



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

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

TESIS

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE
DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA – 2023

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

AUTOR

BRYAN EDUARDO ALMEIDA CABREJOS
ORCID: 0009-0002-6878-0536

ASESOR

DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE
ORCID: 0000-0003-0128-0123

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA
DIRECCIÓN DE ORGANIZACIONES Y PERSONAS**

LIMA, PERÚ, JUNIO DE 2024



CC BY-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Referencia bibliográfica

Almeida Cabrejos, B. E. (2024). *Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Bryan Eduardo Almeida Cabrejos
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	76578286
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0002-6878-0536
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40612463
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0128-0123
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Danny Retamozo Riojas
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	03695192
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Yudith Accilio Tucto
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	71830455
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Miguel Stefano Ruiz Gutierrez
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	45970839
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Dirección de organizaciones y personas
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: la MAG. DANNY RETAMOZO RIOJAS como presidenta, la MAG. YUDITH ACCILIO TUCTO como secretaria y el MAG. MIGUEL STEFANO RUIZ GUTIERREZ como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL
GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA - 2023**

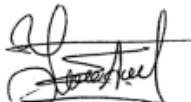
Presentado por el bachiller:
BRYAN EDUARDO ALMEIDA CABREJOS

Para obtener el **Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Bueno** con una calificación de **QUINCE (15)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 21 de junio del 2024.



PRESIDENTE
MAG. DANNY RETAMOZO
RIOJAS



SECRETARIO
MAG. YUDITH ACCILIO
TUCTO



VOCAL
MAG. MIGUEL STEFANO
RUIZ GUTIERREZ

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA – 2023

Del bachiller BRYAN EDUARDO ALMEIDA CABREJOS, certifico que la tesis tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 8 de agosto de 2024



LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

40612463

DEDICATORIA

A Dios, por darme las fuerzas para siempre seguir adelante, a mi hermosa familia, Gina y Byron Dominic por ser mi soporte en esta investigación. A mis padres Erika y Gino por su apoyo incondicional toda la vida y a mi hermana Micaela Dayanne.

AGRADECIMIENTOS

Al Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe por apoyar en este proceso largo que me llevo a culminar con éxito nuestra carrera universitaria. A nuestros amigos de trabajo, al Ingeniero Jorge Merino por darme las facilidades y el permiso de hacer este estudio en la gerencia y finalmente, a todos mis compañeros del Gran Mercado Mayorista de Lima quienes atentamente me apoyaron respondiendo los cuestionarios en la investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
LISTA DE TABLAS	5
LISTA DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	39
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	40
2.2 Población, muestra y muestreo.....	41
2.3 Hipótesis	42
2.4 Variables y operacionalización.....	42
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	44
2.6 Procedimientos.....	48
2.7 Análisis de datos.....	48
2.8 Aspectos éticos.....	49
CAPÍTULO III: RESULTADOS	50
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	62
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	67
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS	
ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Cuadro de operacionalización de la responsabilidad social empresarial
Tabla 2	Cuadro de operacionalización del desarrollo sostenible
Tabla 3	Resultados de validación de los cuestionarios
Tabla 4	Ficha técnica del cuestionario de la responsabilidad social empresarial
Tabla 5	Resultados de fiabilidad del cuestionario de responsabilidad social empresarial
Tabla 6	Ficha técnica del cuestionario de desarrollo sostenible
Tabla 7	Resultados de fiabilidad del cuestionario de desarrollo sostenible
Tabla 8	Valores de confiabilidad del alfa de Cronbach
Tabla 9	Escala de valoración del coeficiente de la correlación Pearson
Tabla 10	Análisis descriptivo de la variable responsabilidad social empresarial
Tabla 11	Análisis descriptivo de la variable desarrollo sostenible
Tabla 12	Análisis descriptivo de la dimensión responsabilidad social filantrópica
Tabla 13	Análisis descriptivo de la dimensión responsabilidad social ética
Tabla 14	Análisis descriptivo de la dimensión responsabilidad social legal
Tabla 15	Análisis descriptivo de la dimensión responsabilidad social económica
Tabla 16	Análisis descriptivo de la dimensión desarrollo social
Tabla 17	Análisis descriptivo de la dimensión desarrollo económico
Tabla 18	Análisis descriptivo de la dimensión desarrollo ecológico
Tabla 19	Resultado de la prueba de normalidad de las variables de estudio
Tabla 20	Resultados de correlación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible
Tabla 21	Resultados de correlación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible
Tabla 22	Resultados de correlación entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible
Tabla 23	Resultados de correlación entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible
Tabla 24	Resultados de correlación entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Pirámide de responsabilidad social empresarial de Carroll
- Figura 2 Tabla cruzada entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible
- Figura 3 Gráfico de dispersión de la variable responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA – 2023

