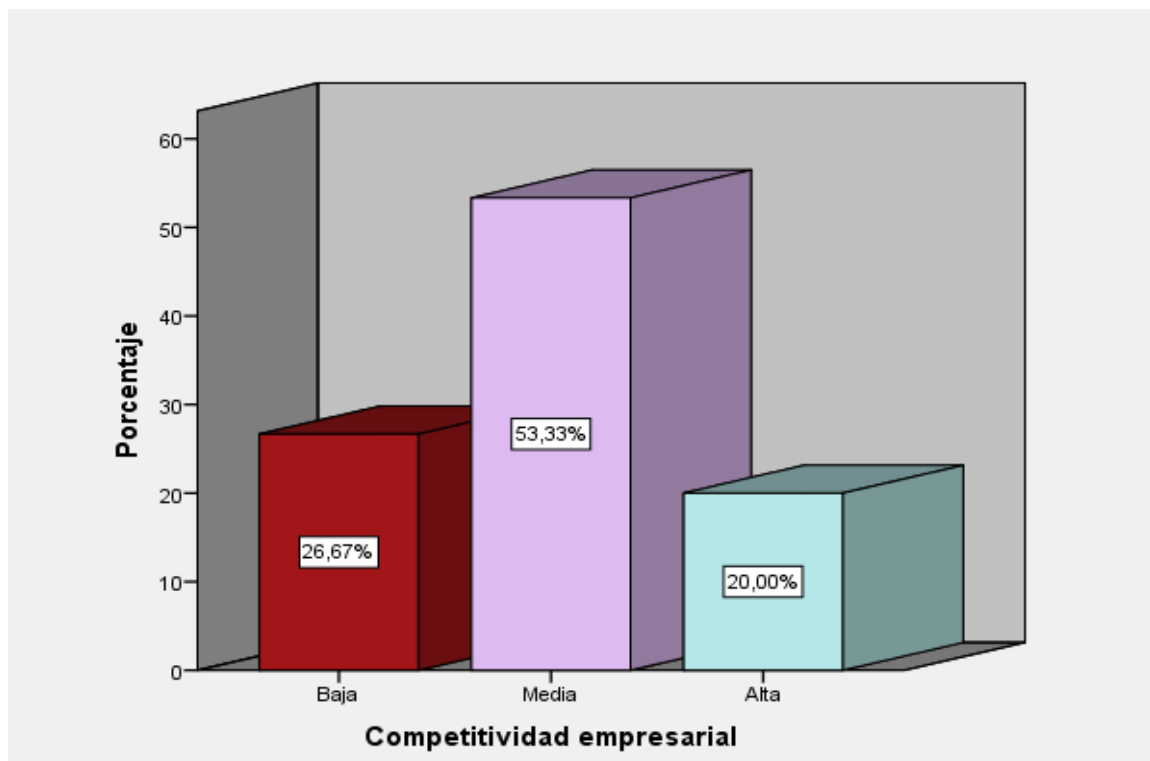


Figura 8. Distribución porcentual de la variable competitividad empresarial

En la tabla 13 se aprecia que 16 colaboradores que representan el 53,33% consideran a la variable competitividad empresarial como un nivel medio, 6 de los colaboradores encuestados que representan el 20% consideran un nivel alto y por último 8 colaboradores encuestados que equivalen al 26,67% consideran a la competitividad empresarial un nivel bajo.

Resultados descriptivos de las dimensiones de la segunda variable

Tabla 14

Resultado descriptivo de la dimensión ventaja competitiva

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	8	26,7
Media	15	50,0
Alta	7	23,3
Total	30	100,0

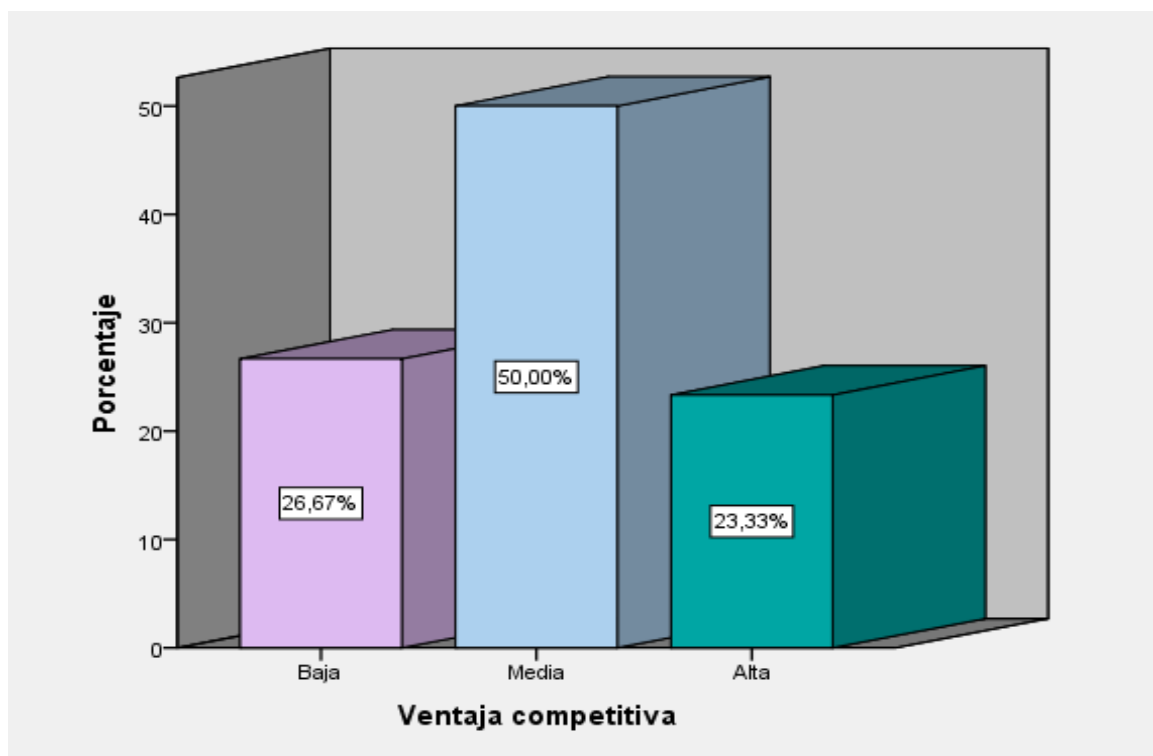


Figura 9. Resultado de la dimensión ventaja competitiva.

En la tabla 14 se aprecia que 15 colaboradores que representan el 50% consideran a la dimensión ventaja competitiva como un nivel medio, 8 de los colaboradores encuestados que representan el 26.67% lo consideran bajo y 7 colaboradores encuestados que equivalen al 23.33% consideran a la ventaja competitiva en un nivel alto.

Tabla 15

Resultado descriptivo de la dimensión innovación

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	7	23,3
Media	18	60,0
Alta	5	16,7
Total	30	100,0

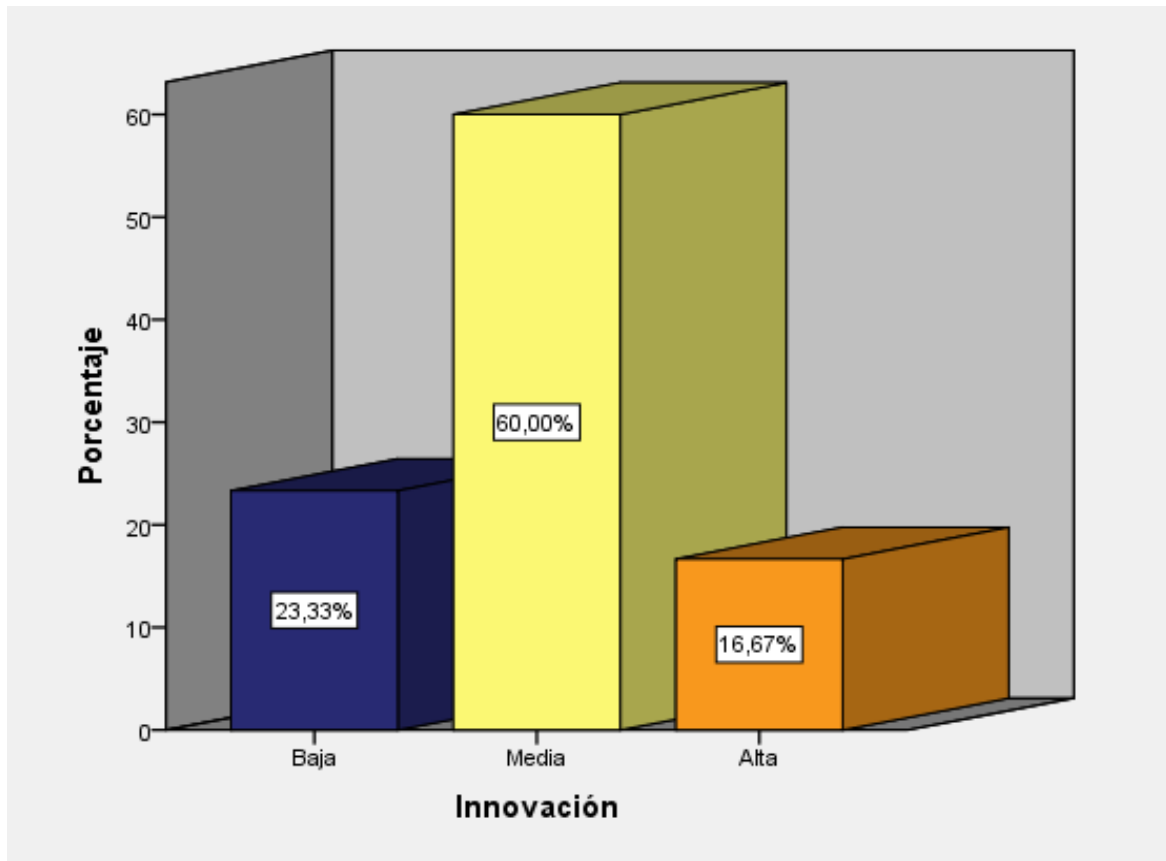


Figura 10. Resultado de la dimensión innovación.