ALMEIDA CABREJOS BRYAN EDUARDO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue establecer la relación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023. Esta investigación es de tipo aplicada, nivel correlacional, diseño no experimental, enfoque cuantitativo y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 80 colaboradores de la gerencia de administración de mercado y la gerencia de desarrollo de infraestructura y mantenimiento. Los instrumentos empleados fueron dos cuestionarios, el primer instrumento estuvo conformado por 36 ítems para evaluar la responsabilidad social empresarial y el segundo instrumento estuvo conformado por 27 ítems para evaluar el desarrollo sostenible. La confiabilidad de los instrumentos se obtuvo a través de la aplicación del estadístico alfa de Cronbach cuyos resultados fueron 0.949 para la prueba de responsabilidad social empresarial y 0.906 para la prueba de desarrollo sostenible. Los resultados fueron satisfactorios lo que permitió concluir que existe una correlación positiva moderada ($r=0,607$; $\text{Sig.}=0.000$) entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible, razón por la cual, se recomienda elaborar un plan anual de trabajo referente a la responsabilidad social y emitir informes mensuales para su control.

Palabras clave: responsabilidad social, desarrollo sostenible, grupo de interés

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE GREAT WHOLESALE MARKET OF LIMA – 2023

ALMEIDA CABREJOS BRYAN EDUARDO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The general objective of this research was to establish the relationship between corporate social responsibility and sustainable development within the large wholesale market of Lima - 2023. This research is of an applied type, correlational level, non-experimental design, quantitative approach, and cross-section. The sample consisted of 80 employees from the market administration management and infrastructure development and maintenance management. The instruments used were two questionnaires, the first instrument was made up of 36 items to evaluate corporate social responsibility and the second instrument was made up of 27 items to evaluate sustainable development. The reliability of the instruments was obtained through the application of Cronbach's alpha statistic whose results were 0.949 for the corporate social responsibility test and 0.906 for the sustainable development test. The results were satisfactory, which allowed us to conclude that there is a moderate positive correlation ($r=0.607$; $\text{Sig.}=0.000$) between corporate social responsibility and sustainable development, which is why it is recommended to prepare an annual work plan regarding the social responsibility and issue monthly reports for its control.

Keywords: social responsibility, sustainable development, interest group

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Las empresas hoy en día ya no son ajenas a temas como la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible y buscan cada vez poner más en práctica políticas para que progrese los vínculos con su grupo de interés, con la finalidad de buscar generar un impacto de pertenencia con el tema responsabilidad social empresarial. En la investigación titulada se tiene como situación problemática el análisis de la deficiencia de gestión en la responsabilidad social, legal y económica que se realiza en el establecimiento y que bien afectando el desarrollo sostenible del del mercado.

Respecto a la realidad problemática, la responsabilidad social (RSE) es prioridad y presta gran prioridad a las responsabilidades sociales y ambientales que tienen las empresas con el cuidado de su medio ambiente. Esta responsabilidad tiene una brecha muy pequeña de relación con el desarrollo sostenible, ya que este transmite como se debe de generar las actividades enfocadas en los tres ámbitos, conocidos como el objetivo económico, social y ecológico que involucra a la población, y se puede usar para que las organizaciones se guíen en responsabilidad. Por lo tanto, como propósito es que las organizaciones deben realizar trabajos que contribuyan al desarrollo sostenible durante el tiempo que permanezca en la sociedad.

Actualmente, se vive en una realidad de constantes cambios, como sociedad, empresa inclusive como gobierno, se busca ser cada día ser más competentes como personas y en consecuencia como institución, tener ventajas competitivas. Hoy en día desarrollar acciones de responsabilidad social pone a las empresas un paso delante de la competencia, sabemos que en la actualidad son las mismas organizaciones quienes financian los estudios de postgrado al talento humano y explotan sus habilidades duras para el bienestar de la organización.

Desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial enfocada a direccionar los alimentos para el beneficio de niños y personas de bajos recursos. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2022) indica que lo que buscan para el año 2030 es minimizar el desperdicio mundial del alimento per cápita y reducir las pérdidas de cadena de producción ya que América latina es una región que tiene como producción 347 mil toneladas de desperdicios referente al alimento, esta cifra es equivalente al 37% de la población que sufre hambre a nivel global.

Las compañías hoy en día buscan generar un impacto positivo con su grupo de interés, en el tiempo las empresas eran vistas como un todo y solo había una igualdad entre el usuario y el proveedor, en la actualidad esta teoría quedó en el pasado, ahora cuidan mucho su imagen en referencia a la RSE desde la adquisición del producto en bruto o materia prima hasta el servicio que se ofrece después de la venta, los eslabones de la cadena cada vez son más grandes. Diversos autores consideran que tener consideración por el medio ambiente, la sociedad y grupos vulnerables a estar un paso por delante, observándolo desde la mercadotecnia nos impulsa como empresa y nos genera una sensación de pertenencia en los potenciales consumidores. Es decir, las empresas ya no son ajenas a la RSE y cada vez buscan ser más amigables con sus Stakeholders y encontrar un equilibrio entre el desarrollo empresarial y desarrollo sostenible.

A nivel mundial, Biopapel es una empresa líder a nivel mundial que busca avanzar con el desarrollo sostenible en su centro de trabajo y por medio de la responsabilidad social decide ser parte del gran cambio a nivel mundial y trabajar para mejorar el cambio climático, por lo tanto, busca continuar desarrollando el ADN de su imagen corporativa y desarrollando modelos efectivos de sostenibilidad. Esta es sin

duda una consigna que tiene la organización como política que les faculta fabricar papel sin talar árboles, reciclar papel a gran escala, usar vapor generado en la producción industrial para generar energía verde, reciclar agua en su proceso y absorber más carbono del que la empresa emite. La empresa a nivel de responsabilidad social y su nivel de compromiso con el desarrollo de futuras generaciones decidió no explotar sus hectáreas en el bosque de los Estados de México, que involucra a la ciudad de Puebla y Morelos, convirtiéndose en un importante pulmón verde con más de treinta millones de personas en los valles que pertenecientes al territorio mexicano, si no por el contrario reciclar a gran escala el papel y volverlo a reciclar es por ello que recibió un premio por los Estados Unidos Mexicanos premio nacional al mérito forestal.

La norma ISO 26000 expresa claramente que la responsabilidad social de las organizaciones son compromisos de una empresa frente a los golpes que generan sus disposiciones para las labores cotidianas que podrían afectar a la población y al espacio geográfico, lo que resulta en ser honesto y que contribuya al desarrollo sostenible, que incluye a la bienestar y tranquilidad en la sociedad y por consecuencia la salud, por otro lado tener en cuenta si las perspectivas de ambas partes se rijan con las normativas locales, aplicables y sea armonizable con los parámetros a nivel mundial , y esté integrado en toda la organización y esta obtenga la relación de implementarlo.

El acuerdo mundial de la Organización de las Naciones Unidas (2020) lanzado por el secretario general de las Naciones Unidas incita a las organizaciones a acoger, ayudar y aplicar un conjunto de principios y valores rectores en las áreas de derechos humanos, políticas del trabajo, estándares ambientales y la lucha contra la corrupción que viene afectando a las empresas como a los países en general.

A nivel de Latinoamérica, la responsabilidad social empresarial es muy diversa, esto se debe a que es muy difícil hacer generalizaciones sobre las realidades económicas y sociales que afrontan los países en sectores muy diferentes. Las actividades comerciales responsables han desarrollado desde la filantropía empresarial más convencional a través de la ciudadanía corporativa hasta la practica responsable como parte de la estrategia empresarial desde una perspectiva latinoamericana y reconociendo la responsabilidad social empresarial del desarrollo económico esta más atrasado.

A nivel nacional, para entender el desarrollo y el estado actual de la responsabilidad social empresarial en el Perú, se deben dominar algunos conceptos clave como por ejemplo que la responsabilidad social empresarial se sustenta en varios pilares, como la sustentabilidad, los principios y los informes de peritaje, para evaluar la influencia de la estrategia de cada organización aplicada en su plan de compromiso social.