En la tabla 15 se aprecia que 18 colaboradores que representan el 60% consideran a la dimensión innovación como un nivel medio, 7 de los colaboradores encuestados que representan el 23.33% lo consideran bajo y 5 colaboradores encuestados que equivalen al 16.67% consideran a la innovación en un nivel alto.

Tabla 16

Resultado descriptivo de la dimensión productividad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	8	26,7
Media	17	56,7
Alta	5	16,7
Total	30	100,0

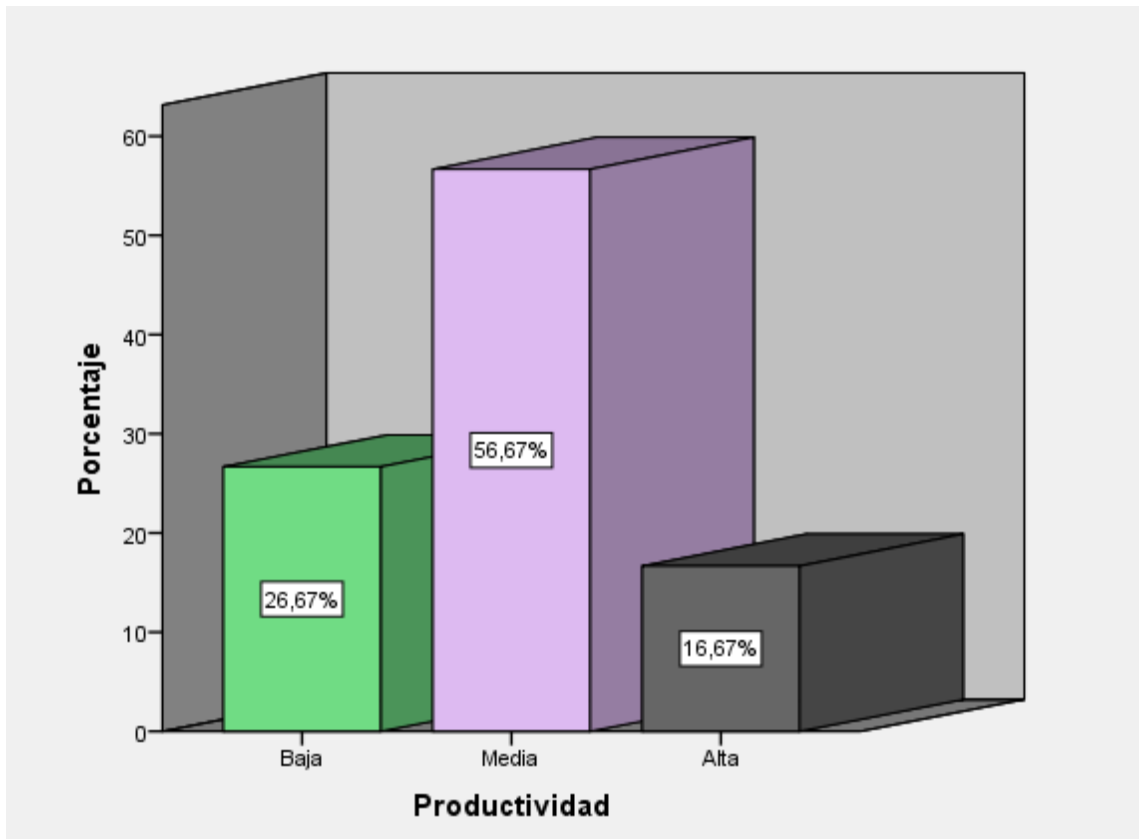


Figura 11. Resultado de la dimensión productividad.

En la tabla 16 se aprecia que 17 colaboradores que representan el 56,67% consideran a la dimensión productividad como un nivel medio, 8 de los colaboradores encuestados que representan el 26.67% lo consideran bajo y 5 colaboradores encuestados que equivalen al 16.67% consideran a la productividad en un nivel alto.

Tabla 17

Resultado descriptivo de la dimensión rentabilidad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje %
Baja	8	26,7
Media	16	53,3
Alta	6	20,0
Total	30	100,0

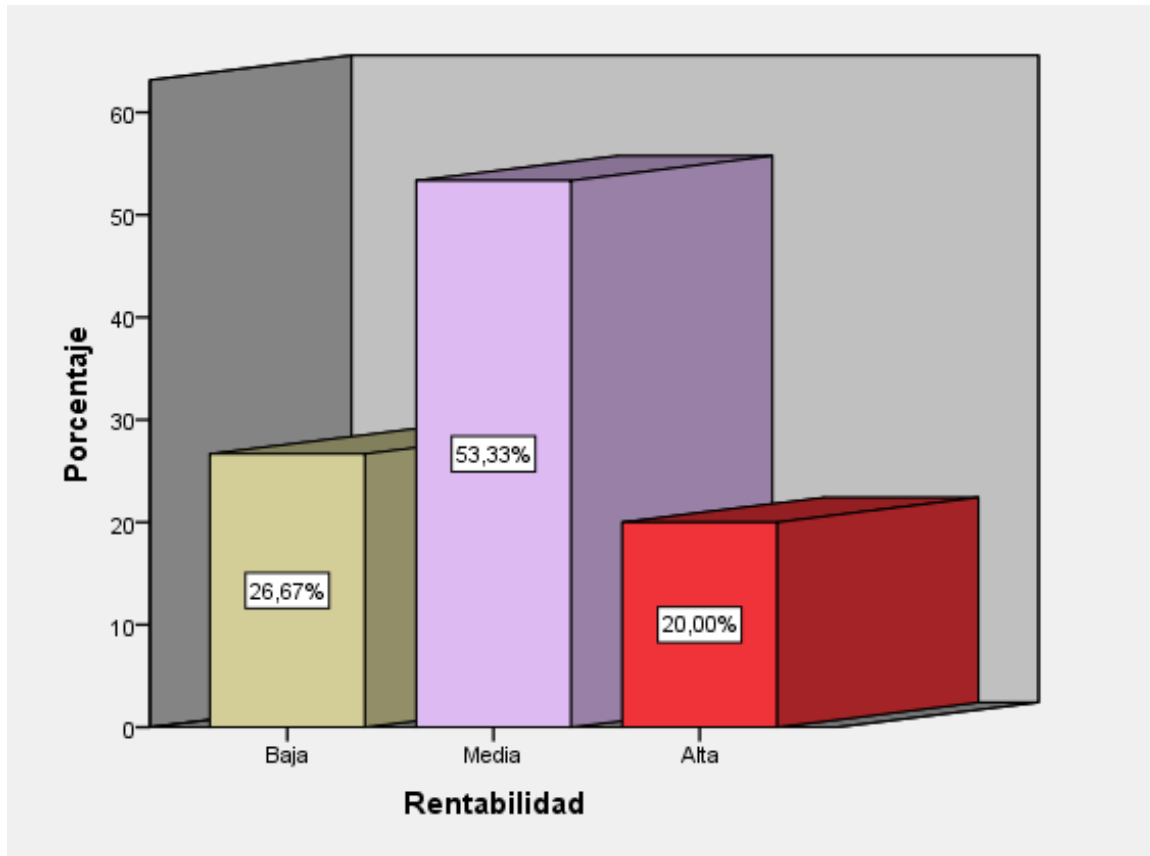


Figura 12. Resultado de la dimensión rentabilidad.

En la tabla 17 se aprecia que 16 colaboradores que representan el 53,33% consideran a la dimensión rentabilidad como un nivel medio, 8 de los colaboradores encuestados que representan el 26.67% lo consideran bajo y 6 colaboradores encuestados que equivalen al 20% consideran a la rentabilidad en un nivel alto.

Análisis descriptivo de las variables relacionadas

Tabla 18

Distribución de frecuencias y porcentajes de las variables relacionadas responsabilidad social y competitividad empresarial

		Competitividad empresarial							
		Baja		Media		Alta		Total	
		Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Responsabilidad social	Baja	6	20,0%	2	6,7%	1	3,3%	9	30,0%
	Media	2	6,7%	10	33,3%	3	10,0%	15	50,0%
	Alta	0	0,0%	4	13,3%	2	6,7%	6	20,0%
Total		8	26,7%	16	53,3%	6	20,0%	30	100,0%

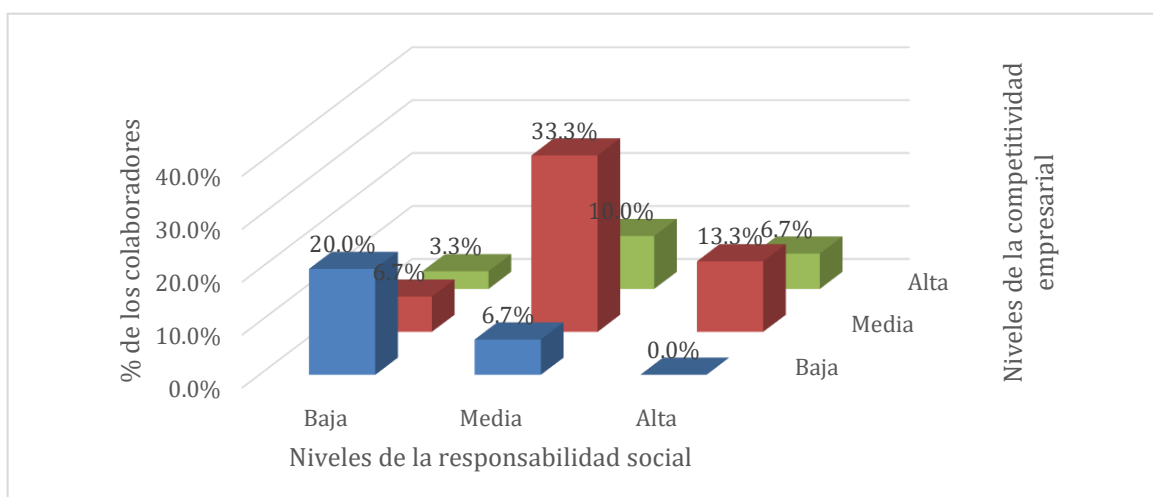


Figura 13. Distribución de porcentajes de la relación de las variables responsabilidad social y competitividad empresarial.

La tabla 18 y figura 13 muestran la descripción referente a las variables responsabilidad social y competitividad empresarial, donde se observa que el 20.0% de colaboradores perciben como bajo la relación entre dichas variables. Asimismo, 33.3% de los encuestados refieren que esta relación es a un nivel medio, mientras que el 6.7% de encuestados afirman que esta relación es alta; esta tendencia muestra que existe relación directa entre las variables, lo cual se verificará con la respectiva prueba de hipótesis.

Resultados inferenciales

Prueba de normalidad para la variable de estudio

H₀. La distribución de la variable competitividad empresarial es paramétrica.

H_a. La distribución de la variable competitividad empresarial no es paramétrica.

Considerándose como nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$).

Asimismo, la regla de decisión es la mostrada a continuación:

Si $\rho=\text{sig} \geq 0.05 \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula.

Si $\rho=\text{sig} < 0.05 \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 19

Resultado de la prueba de normalidad de la variable de estudio

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Competitividad empresarial	,144	30	,114	,938	30	,079

En la tabla 19, se puede observar los resultados de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, el puntaje afirma que la variable competitividad empresarial presenta una distribución normal, ya que el coeficiente obtenido es significativo ($0.079 > 0.05$); dicho resultado permite determinar la aceptación de la hipótesis nula, por lo tanto, la prueba estadística a usarse debe ser paramétrica, para el caso se aplicó la prueba de Pearson.

4.2. Contrastación de hipótesis

Prueba de hipótesis general

Ho: No existe relación significativa entre la responsabilidad social y competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la responsabilidad social y competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$).

Regla de decisión: Si $p \geq 0.05 \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula.

Si $p < 0.05 \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 20

Resultado de la correlación entre responsabilidad social y competitividad empresarial

		Responsabilidad social	Competitividad empresarial
Responsabilidad social	Correlación de Pearson	1	,600**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	30	30
Competitividad empresarial	Correlación de Pearson	,600**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	30	30

De acuerdo a la tabla 20, se puede observar los resultados de correlación entre las variables responsabilidad social y competitividad empresarial en una R de Pearson que asciende a 0,600, con un nivel de significancia $p=0,000$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva moderada entre las variables responsabilidad social y competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

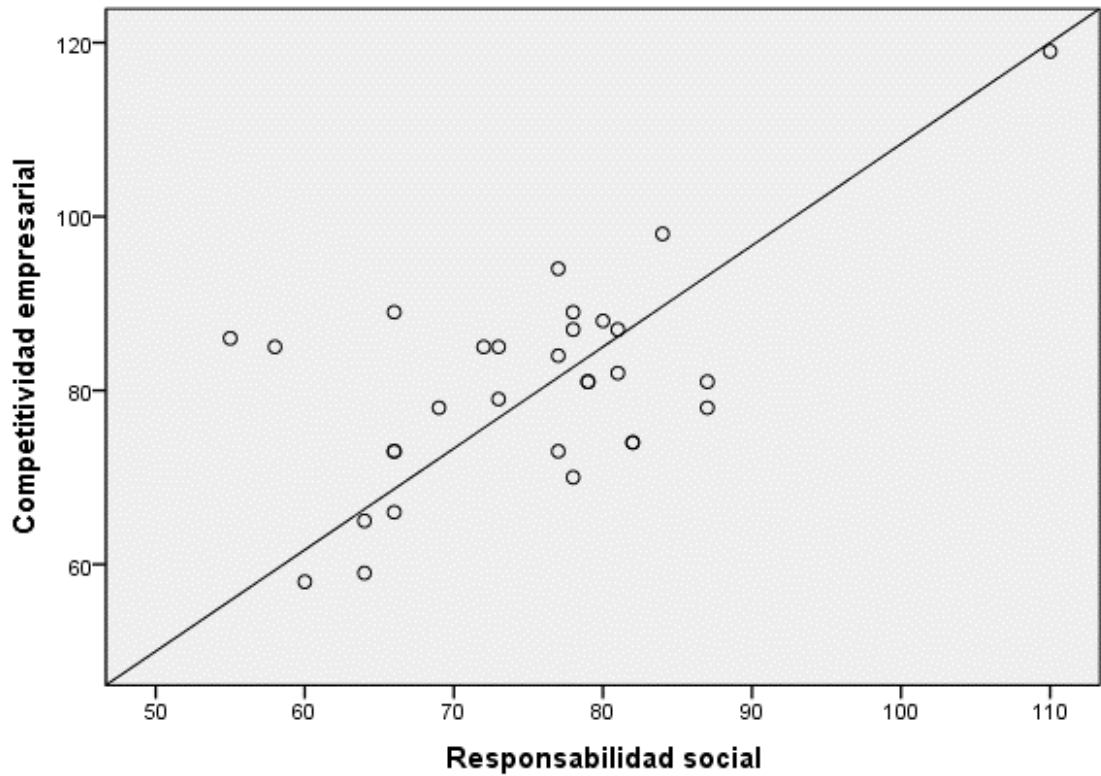


Figura 14. Gráfico de dispersión de las variables responsabilidad social y competitividad empresarial

En la figura 14, se observa una correlación positiva directa, es decir a mayores puntajes de la responsabilidad social, mayores serán los puntajes de la competitividad empresarial

Contrastación de hipótesis específicas

Prueba de hipótesis específica 1

Ho: No existe relación significativa entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$).

Regla de decisión: Si $p \geq 0.05 \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula.

Si $p < 0.05 \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 21

Resultado de la correlación entre la dimensión compromiso organizacional y la competitividad empresarial

		Compromiso organizacional	Competitividad empresarial
Compromiso organizacional	Correlación de Pearson	1	,487**
	Sig. (bilateral)		.006
	N	30	30
Competitividad empresarial	Correlación de Pearson	,487**	1
	Sig. (bilateral)	.006	
	N	30	30

En la tabla 21, se puede observar los resultados de correlación entre la dimensión compromiso organizacional y la variable competitividad empresarial, en una R de Pearson que asciende a 0,487, con un nivel de significancia $p=0,006$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión compromiso organizacional y la variable competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Contrastación de hipótesis específica 2

Ho: No existe relación significativa entre la dimensión desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la dimensión desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$).

Regla de decisión: Si $p \geq 0.05 \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula.

Si $p < 0.05 \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 22

Resultado de la correlación entre la dimensión desarrollo sostenible y la competitividad empresarial

		Desarrollo sostenible	Competitividad empresarial
Desarrollo sostenible	Correlación de Pearson	1	,544**
	Sig. (bilateral)		.002
	N	30	30
Competitividad empresarial	Correlación de Pearson	,544**	1
	Sig. (bilateral)	.002	
	N	30	30

De acuerdo a la tabla 22, se puede observar los resultados de correlación entre la dimensión desarrollo sostenible y la variable competitividad empresarial, en una R de Pearson que asciende a 0,544, con un nivel de significancia $p=0,002$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión desarrollo sostenible y la variable competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Contrastación de hipótesis específica 3

Ho: No existe relación significativa entre la dimensión calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la dimensión calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$).

Regla de decisión: Si $p \geq 0.05 \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula.

Si $p < 0.05 \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 23

Resultado de la correlación entre la dimensión calidad de vida laboral y la competitividad empresarial

		Calidad de vida laboral	Competitividad empresarial
Calidad de vida laboral	Correlación de Pearson	1	,402*
	Sig. (bilateral)		.028
	N	30	30
Competitividad empresarial	Correlación de Pearson	,402*	1
	Sig. (bilateral)	.028	
	N	30	30

De acuerdo con la tabla 23, se puede observar los resultados de correlación entre la dimensión calidad de vida laboral sostenible y la variable competitividad empresarial, en una R de Pearson que asciende a 0,402, con un nivel de significancia $p=0,028$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión calidad de vida laboral y la variable competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Contrastación de hipótesis específica 4

Ho: No existe relación significativa entre la dimensión bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Ha: Existe relación significativa entre la dimensión bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha=0,05$).

Regla de decisión: Si $p \geq 0.05 \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula.