Por otro lado, en el Perú se vivieron despidos arbitrarios en gran parte de las entidades públicas y privadas, el cual tuvo repercusión en la población que fue obligado a permanecer en aislamiento durante meses, por el cual, se generó, un desequilibrio en temas económicos que conforme pasaron los meses la diferenciación se hizo muy grande entre las personas, donde algunos no contaban con los recursos necesarios para afrontar dicha crisis sanitaria. Sobre ello, Betelgeux (2020) indica que el confinamiento es fundamental para prevenir la pandemia actual. Sin embargo, esta idea tiene una cierta cantidad de especulaciones y no se ajusta con la realidad. Sobre todo, no se adecua a la realidad de la gente que viven en barrios de escasos recursos económicos. En otras palabras, un número significativo de personas que cambian de trabajo enfrentan la difícil prueba de equilibrar su supervivencia diaria ajustada y su

salud porque fueron despedidos de manera arbitraria e injusta por sus antiguos empleadores, lo que resultó en un empleo no estable.

A nivel local, en la empresa municipal de mercados se observó que la empresa no tiene una relación cordial con los servidores públicos que han sido repuestos a su centro laboral bajo un régimen judicial. Asimismo, se observó que muchos colaboradores no están de acuerdo con su régimen laboral y remuneración por ende presentan disconformidad, bajo compromiso y atención deficiente ante los grupos de interés. Esto hace que el crecimiento sea lento en relación con el desarrollo social en el mercado ya que al no haber una comunicación asertiva se interrumpen los procesos y estos cada vez quedan nulos, o planteado en un documento como una queja por parte del mayorista.

La Empresa Municipal de Mercados S.A. tiene vínculo con la ONU y el Banco de Alimentos en la recolección de alimentos perecibles para personas que tienen esta necesidad básica y no cuentan con los recursos necesarios. Respecto a la responsabilidad ética, recolecta seis toneladas de productos diariamente de los voluntarios del banco de alimentos, incluidas tubérculos y verduras. La iniciativa de recolección de alimentos fue posible gracias a un convenio con el Banco de Alimentos, una ONG que trabaja en varios países, no solo para reducir la pobreza sino también para mejorar el estado nutricional de los niños menores de cinco años.

En ese sentido, sin la intervención de los bancos de alimentos, los productos que se expenden terminarían literalmente en la basura. Asimismo, los mayoristas y el Ministerio de Agricultura apoyan la promoción de la política de retiro de alimentos de manera ordenada y saludable. En el mismo sentido, se observa que la empresa municipal de mercados presenta ciertas deficiencias relacionadas a no cumplir a tiempo con pagar las remuneraciones y beneficios sociales que le corresponde a los

servidores públicos. Se observa que la deficiente gestión dentro de la organización trae como consecuencia que tanto los servidores públicos y funcionarios realicen funciones con una contratación a destiempo, esto genera disconformidad y trae como consecuencia que el colaborador presente denuncias ante el ente regulador (Sunafil). Por otro lado, el Gran Mercado Mayorista de Lima no tiene un tipo de contratación estable ya que muchas personas hacen juicio para una reposición de trabajo y esto genera que cuando el servidor público regrese a laborar sufra de aislamiento u hostilidad laborales. Es así como el desarrollo sostenible en la empresa municipal se enfrenta a deficiencias puesto que los colaboradores tienen desconocimiento de la ejecución y puesta en práctica y el beneficio que éstas puedan causar en los trabajadores. Asimismo, el no contar con una línea de carrera en la organización limita al servidor público que pueda desempeñar labores coherentemente en beneficio tanto en la organización como los ciudadanos que acuden al mercado mayorista de la ciudad de Lima. Es decir, se evidenció que en el mercado no tiene convenio con empresas dedicadas al rubro de manufactura de alimentos envasados que permita potenciar los conocimientos de los servidores públicos y poder generar un plan de acción para que estos recursos percibibles tengan un mayor tiempo de vida mejorando la gestión dentro de la organización.