Si $p < 0.05 \rightarrow$ se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 24

Resultado de correlación entre la dimensión bienestar social y la competitividad empresarial

		Bienestar social	Competitividad empresarial
Bienestar social	Correlación de Pearson	1	,508**
	Sig. (bilateral)		.004
	N	30	30
Competitividad empresarial	Correlación de Pearson	,508**	1
	Sig. (bilateral)	.004	
	N	30	30

De acuerdo con la tabla 24, se puede observar los resultados de correlación entre la dimensión bienestar social y la variable competitividad empresarial, en una R de Pearson que asciende a 0,508, con un nivel de significancia $p=0,004$ que es menor al 0,05 lo cual significa que existe una correlación positiva moderada entre las variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión bienestar social y la variable competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019.

CAPÍTULO V
DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

5.1. Discusiones

En la actualidad, ha incrementado la ejecución de la responsabilidad social en las organizaciones, es así como las empresas han identificado que la responsabilidad social es fundamental para la cultura de la organización y para la ventaja competitiva que logran en el mercado, pero en algunas empresas aún no toman conciencia de los resultados que se puedan dar si es que aplican responsabilidad social con los colaboradores, medio ambiente, comunidad, clientes y proveedores.

La responsabilidad social ha generado en los colaboradores un medio de motivación, que permite fortalecer el compromiso organizacional en la empresa y así poder cumplir con los objetivos organizacionales. Por ello es conveniente que se aplique la responsabilidad social para atraer, retener a los stakeholders; obteniendo como resultado la competitividad empresarial.

Ante este fundamento, se ha realizado el presente trabajo de investigación; siendo el objetivo general, determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019. Se puede decir que dichos resultados obtenidos son favorables según las pruebas estadísticas aplicadas; por lo tanto, se concluye que las variables responsabilidad social y competitividad empresarial se relacionan, esto quiere decir que, existe relación entre la responsabilidad social y competitividad empresarial en la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019. A su vez se percibe que a mayor responsabilidad social en sus actividades será mayor la ventaja competitiva, para tal efecto, dichos resultados comparten similitudes con los antecedentes de Flores y Silva (2018) "La responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys - Chiclayo 2016", cuyo objetivo fue diseñar estrategias de responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys, es decir, indagará acerca de las actividades que tiene la carencia de responsabilidad social, concluyendo que al ejecutar un plan de responsabilidad social empresarial obtienes más reconocimiento en el mercado realizando programas de beneficio

social.

De acuerdo con este resultado, permite señalar que la responsabilidad social que se gestiona en la empresa u organización es fundamental e importante para beneficio mismo, puesto que ello ayuda a obtener ventaja competitiva en la empresa, así mismo identificar qué tipo de actividades responsables es la más idónea que se le brinde al colaborador, medio ambiente y comunidad ya que estos no solo buscan ser compensados económicamente, sino también de forma organizacional mediante capacitaciones, programas, talleres.

Asimismo, respecto al primer objetivo específico, determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. se ha delimitado que las prácticas de responsabilidad social se relacionan significativamente con la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. A su vez los colaboradores consideran que deberían implementar acciones de responsabilidad social, para que de esta manera haya mayor competitividad empresarial, para tal efecto, dichos resultados comparten similitudes con los antecedentes de Giménez (2014) “El fortalecimiento de las empresas mediante la aplicación de la responsabilidad social empresarial en la ciudad de Coronel Oviedo”, cuyo objetivo fue analizar el fortalecimiento de las empresas de servicios a través de la aplicación de la responsabilidad social empresarial en la ciudad de Coronel Oviedo, concluyendo que la empresa responsable, se convierte en una entidad más eficiente manejando mejor los procesos, recursos materiales y humanos, asimismo las políticas y programas aumentan el rendimiento de las mismas organizaciones, reduce costos, se convierten atractivas en el mercado y potencian la preferencia y fidelización de los clientes, convirtiéndose en una empresa competitiva.

De acuerdo con este resultado, permite analizar que los colaboradores no solo buscan tener actividades fijas, sino también buscan otro tipo de capacitación de actividades responsables; y de esa manera fortalecer la competitividad empresarial a través de acciones que fomentan el compromiso

organizacional.

De igual modo, respecto al segundo objetivo específico, determinar la relación que existe entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. se ha delimitado que el desarrollo sostenible influye significativamente con la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. A su vez se percibe que, a mayor crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y el bienestar social, también será mayor la competitividad empresarial, para tal efecto, estos datos se ven respaldados con el antecedente de Fernández, Jiménez y Fernández (2015) "Responsabilidad social empresarial y su impacto competitivo en las Pymes del Perú" cuyo objetivo determinar si la responsabilidad social empresarial genera un impacto competitivo en las Pymes del Perú, concluyendo que para que la RSE se implemente al interior y exterior de una empresa deberá contribuir en el desarrollo sostenible beneficiando a los colaboradores, medio ambiente y comunidad y por ende reflejará en su nivel de competitividad visualizando el impacto que genera en el mercado.

De acuerdo con este argumento, permite señalar que el desarrollo sostenible organizacional es importante y necesario para los colaboradores, medio ambiente y comunidad ya que aplicando el desarrollo contribuimos con el crecimiento económico y la globalización. Asimismo, los trabajadores esperan que la empresa contribuya en beneficio con el medio ambiente y aplicando lo correcto involucran al éxito de la organización venciendo grandes desafíos y combatiendo los problemas para evitar contaminación al planeta a través de acciones responsables.

Además, respecto al tercer objetivo específico, determinar la relación que existe entre calidad de vida laboral y la competitividad en Pro Premix Nutrición S.R.L. se ha determinado que la calidad de vida laboral influye significativamente con la competitividad laboral en Pro Premix Nutrición S.R.L. Asimismo, se percibe que los colaboradores valoran calidad de vida laboral en la organización y a su vez se impulsaría a la competitividad empresarial, estos datos se ven respaldados con el antecedente de Cisneros (2017) "Mecanismos

para la práctica de la responsabilidad social empresarial en las empresas” cuyo objetivo fue identificar la relevancia de la implementación de prácticas que promueven la calidad de vida interna en el trabajo en la empresa ACE Seguros durante su periodo de implementación, concluyendo que la responsabilidad de la empresa va más allá del cumplimiento de la ley y la exigencia del mercado, más bien deben aportar beneficiando a sus colaboradores, mejora en su vida personal, familiar y social, ofreciendo buenas condiciones laborales y de salud a las personas que son parte de la organización.

De acuerdo con este argumento, permite señalar que la calidad de vida laboral influye significativamente en los colaboradores, puesto que en la actualidad hay muchos profesionales que están buscando laborar en un lugar que sea acogedor, buen clima laboral y sobre todo que la empresa se preocupe y considere al colaborador ya que todos esos factores influyen en la productividad del trabajo y por ende impacta en el nivel de competitividad de la organización a comparación de otras. una línea de carrera en las empresas donde laboran y valoran más que el hecho de percibir una remuneración salarial, ya que ejercer una línea de carrera aporta al perfil profesional del individuo, determinando que la compensación no financiera influye en el compromiso organizacional. Puesto que con la calidad de vida laboral se puede describir las experiencias individuales y grupales de los colaboradores en relación con las funciones que desarrollan en la organización.

Finalmente, respecto al cuarto objetivo específico, determinar la relación que existe entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L se ha determinado que el bienestar social influye significativamente con la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. A su vez se percibe que, a mayor bienestar social, será mayor la competitividad empresarial, estos datos se ven respaldados con el antecedente Díaz y Salazar (2018) “Responsabilidad social empresarial y competitividad en Trucha Dorada S.R.L Chota, Cajamarca” cuyo objetivo fue determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y competitividad en Trucha Dorada S.R.L- Chota, Cajamarca, concluyendo que la competitividad empresarial se da por la eficiencia en los procesos de producción ya que se

trata de dar calidad a los procesos de negocio lo que tiene como efecto la calificación de los colaboradores frente a la competencia, además influye en el bienestar social de las personas para gozar de buena calidad de vida.

De acuerdo con este argumento, permite señalar que el bienestar social es entendido como el conjunto de características o factores que los colaboradores describen de la organización y las empresas evalúen esas opiniones para mejorar y obtener ventaja competitiva.

5.2. Conclusiones

A raíz del análisis obtenido de los resultados del presente estudio de investigación, se concluye lo siguiente:

Primero. En consideración al objetivo general, determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., si se determinó la relación que existe entre ambas variables en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019. Puesto que, se percibe que a mayor responsabilidad social aplicada en prácticas responsables será mayor la competitividad empresarial; es por ello que la organización debe satisfacer a los colaboradores para que estos laboren en un ambiente laboral agradable y sucesivamente se desarrolle la competitividad empresarial, para esto es necesario que se capacite y desarrolle prácticas responsables, ya que los colaboradores no sólo buscan ser compensados económicamente, sino también de forma organizacional mediante capacitaciones, programas, talleres. Asimismo, la responsabilidad social empresarial (RSE), es una tendencia que va en aumento a nivel mundial. Cada día son más las empresas que se preocupan por desarrollar actividades que tengan un enfoque responsable con la comunidad; ya que esto trae consigo la obtención de beneficios como la fidelización de nuevos clientes y la creación de una ventaja competitiva.

Segundo. En consideración al objetivo específico, determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., se determinó que el compromiso organizacional si influye significativamente en la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019. En consecuencia, la organización debe seguir brindando un mejor cumplimiento con los colaboradores, motivando y velando por la seguridad en las actividades que estos realizan, ya que el 33.3% de trabajadores determina que el compromiso organizacional de la empresa con estos es baja, por lo que la organización debería ejercer la retroalimentación de jefes directos, distribución de los roles y funciones adecuadamente y velar por su seguridad de estos con uniformes e

implementos en buen estado, para que de esta manera puedan trabajar en óptimas condiciones y así haya mayor competitividad empresarial.

Tercero. En consideración al objetivo específico, determinar la relación que existe entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., se logró determinar que el desarrollo sostenible influye significativamente con la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019. Por consiguiente, se concluye que el 33.3% de colaboradores define que el desarrollo sostenible es bajo ya que la empresa no contribuye con el medio ambiente, no promueve el reciclaje de papel, cómo tampoco cuentan con tachos ecológicos dónde estos depositen los desechos, es por esto que la empresa debe aplicar algún factor en beneficio al medio ambiente para que haya mayor competitividad empresarial.

Cuarto. En consideración al objetivo específico, determinar la relación que existe entre la calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., se logró determinar que la calidad de vida laboral influye significativamente con la competitividad laboral en Pro Premix Nutrición S.R.L. En consecuencia, se percibe que el 26.7% de colaboradores señalan que la calidad de vida laboral es baja ya que la empresa no retribuye a los colaboradores mediante reconocimientos según su desempeño, asimismo, se observó que no se realiza capacitaciones al personal operativo, es por esto que la empresa debe ser énfasis en el personal para que estos estén satisfechos, motivados y tengan un buen rendimiento laboral y haya mayor competitividad empresarial.

Quinto. En consideración al objetivo específico, determinar la relación que existe entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., se logró determinar que el bienestar social influye significativamente con la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019. Por consiguiente, se concluye que el 26.7% de colaboradores determina que el bienestar social es bajo ya que la empresa no celebra sus logros y aprendizaje con todo el personal y asimismo se determinó que en la empresa se desarrolla un buen clima laboral, es por esto que la

empresa debe velar por su personal ya que estos contribuyen a la competitividad empresarial de la organización.

5.3. Recomendaciones

Primera. En relación con el objetivo general el cual permite determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019; la cual se determina que existe una relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Es recomendable que se aplique programas; utilizando criterios objetivos para desarrollar buenas prácticas de responsabilidad social en beneficio de los colaboradores, comunidad y medio ambiente, pues ello ayudará significativamente a que los colaboradores se sientan comprometidos con la empresa y puedan desempeñarse eficientemente en un ambiente agradable.

A su vez para poder aplicar programas que se enfoquen en la responsabilidad social se tendrá que contar con la aprobación del gerente administrativo y se deberá explicar los procedimientos que se deben establecer de manera responsable para que dichos programas se desarrollen con los colaboradores satisfactoriamente. Logrando así, el beneficio empresarial como la fidelización de clientes, menor rotación de personal, colaboradores motivados y de una manera generen ventaja competitiva.

Segunda. En relación con el primer objetivo específico, determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. se determinó que el compromiso organizacional influye significativamente con la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Por lo que se recomienda que se realice una encuesta a los colaboradores de forma confidencial, ya que de esa manera de permite medir las actitudes, percepciones, la satisfacción y el desempeño de ellos, pudiendo así obtener mayor competitividad empresarial.

Actividades a desarrollarse:

El jefe administrativo debe reunirse con los jefes de cada área para explicarles la importancia de la encuesta confidencial, ya que esto brindará mayor seguridad a los colaboradores y la vez estos aportarán información más honesta y verás.

El jefe de cada área debe realizar pequeñas encuestas mensualmente para conocer sus opiniones, sugerencias para poder implementarlas. A través de este tipo de encuesta anónima se puede entender mejor lo que la fuerza laboral piensa de la empresa y lo que opinan de la labor que desempeñan a diario. Así mismo ayudan a las organizaciones a crear un mayor compromiso de los colaboradores, además sirve para planear y organizar estrategias que garanticen la productividad de una empresa.

Se dará la encuesta los lunes a inicio de mes para que estos lo desarrollen en el transcurso del día y una vez culminado lo entregado, puedan acercarse a depositarlos en un ánfora que el jefe de cada área indicará para que procedan a analizarlos.

Tercera. En relación con el segundo objetivo específico, determinar la relación que existe entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., se logró establecer que el desarrollo sostenible influye significativamente con la competitividad empresarial. Por lo que se recomienda que la empresa implemente tachos ecológicos en ambos locales para que los colaboradores puedan depositar los desechos dónde correspondan y de esta manera contribuir con el medio ambiente, a su vez obtener competitividad empresarial.

Actividades a desarrollarse:

El jefe administrativo informará a todo el personal que se va a implementar los tachos ecológicos en ambos locales para contribuir con el medio ambiente y evitar la contaminación.

El personal de mantenimiento hará un requerimiento de compra por el

concepto de tachos ecológicos mediante distintas cotizaciones para que evalúen el más indicado, seguidamente el documento debe ser entregado a tesorería, pero previamente debe contar con las aprobaciones de gerencia para que así el área mencionada programe lo solicitado lo más pronto posible.

El personal de mantenimiento distribuye los tachos ecológicos en ambos locales donde están los operarios y el personal de área administrativa.

Una vez, lleno los tachos se donará reciclaje de botellas y cartón a una ONG para que puedan venderlos y recaudar dinero para su beneficio.

Cuarta. En relación con el tercer objetivo específico, determinar la relación que existe entre la calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., si se logró determinar que la calidad de vida laboral influye significativamente con la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Por lo que se recomienda que la empresa debe realizar capacitaciones, ya que contribuirá a mejorar el rendimiento de los colaboradores con el fin de que esté se encuentre satisfecho y a la vez este perciba que la organización se preocupa por la salud de todos los colaboradores. Por tanto, se creará un vínculo emocional con la empresa que aportará en el incremento de la competitividad empresarial.

Actividades a desarrollarse:

El jefe administrativo informará que se desarrollará charlas para todo el personal mensualmente, contribuyendo a la mejora de sus habilidades y conocimientos de las actividades realizadas.

Se iniciará las charlas y talleres con el apoyo de especialistas que se desarrollará en un lugar espacioso, este auditorio está conformado por sillas, pizarras, proyector, plumones que se utilizará para la aplicación de dichos programas.

Las actividades que se realizarán son en beneficio del colaborador

mediante mapas de la empatía para conocer su opinión de la organización y observar lo que está yendo mal para mejorarlo.

Esto se realizará 1 vez al mes (el sábado) culminando la jornada laboral del área de producción para que no perjudique sus funciones y así la empresa tenga la participación de todo el personal.

Quinta. En relación con el cuarto objetivo específico, determinar la relación que existe entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., si se logró determinar que el bienestar social influye significativamente con la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L., por lo que se recomienda que la empresa comparta con todo el personal sus logros obtenidos para que los colaboradores se sientan parte de la organización e incremente la productividad laboral y de esa manera obtener competitividad empresarial.

Actividades a desarrollarse:

El jefe de cada área elaborará un reporte de sus colaboradores (vendedores, administrativos y/o operarios) mensualmente para evaluar el desempeño de ellos y entregarle al encargado de recursos humanos y esté entregue un reconocimiento al mejor colaborador por su desempeño y puntualidad.

En el caso del área de ventas, la jefa administrativa de ventas pedirá información al gerente de ventas, quien tiene un control de la cantidad de venta que ha realizado cada vendedor y de esa manera se promoverá al que haya realizado mayor margen de ventas para el vendedor del mes.

En el caso del área administrativa, la jefa administrativa observará las tareas que realizan los colaboradores evaluando la cantidad de documentos que cada uno registra y archiva en los files para que no se les acumule el trabajo, de esa manera podrá ver su eficiencia y rapidez del colaborador para promoverlo como trabajador administrativo del mes.

Por último, en el área de producción, el jefe de operación y almacén evalúa a los operarios observando la productividad de cada colaborador dependiendo al número de productos que se lleva a almacén para promoverlo como trabajador de producción del mes.

Finalmente se recomienda que las empresas conozcan las necesidades de los colaboradores para poder identificar las actividades responsables que deberían aplicar, evaluar detenidamente las actividades que se realizan ya que puede ser que se esté aplicando actividades que no apliquen responsabilidad social. Es por ello que las empresas deberían analizar las actividades que aplican para que lo plasmen en su organización con los colaboradores ya que de esa manera pueden conseguir la competitividad empresarial de la misma.

Así mismo para que Pro Premix Nutrición S.R.L. sea competente en el rubro avipecuario, debe mejorar sus insumos y empaques.

En lo que se refiere a insumos, estos deben ser de calidad para poder elaborar productos en óptimas condiciones, a su vez, en la elaboración deben implementar maquinarias modernas (selladoras de bolsas, envases), además deben de entregar productos con sus respectivos COAS - fichas técnicas- donde señale el lote al que pertenece, además de una pequeña descripción del producto, instrucciones de uso, beneficios, fecha de elaboración y vencimiento.

Y, por último, respecto a los empaques, Pro Premix Nutrición S.R.L. debe implementar bolsas ecológicas como merchandising empresarial o cuando se le brinda al cliente con pequeñas muestras del producto. También estas bolsas pueden ser exhibidas en las ferias avipecuarias ya que al usar bolsas reutilizables tiene gran impacto en los clientes y hace que esta sea de su preferencia.