La empresa municipal de mercados hoy en día no es amigable con el medio ambiente ya que dentro de las instalaciones del mercado y oficinas se encuentran luminarias que consumen mucha energía eléctrica, alumbrado público con luminarias de baja duración y mucho consumo de watts y de esta manera velar por la tranquilidad de los trabajadores y los grupos de interés vinculados a la empresa. Por lo expuesto en los textos precedentes se presenta esta investigación el cual se realizará en los establecimientos del Gran Mercado Mayorista de Lima (Santa Anita), ya que es una

empresa que tiene deficiencias en temas de RSE y desarrollo sostenible, por este motivo es que se proponen las siguientes preguntas de investigación.

De continuar la problemática identificada y evidenciada en el Gran Mercado Mayorista de Lima, traería consecuencia grave puesto que el no tener una relación favorable con los grupos de interés, medio ambiente y desarrollo sostenible ocasionaría una excesiva rotación de personal y en efecto esta reduciría su producción dentro la organización.

En ese sentido, el problema general es ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023? Por otro lado, los problemas específicos consisten en ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023?, ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023?, ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023? y ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023?

El estudio tiene gran importancia, puesto que se evidenció problemáticas relacionada a la RSE y el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima, estas deficiencias se encuentran evidenciadas con la deficiente relación que tiene la empresa municipal de mercados con su grupo de interés, puesto que no realiza actividades en beneficio del medio ambiente, sus colaboradores y la sociedad. Asimismo, se considera de vital importancia debido a que se hace énfasis tanto en el crecimiento profesional, económico y ecológico que en conjunto beneficia tanto a la empresa como a la sociedad, Por tal motivo se buscó ofrecer alternativas de solución

a los gerentes del Gran Mercado Mayorista para ofrecer alternativas de solución a los problemas identificados. El propósito del estudio es proporcionar recomendaciones para mejorar la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible, dichos aportes beneficiaran a instituciones u organizaciones que se enfrentan a problemáticas similares o iguales.

En relación con la justificación teórica, la investigación contribuye con información teórica y conocimientos actuales relacionadas a la responsabilidad social empresarial desde la perspectiva social, legal, económico, tanto en los tipos de contratación, en las remuneraciones, en los beneficios, en la correcta gestión de los recursos y en las malas prácticas de ética dentro de la organización, estas informaciones se ponen a disposición de investigadores ávidos de realizar estudios que involucren a las variables de estudio. Por otro lado, la responsabilidad social empresarial, se basa en la pirámide de Carroll (1991) y para el desarrollo sostenible se hizo uso de la propuesta teórica de Varitica (2012). En relación con la justificación práctica, los resultados de este estudio de investigación son útiles para solucionar la problemática planteada a través de herramientas de gestión que permite hacer un estudio detallado sobre el porcentaje de personas u organizaciones que necesiten estos alimentos de igual manera buscar segmentarlos en pequeños grupos y que estos se puedan distribuir con una logística eficiente por ello se expresa que es un tema muy interesante e importante para las empresas que dan abasto con productos de primera necesidad, es por ello que los resultados de esta investigación ayudaran no solo a buscar una eficiente distribución de estos alimentos si no diversos temas sobre que se hace hoy para el bienestar de un segmento de utilidad de la empresa en un futuro. En relación con la justificación metodológica, la investigación pone a disposición de la comunidad científica, empresas e investigadores dos instrumentos

que han sido revisados y validados por criterio de jueces temáticos sobre la variable, la variable RSE tiene una confiabilidad y la variable desarrollo sostenible tiene una confiabilidad. Finalmente, en relación con la justificación social, la investigación se justifica de manera social dado que la responsabilidad social y el desarrollo sostenible involucra a la empresa, clientes externos e internos, proveedores y la sociedad.

El objetivo general de la investigación consiste en establecer la relación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023. Los objetivos específicos consisten en establecer la relación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023, establecer la relación entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023, establecer la relación entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023 y establecer la relación entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.

Las limitaciones del estudio están en relación con la falta moderada de antecedentes relevantes para el tema de estudio y diseño de investigación propuestos por las principales escuelas locales de pregrado y posgrado. Asimismo, se tuvo cierta dificultad al acceso de información y recolección de datos, las cuales se superó con el apoyo de la gerencia de proyecto de desarrollo e infraestructura ya que la empresa municipal de mercados es una entidad privada, sin embargo, el dueño es la Municipalidad de Lima.