REFERENCIAS

Abanto, S. (2017). *Compromiso organizacional y satisfacción laboral en trabajadores de una institución de salud pública de Sullana* (Tesis de pregrado). Recuperado de

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2881/1/RE_PSICO_SUSAN.ABANTO_COMPROMISO.ORGANIZACIONAL_DATOS.PDF

Actualidad Avipecuaria. (18 de Julio de 2019). *Ilender fue reconocida en RSE por la ONU*. Perú: Portal de Actualidad Avipecuaria. Recuperado de <https://actualidadavipecuaria.com/ilender-fue-reconocida-en-rse-por-la-onu/>

Aguilar, J. (14 de Marzo de 2014). *La importancia de la Responsabilidad Social Corporativa no la definen los expertos, sino la propia sociedad*. Perú: Actualidad Nebrija. Recuperado de <https://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/2014/03/14/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-corporativa-la-definen-los-expertos-sino-la-propia-sociedad/>

Alaña, T. , Capa, L. y Sotomayo, J. (2017). Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las MIPYMES del Ecuador. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 9(1), 91-99. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus13117.pdf>

Ander-Egg, E. (1984). *Conceptos básicos relacionados con los servicios sociales. Introducción a los Servicios Sociales*. Recuperado de <http://www4.ujaen.es/~aespadas/TEMA1.pdf>

Antelo, Y. y Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Scielo*, 36(1), 1-10.

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6ª ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.

Barbachan, M. (5 de Agosto de 2016). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *InnovaG*, 2(7), 256-262.

- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia: Shalom.
- Bobadilla, V. y Sandoval, S. (2015). *La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional de la empresa de transporte Rodrigo Carranza S.A.C Trujillo, 2014* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1950/1/RE_ADMI_VIERA.BOBADILLA_SHEYLA.SANDOVAL_RESPOSABILIDAD.SOCIAL_INFLUENCIA_DATOS.PDF
- Bueno, E. (1987). *La gran empresa española: Análisis comparado de sus ventajas competitivas, economía industrial*. Monterrey, México: Colmex.
- Cajiga, J. (2001). *El concepto de la responsabilidad social empresarial*. Mérida, México: Cemefi.
- Camacho, N. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial RSE en las Pymes, Estudio en el Distrito Metropolitano de Quito* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4135/1/T1477-MBA-Camacho-Responsabilidad.pdf>
- Camacho, A. (2014). *Estrategias y Negocios*. Recuperado de <https://www.estrategiaynegocios.net/empresasmanagement/1235859-330/rse-la-triple-utilidad-frente-a-la-agenda-2030>
- Campos, S. (2018). *Estrategias competitivas para el desarrollo exportador de las mypes textiles en el distrito de Villa el Salvador, 2017* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4300/1/campos_vsm.pdf
- Cancino, C. y Morales, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. Recuperado de <https://carec.com.pe/biblioteca/biblio/5/19/RSE%20004%20Universidad%20de%20Chile.pdf>

Canessa, G. y García, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Lima, Perú: Editorial Peru 2021.

Carroll, A. (1991). *Teoría de la Pirámide de Carroll*. Recuperado de <http://rseuniagustiniana.blogspot.com/2010/09/teoria-de-la-piramide-de-carrol.html>

Cerna, A. (2017). *La responsabilidad social y su influencia en la imagen institucional en una empresa de cementos* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15185/Cerna%20Salazar%20Alvaro%20Marin.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México D.F., México: Mc Graw Hill.

Cisneros, A. (2017). *Mecanismos para la práctica de la responsabilidad social empresarial en las empresas* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6152/1/T2582-MGD-Cisneros-Mecanismos.pdf>

Cuervo, A. (1982). *Bases para una justificacao balanço social*. Bruselas, Bélgica: Ethos.

De la Cruz, P. (30 de mayo de 2013). *Responsabilidad Social Empresarial* [entrada de blog] Mintecon. Recuperado de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/30/responsabilidad-social-empresarial-10/>

De la Puente, L. (2017). *Compromiso organizacional y motivación de logro en personal administrativo de la Municipalidad Provincial de Trujillo* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/298/delapuerta_rl.pdf;jsessionid=87B6996BC6AB66EE99C3BF200B3C8558?sequence=1

Diario Gestión. (11 de Febrero de 2019). *Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de responsabilidad social*. Perú: Portal de Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/>

Díaz, M. (2012). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. Madrid, España: EUMED.

Díaz, L. y Salazar, R. (2018). *Responsabilidad social empresarial y competitividad en Trucha Dorada S.R.L Chota, Cajamarca* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4841/D%c3%adaz%20Torres%20%26%20Salazar%20Rugel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díez, A. (2007). *Comunicación de la comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: Una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. Lovaina, Bélgica: TAMAIMOS.

Domínguez, A. y Gutiérrez, J. (2017). *La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región tacna* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2882/1/2017_Dominguez_La-competitividad-y-el-desarrollo-economico.pdf

El Sitio Avícola. (01 de Septiembre de 2016). *El sector avícola peruano: clave en el desarrollo del país*. Perú: El Sitio Avícola. Recuperado de <http://www.elsitioavicola.com/articles/2920/el-sector-avicola-peruano-clave-en-el-desarrollo-del-paas/>

Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa*. San Vicente, España: Editorial Club Universitario.

Fernández, C. , Jiménez, V. y Fernández, Á. (2015). *Responsabilidad social empresarial y su impacto competitivo en las PYMES del Perú* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/2236>

- Flores , J. y Silva, M. (2018). *La responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys Chiclayo, 2016* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4365/Flores%20Coronado%20-%20Silva%20Tarrillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Freeman, C. (1984). *The role of technical change in National Economic development*. Cambridge, Inglaterra: Keo publishing limited.
- Giménez, S. (2014). *El fortalecimiento de las empresas mediante la aplicación de la responsabilidad social empresarial en la ciudad de coronel oviedo* (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/116133/451.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Granados, I. (2011). Calidad de vida laboral: historia, dimensiones y beneficios. *Revista IIPS*, 14(2), 271-276. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ripsi/v14n2/a14.pdf>
- Haguenauer, L. (1989). Competitividad: Conceptos y medidas. Una revisión de la bibliografía reciente en el caso brasileño. *Scielo*, 16(1), 5-6. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-98482012000100008
- Hernández, R. , Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ª ed.). México D.F, México: Mc Graw-Hill.
- Hernández, R. , Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Hurtado, I. y Toro, J. (1998). *Paradigmas y métodos en investigación en tiempos de cambio* (5ta ed.). Valencia, España: Episteme consultorios asociados.

Ibarra, M. , Gonzales, L. y Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 10-130.

ISO 26000 (2010). *Responsabilidad social*. Perú: Superintendencia de sociedades. Recuperado de https://www.supersociedades.gov.co/nuestra_entidad/Responsabilidad-Social

Jaén, M. y Rivas, J. (2008). ¿Cómo se organizan las empresas para ser socialmente responsables? *Debates IESA*, 8(2), 54-58.

Jiménez, L. , Montero, J. y Parody, K. (2015). Análisis de los factores internos de competitividad: caso de las empresas lácteas del Cesar, Colombia. *Revista ciencias estratégicas*, 24(35), 199-210.

Kerlinger, F. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*. México D.F, México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.

Kotler, P. (1992). *Dirección de Marketing*. Madrid, España: Ed. Prentice Hall.

Londoño, I. (2013). Responsabilidad social universitaria - Una estrategia de gestión para la educación superior. *Revista de Investigaciones de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío*, 5(5), 137-151.

López, J. (1998). *Procesos de la Investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo.

López, L. (2015). *Responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva en los hoteles cuatro estrellas de la cabecera departamental de Huehuetenango* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Lopez-Ligia.pdf>

Luthans, F. (2008). *Comportamiento Organizacional*. México D.F, México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.

Martínez, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Mayorga, M. (2019). *Responsabilidad social empresarial en las pymes industriales del distrito de Socobaya - Arequipa 2018* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/9060/D4.1913.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Muhammad, Y. (2011). *Las Empresas Sociales*. Barcelona, España: Edición Paidós.

Murillo, S. (2014). *La innovación empresarial y el emprendimiento: un análisis empírico*. Recuperado de https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/14676/TFG_MURILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Nomitek. (18 de Diciembre de 2017). *5 acciones para entrar al mundo de la responsabilidad social empresarial*. Perú: Nomitek. Recuperado de <https://www.nomitek.com.mx/5-acciones-para-entrar-al-mundo-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>

Orsi, A. (16 de Julio de 2012). *Siete estrategias para lograr más y mejor RSE en las organizaciones*. Perú: Diario responsable. Recuperado de <https://diarioresponsable.com/opinion/15788-7-estrategias-para-lograr-mas-y-mejor-rse-en-las-organizaciones->

Porter, M. (1980). *La Competitividad*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>

Porter, M. (1985). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México D.F., México: Ed.CECSA.

Porter, M. (2009). *Las 5 fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Boston, Estados Unidos: Harvard Business Review.

Prudencio, E. (2018). *Responsabilidad social empresarial y la imagen de marca de la empresa Soto Sport, Los Olivos 2018* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24868/Prudencio_SEL.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Radio Santo Domingo. (23 de enero de 2019). *Por ahorrar dinero, empresas pesqueras no tratan sus desechos y provocan contaminación*. Perú: Radio Santo Domingo. Recuperado de <https://radiorsd.pe/programas/empresas-pesqueras-no-tratan-sus-desechos-para-ahorrar-dinero-y-provocan-contaminacion>

Real Academia Española. (2001). *Innovación*. Madrid: Real Academia Española. Recuperado de <https://dle.rae.es/innovaci%C3%B3n>

Rubio, J. (2011). *Competitividad Empresarial, causas y soluciones*. Recuperado de <https://www.aiu.edu/applications/DocumentLibraryManager/upload/JORGE%20THESIS.pdf>

Salazar, C. y Del Castillo, S. (2008). *Fundamentos básicos de estadística* (1ª ed.). Quito, Ecuador: s.e.