En cuanto a los antecedentes internacionales, se puede evidenciar el estudio realizado por Ramírez (2021) en su artículo "Efecto de la responsabilidad social empresarial en la reputación e imagen de las organizaciones" tuvo como finalidad

analizar el impacto de la responsabilidad social empresarial en la mejora de su imagen de marca. Desde la perspectiva metodológica, se desarrolló con un enfoque cuantitativo. En sus conclusiones se identificó un efecto positivo entre las variables de estudio. En este estudio se explica que las acciones de responsabilidad social que se asuma tienen como finalidad beneficiar las partes interesadas. En ese sentido, la mejora de la reputación de una empresa mediante las acciones de responsabilidad social empresarial esta direccionada con la mejorar de la convivencia de la sociedad. En este estudio se analizó que las preferencias no solo son beneficiosas, sino que también posibilita las innovaciones educativas no solo en la imagen sino en la mejora de la competitividad en el mercado. Esta investigación explica que el liderazgo estratégico que se asuma dentro de las acciones de RSE es importante para los stakeholders y que las actividades sociales deben estar orientadas en ese sentido. Asimismo, los resultados que se utilizan para indicar percepciones y comportamientos relacionados con la variable en estudio.

Vidal (2020) en la tesis titulada *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador*, tuvo como finalidad elaborar un plan de responsabilidad social empresarial para aplicarlo como un instrumento de desarrollo sustentable para una empresa pública del Ecuador, teniendo políticas y temas dirigidas a administrar los recursos públicos. Esta investigación es de nivel descriptivo analítico y de diseño no experimental. En sus conclusiones se indican que los desafíos que tienen las organizaciones públicas es poder adecuarse a la demanda de la población, para garantizar un uso adecuado de los recursos, es por ello, que la realización de este trabajo permite la autoevaluación y recopilación de información para determinar los aspectos clave del lanzamiento para cambiar a una gestión sostenible, primero concéntrese en atender las necesidades

de sus grupos de interés internos. El aporte de esta investigación permite brindar recomendaciones de cómo implementar actividades sobre tema de responsabilidad sociales y como difundirlos en vías de comunicación de la empresa, en tal caso una miscelánea determinando los objetivos, y difusión de documentaciones sobre sostenibilidad para establecer una buena imagen organizacional favorable.

Molina (2021) en su tesis *Incidencia de la responsabilidad social empresarial para mejorar la imagen corporativa internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)*, tuvo como finalidad analizar el impacto de la comunicación en las acciones de la RSE. En cuanto a su método de estudio fue cuantitativo de diseño no experimental. En sus conclusiones principales se explica que la marca de una organización siempre es influenciada por los medios de comunicación sobre sus actividades en el ámbito de la RSE. En este estudio se indica que las marcas que han aplicado el modelo de comunicación que genere un impacto positivo en los consumidores utilizan una variedad de estrategias para mostrar al público cómo su marca se involucra en una evaluación ética continua. Este artículo permitió analizar el impacto positivo que genera en los clientes la aplicación de las acciones de responsabilidad dentro de la empresa. Asimismo, se demuestra que la imagen de la empresa genera una imagen positiva en la empresa de forma más empática y ética con apoyo en la comunidad.

Cevallos (2019) en tesis titulada *Las responsabilidades sociales corporativas de la industria atunera y su influencia en el desarrollo socioeconómico sostenible de una ciudad de Ecuador*, tuvo como propósito analizar el desarrollo de la responsabilidad social empresarial en empresas atuneras y su intervención en el crecimiento económico y social. Este estudio es de tipo aplicado, novel explicativo de causa y efecto siendo desarrollado con un enfoque cuantitativo. En sus resultados se

encontró que la RSE de las empresas de la industria atunera tiene un impacto negativo en el desarrollo, tanto económico como ecológico y sostenible. Asimismo, un entorno sostenible en el que la gestión ambiental socioeconómica, el incumplimiento de las responsabilidades sociales de la industria atunera y la falta de una gestión eficaz por parte de los gobiernos locales y nacionales frente a las responsabilidades sociales de esta industria afecten el progreso socioeconómico de la ciudad. El aporte de esta investigación es que el gobierno local y nacional es que el gobierno local y nacionales protegen al sector pesquero en la gestión, el seguimiento, el informe a las comunidades sobre los recursos utilizados, el informe a las comunidades, la aplicación de las leyes ambientales y la exigencia de que los gremios del sector pesquero cumplan con las medidas de seguridad establecidas por el estado y otros deberes de la industria pesquera; permitan garantizar el desarrollo urbano que incluya la gestión gubernamental eficaz para lograr un desarrollo urbano sostenible.