Sallenave, J. (2014). *La gerencia integral*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma.

Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). *Metodología y Diseño en la investigación científica*. Lima, Perú: Visión Universitaria.

Segurado, A. y Agulló, E. (2002). Calidad de vida laboral: hacia un enfoque integrador desde la Psicología Social. *Psicothema*, 14(4), 828-836.

Stoner, F. (2013). *Administración*. México D.F., México: Compañía editorial continental.

Suttle, J. (1977). *Improving life at work: Problems and prospects*. Washington D.C., Estados Unidos: Goodyear publishing company.

Uribe, M. (2012). *Competitividad Empresarial*. Bogotá, Colombia: Editorial Academia Española.

Vallaes, F. (2009). *Responsabilidad social universitaria- Manual de primeros pasos*. Recuperado de <http://unionursula.org/wp-content/uploads/2016/11/rsu-responsabilidad-social-universitaria-manual-primeros-pasos.pdf>

Vidal, R. (2015). *Influencia de los programas de bienestar social en el clima laboral de los colaboradores de la Empresa Fitopan* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3176/VIDAL%20POZO%20ROSA%20MERCEDES%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zarate, M. (2019). *Responsabilidad social empresarial ambiental y ventaja competitiva en las empresas del sector hotelero de la ciudad de Huánuco, 2019* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13678/ZARATE_ESTRADA_MILAGROS_VENTAJAS_COMPETITIVIDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 01. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: La Responsabilidad Social y competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L Chorrillos, 2019

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			
<p>Problema General: ¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición SRL en el distrito de Chorrillos, 2019?</p> <p>Problemas Específicos: ¿Cuál es la relación entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición SRL en el distrito de Chorrillos, 2019</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p> <p>Determinar la relación que existe entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p> <p>Determinar la relación que existe entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p>	<p>Hipótesis general: H₀: No existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. del distrito de Chorrillos, 2019</p> <p>H₁: Existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. del distrito de Chorrillos, 2019</p> <p>Hipótesis específicas: H₁: Existe relación entre el compromiso organizacional y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p> <p>H₂: Existe relación entre el desarrollo sostenible y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p> <p>H₃: Existe relación entre la calidad de vida laboral y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos , 2019</p> <p>H₄: Existe relación entre el bienestar social y la competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p>	Variable 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL			
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos
			Compromiso Organizacional	Cumplimiento Motivación Seguridad	1= Nunca	Bajo
			Desarrollo Sostenible	Reducción de residuos Conservación ambiental Recursos	2= Casi nunca 3= A veces	Medio
			Calidad de vida laboral	Satisfacción laboral Medioambiente productivo Medioambiente físico	4=Casi siempre	Alto
			Bienestar Social	Bienestar laboral Satisfacción humana Clima laboral	5= Siempre	
			Variable 2: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL			
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos
			Ventaja competitiva	Misión y visión Objetivos, estrategias Diferenciación		
			Innovación	Proceso Sistema Producto	1= Nunca 2= Casi nunca	Bajo
Productividad	Rendimiento Nivel de eficiencia en los procesos Volumen de ventas	3= A veces 4=Casi siempre	Medio			
Rentabilidad	Toma de decisiones gerenciales Empatía Confiabilidad	5= Siempre	Alto			

Nivel –diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Nivel:</p> <p>El nivel de estudio que se utilizó es de corte transversal.</p> <p>Diseño:</p> <p>Descriptivo - correlacional</p> <p>Método:</p> <p>El método a desarrollarse en la presente investigación será de método cuantitativo.</p>	<p>Población:</p> <p>La población está conformada por los colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p> <p>Tipo de muestreo:</p> <p>Muestreo censal</p> <p>Tamaño de muestra:</p> <p>30 colaboradores</p>	<p>Variable 1: Responsabilidad social</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario para describir la variable Responsabilidad social</p> <p>Año: 2019</p> <p>Ámbito de Aplicación: Colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos ,2019</p> <hr/> <p>Variable 2: Competitividad empresarial</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario para describir la variable Competitividad empresarial</p> <p>Año: 2019</p> <p>Ámbito de Aplicación: Colaboradores de la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos,2019</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Análisis descriptivo de frecuencia por dimensiones y variable, mediante el uso de programa SPSS.</p> <p>INFERENCIAL:</p> <p>Pruebas de normalidad en las variables de estudio, mediante el uso del programa SPSS.</p> <p>Descripción de las correlaciones de las variables en estudio mediante el uso del programa SPSS.</p>

ANEXO 02

INSTRUMENTO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

INTRODUCCIÓN: El presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación para elaborar una tesis profesional. Quisiéramos pedir su ayuda para que responda las siguientes preguntas que no llevarán mucho tiempo, marcando con una (X). Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

1. Nunca	2. Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

PARTE I: RESPONSABILIDAD SOCIAL

Nº	ITEMS/DIMENSIONES	Puntajes				
		1	2	3	4	5
Compromiso organizacional						
1	Considera que la empresa Pro Premix cuenta con insumos que satisface la salud del colaborador					
2	Los productos terminados en la empresa Pro Premix se adecuan a las normas de calidad					
3	Los responsables de cada área motivan al cumplimiento de las actividades responsables en la empresa Pro Premix					
4	Considera que la motivación interna de la empresa Pro Premix es importante para el cumplimiento de las funciones correctamente					
5	Considera que la empresa Pro Premix vela por la seguridad de sus colaboradores, comprando uniformes e implementos en buen estado					
6	Las áreas de la empresa Pro Premix están en un lugar adecuado y es mínima la reducción de riesgos en el trabajo					
Desarrollo sostenible						
7	La empresa Pro Premix promueve el reciclaje de papel y lo hace reutilizable					
8	La empresa Pro Premix fomenta la reducción de residuos a través del uso de tachos ecológicos					
9	Considera que la empresa Pro Premix promueve la conservación de zonas naturales en el centro laboral					
10	Considera que la empresa Pro Premix a través de la elaboración de sus productos contribuye con el medio ambiente					
11	Pro Premix utiliza recursos eficientes (tecnología, materia prima) que involucra a la mejora continua de la empresa					
12	La empresa Pro Premix utiliza productos renovables y sostenibles para beneficio del medio ambiente					
Calidad de vida laboral						
13	La empresa Pro Premix retribuye a los colaboradores mediante algún reconocimiento					
14	La empresa Pro Premix realiza capacitaciones para el desarrollo de las habilidades y conductas del persona					

15	Considera que la empresa Pro Premix realiza el mantenimiento adecuado de las maquinarias					
16	Considera que la empresa Pro Premix promueve al ahorro de recursos para contribuir con el medio ambiente					
17	Considera que la empresa Pro Premix brinda buena iluminación en sus áreas de trabajo					
18	Considera que existe contaminación auditiva en Pro Premix al momento de realizar las actividades generando incomodidad para el cumplimiento de las tareas					
Bienestar social						
19	La empresa Pro Premix asigna actividades de manera clara y justas					
20	Considera que su jefe inmediato se preocupa por darle retroalimentación y supervisión en sus funciones					
21	La empresa Pro Premix involucra a los colaboradores y comunidad en actividades responsables					
22	La empresa Pro Premix celebra sus logros y aprendizaje con todo el personal					
23	La empresa Pro Premix tiene un ambiente de trabajo agradable					
24	La empresa Pro Premix fomenta y desarrolla el trabajo en equipo					

VARIABLE II: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Nº	ITEMS	Puntajes				
		1	2	3	4	5
Ventaja competitiva						
25	El personal tiene conocimiento de la misión, visión, políticas y organigrama de la empresa Pro Premix					
26	Considera que la misión y visión de la empresa Pro Premix son de inspiración para alcanzar metas en el puesto de trabajo					
27	Los objetivos y estrategias de la empresa son compartidos para todo el personal de la empresa Pro Premix					
28	Considera que la empresa Pro Premix plantea sus objetivos de manera correcta					
29	La empresa Pro Premix cuenta con personal calificado para el desarrollo de las actividades					
30	Considera que la empresa Pro Premix ofrece sus productos con diseño avanzado utilizando equipos de alto rendimiento					
Innovación						
31	Los procesos de distribución que se utilizan en Pro Premix son los adecuados					
32	Considera que la empresa Pro Premix en la creación de un nuevo producto requiere de una innovación del proceso					
33	La empresa Pro Premix tiene un sistema que brinda beneficios para la realización de las actividades					
34	Considera que la empresa Pro Premix desarrolla un sistema para integrar procesos					
35	La empresa Pro Premix ofrece variedad de presentaciones en sus productos					
36	La empresa Pro Premix desarrolla constantemente nuevos productos para obtener la competitividad en el rubro avipecuario					
Productividad						
37	La empresa Pro Premix vela por el aprendizaje y capacita a los colaboradores para un mejor rendimiento					
38	Considera que la empresa Pro Premix cumple con todos sus procesos para posicionarse como mejor empresa en su rubro					
39	La empresa Pro Premix monitorea sus actividades a través de un sistema					
40	Considera que los procesos en Pro Premix son los adecuados					
41	La empresa Pro Premix realiza la inspección de los productos ofrecidos hacia los clientes					
42	Considera que la empresa pro Premix obtiene viabilidad en sus productos					
Rentabilidad						
43	Pro Premix considera la opinión de los clientes para un mejor producto o servicio					
44	Considera que la empresa Pro Premix realiza actividades claves para mantenerse y posicionarse en el rubro avipecuario					
45	Considera que la empresa Pro Premix debe importar materia prima					

46	La empresa Pro Premix es rentable en el rubro avipecuario captando clientes estratégicos					
47	Considera que la empresa Pro Premix obtiene ganancias sobre la inversión que realiza					
48	Considera que las ventas de productos en volumen generan un margen de ganancia					

ANEXO 03

FICHAS DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

Validación del instrumento RESPONSABILIDAD SOCIAL
Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []
Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: RAMOS CHANG, JORGE ALONSO
DNI: 40968849

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico []

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []
Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: RAMOS CHANG, JORGE ALONSO
DNI: 40968849

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico []

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Wilber Hugo Flores Vilela

DNI: 0.132.4100

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Wilber Hugo Flores Vilela

DNI: 0.132.4100

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento RESPONSABILIDAD SOCIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: VASQUEZ RUIZ SEGUNDO 20110

DNI: 17958481

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: VASQUEZ RUIZ SEGUNDO 20110

DNI: 17958481

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

ANEXO 04
INFORME SOFTWARE ANTIPLAGIO

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.autonoma.edu.pe

Fuente de Internet

5%

2

Submitted to Universidad Autonoma del Peru

Trabajo del estudiante

5%

3

repositorio.ufsc.br

Fuente de Internet

2%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 2%

Excluir bibliografía

Apagado

ANEXO 05

DOCUMENTO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO



CONSTANCIA DE LA EMPRESA PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente dejamos constancia que la Srta. Katia Lorena Saldaña Apolitano, identificada con DNI N°74930462 y la Srta. Fiorella Elizabeth Rodríguez Cisneros, identificada con DNI N°72719499, han realizado encuestas a los colaboradores para su trabajo de investigación titulado "La Responsabilidad social y Competitividad empresarial en Pro Premix Nutrición S.R.L. Chorrillos, 2019" en la empresa Pro Premix Nutrición S.R.L. con R.U.C. N°20334218857 con domicilio en Jr. Los canchis 162. Urb. San Juan Bautista de Chorrillos.

Cabe resaltar que las encuestas en la organización se llevaron a cabo el año 2019.

Se emite esta constancia para fines académicos de las solicitantes.

Atentamente,

PRO-PREMIX NUTRICION S.R.L.

Oscar M. de la Cruz Ganoza
GERENTE RR. HH.

Chorrillos, 23 de noviembre del 2019.

ANEXO 06
BASE DE DATOS

# colaboradores	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
1	2	4	4	5	4	5	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	5	4	4	4	2	1	4	3
2	3	5	3	5	5	5	3	2	5	3	4	3	3	2	4	3	5	4	2	3	1	1	4	3
3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3
4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	3	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	2	4	5	3	4	4	3	3	1	2	3	3	5	3	4	4	4	1	4	4
6	4	4	5	5	2	3	1	1	3	2	1	2	1	2	2	1	4	5	2	1	2	1	2	2
7	2	5	3	5	2	4	1	3	5	3	3	2	2	3	3	5	3	4	5	2	5	1	3	3
8	4	5	4	4	5	4	4	1	5	3	5	4	2	2	3	3	5	5	4	5	1	2	4	3
9	3	5	3	3	3	4	2	1	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	3	2	1	3	2	1
10	1	4	3	5	3	5	2	1	4	4	3	1	1	2	3	3	5	3	3	1	2	2	2	3
11	2	3	3	4	3	3	2	2	5	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3
12	3	4	3	3	2	3	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	5	3	3	2	1	3	2	2
13	2	5	4	4	5	4	1	1	3	4	3	3	2	2	4	5	4	4	4	3	2	3	3	3
14	3	3	4	5	5	5	2	2	4	3	3	2	2	3	3	3	5	4	5	4	2	2	4	3
15	4	4	4	4	3	3	2	2	3	1	1	1	2	1	1	2	5	4	1	2	1	2	1	1
16	3	4	3	4	4	4	3	1	4	3	5	3	3	1	5	3	4	5	1	3	2	2	5	3
17	1	5	5	4	5	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	5	5	5	1	2	5	3
18	2	5	4	4	4	3	4	1	5	3	4	3	2	3	4	2	5	4	2	3	1	2	4	3
19	1	4	5	5	5	3	5	2	4	3	5	3	1	3	5	1	4	5	1	3	2	1	5	3
20	1	4	3	4	1	5	2	3	4	3	3	1	1	3	3	4	3	5	4	1	4	2	1	1
21	1	5	5	4	5	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	5	5	5	1	2	5	3
22	3	5	3	3	1	3	1	1	5	1	1	3	3	3	4	3	4	2	3	1	2	3	1	1
23	4	4	5	5	1	3	3	2	3	2	4	2	2	2	4	3	5	4	3	2	4	1	1	4
24	5	4	5	5	4	5	5	2	4	3	4	5	1	1	3	3	4	4	5	4	2	1	5	3
25	3	4	3	4	5	4	2	2	4	3	2	2	1	1	5	1	5	1	3	1	2	3	1	2
26	3	4	3	4	1	5	1	3	4	3	2	1	1	3	3	4	3	4	3	1	5	2	3	3
27	2	4	4	4	5	5	2	1	5	3	3	3	1	3	4	3	4	3	5	1	2	2	5	4
28	3	5	3	5	5	5	3	2	5	3	4	3	3	2	4	3	4	4	2	3	1	1	4	3
29	2	4	5	5	5	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3
30	3	4	4	5	2	3	2	3	4	2	3	2	2	3	5	4	3	3	2	2	1	1	5	4

# colaboradores	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	
1	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	5	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	
2	3	2	2	2	4	5	3	4	4	2	4	3	2	4	4	3	6	4	4	4	4	5	5	4	5
3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	2	3	5	3	3	5	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5
6	3	2	1	2	5	1	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4
7	2	3	3	3	3	3	5	5	2	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3
8	1	3	2	3	5	4	2	3	2	3	4	2	3	3	3	3	5	5	4	3	5	4	4	5	4
9	1	1	1	3	3	1	4	1	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	2	4	4
10	4	3	2	3	3	3	3	5	3	3	3	1	2	3	2	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4
11	4	3	2	3	4	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	5	4	4	4	4
12	3	3	1	2	3	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4
13	3	3	3	3	4	3	4	5	3	2	3	3	2	3	2	5	3	3	3	3	2	4	4	4	4
14	3	4	3	4	4	3	4	5	3	2	3	3	2	3	3	4	1	4	4	3	4	5	4	4	4
15	3	1	2	1	4	2	5	5	1	5	3	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
16	3	1	1	1	5	4	3	5	5	1	5	3	1	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4
17	1	1	3	3	5	3	3	5	3	3	4	2	3	3	3	1	3	3	3	3	5	5	3	3	3
18	4	3	2	3	5	4	3	5	3	2	3	2	2	3	5	3	4	4	5	3	5	4	3	4	4
19	5	3	1	3	4	5	3	4	3	1	3	1	1	3	4	3	5	5	4	3	4	5	3	5	5
20	3	1	2	1	4	2	5	5	1	5	3	5	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5
21	1	1	3	3	5	3	3	5	3	3	4	2	3	3	3	1	3	3	3	3	5	5	3	3	3
22	3	3	2	1	3	1	3	4	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5
23	4	2	3	2	5	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
24	2	3	1	3	4	5	1	3	1	3	5	1	3	3	3	3	4	4	5	3	4	5	5	4	4
25	2	2	2	3	3	2	5	2	3	5	3	3	3	2	1	1	3	3	1	2	5	3	1	5	5
26	2	3	3	2	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	2	2	4	4	3	5	4	3	5	5
27	4	5	4	3	5	3	3	4	3	2	4	2	3	3	3	3	5	5	5	4	5	3	4	4	4
28	4	2	2	2	5	5	3	4	4	2	4	3	2	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4
29	2	2	1	3	4	3	3	5	3	3	5	3	2	5	4	2	4	4	4	4	5	4	3	3	3
30	3	2	1	2	5	1	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	3	5	4	5	4	4

ANEXO 07
MARCO MUESTRAL



Listado de nombres de los encuestados

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Carolina Pérez | 16. Alejandro Barrera |
| 2. Percy Raymundo | 17. Dennis Guzmán |
| 3. Sara García | 18. Oscar de la Cruz |
| 4. Ruth Retamozo | 19. Delia Reyes |
| 5. Shamir Casafranca | 20. Celfa Chávez |
| 6. Juan Fernandez | 21. Fredi Cabanillas |
| 7. Humberto Mendoza | 22. Lorena Saldaña |
| 8. Alonso Pachas | 23. Bruno Salas |
| 9. Angélica López | 24. Silvia Caycho |
| 10. Magali Sedillo | 25. Rolando Argandoña |
| 11. Miluska Muñoz | 26. Juan Luis Espinoza |
| 12. Javier Chuquitucto | 27. Elias Rotta |
| 13. Walter Rodríguez | 28. Gustavo Nazario |
| 14. José Luis Mendoza | 29. Luis Huamán |
| 15. Jorge Urbano | 30. Carlos Torres |