En cuanto a los antecedentes nacionales, se evidencia el estudio realizado por Caycho (2021) en su tesis *Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en el Banco Scotiabank, Perú 2021*, tuvo como finalidad analizar la incidencia de la RSE en la identidad organizacional en los consumidores de un banco de Lima. En sus perspectivas metodológicas, se identificó un diseño no experimental. En sus conclusiones se muestra que existe una correlación positiva alta ($Rho=0.748$; $Sig.=0.003$) entre RSE y la imagen de la corporación. Asimismo, los resultados indicaron un resultado rho de 0.429 entre la responsabilidad social empresarial y la identidad corporativa. Por otro lado, se muestra una correlación positiva moderada de 0.672 entre responsabilidad social e imagen corporativa. Estos resultados indican que la aplicación de la RSE, mejora de forma significativa la imagen de la empresa.

Pino (2021) en su tesis titulada *Influencias de las responsabilidades sociales en la reputación corporativa de las empresas mineras del sur del Perú, 2019 - 2020*, tuvo como objetivo establecer como la responsabilidad social empresarial se vincula con la imagen de la organización que es percibida por la comunidad sobre las empresas mineras del sur. Este estudio es de enfoque cuantitativo, nivel correlacional y diseño no experimental. En sus conclusiones se encontró un valor de chi-cuadrado de 0,64 entre las dimensiones de RSE y reputación corporativa y un nivel de significancia de 0,000 lo que evidencia una relación positiva y significativa entre las variables de estudio; es decir, la formulación de las políticas locales y regionales relacionadas con la integración de los actores con base en la dimensión de la RSE incide en la mejora de la reputación de las empresas y en especial de las mineras, buscando el desarrollo del logro de un desarrollo sostenible. Al analizar la dimensión COVID-19 fue interesante, especialmente en el contexto de la experiencia y la percepción de los pobladores locales de que se habían implementado todas las medidas que las empresas mineras del sur estaban tomando para limitar la propagación de la pandemia, han sido graves. Es necesario que las empresas asuman cada vez más los gastos que generan estos implementos de seguridad que evitan el COVID-19.

Gutiérrez (2021) en su tesis titulada *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el crecimiento empresarial de las mypes de la ciudad de Cajamarca*, se tuvo como analizar el nivel de impacto de la aplicación de la responsabilidad social empresarial en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas. Este estudio es de nivel aplicado, enfoque cuantitativo, nivel causa y efecto. En sus conclusiones se identificó que la responsabilidad social empresarial tiene influencia positiva en el crecimiento de las mypes. Asimismo, concluye que la variable responsabilidad social

empresarial en su dimensión social, se relaciona de manera positiva para el crecimiento empresarial, ya que tiene una correlación de Pearson 0,895 el cual nos indica una correlación alta. El aporte del estudio es muy importante porque indica que la empresa debe difundir planes de responsabilidad social empresarial de manera integral, a fin de impulsar el crecimiento empresarial de la mype, por otro lado, un aspecto también importante es generar un cronograma de actividades de la empresa.

Falla (2019) en su tesis titulada *Propuesta de mejora para los procesos internos de responsabilidad social en la empresa San Juan S.A, bajo el modelo de indicadores Ethos-Perú 2021*, realizado con la finalidad de diseñar e implementar parámetros que faciliten la integración de la responsabilidad social empresarial considerando las orientaciones del modelo de indicadores Ethos-Perú. En sus conclusiones se indica que la responsabilidad social empresarial con el termino filantropía no es vista como la alta dirección como una estrategia dentro del mercado. Este trabajo fue fuente para la base teórica científica para posteriores investigaciones y tiene diversos temas como la viabilidad de los planes de mejora de la responsabilidad social empresarial desarrollados por las empresas. Esto no se pudo hacer debido a los obstáculos de tiempo y recursos. También beneficia a la sociedad y la economía al alentar a las empresas a convertirse en actores económicos, sociales y ambientales.

La revisión de la literatura respecto a la responsabilidad social empresarial, se considera los aportes de Alvarado y Schlesinger (2008) quienes señalan que la responsabilidad social empresarial abarca las expectativas económicas, éticas, legales y filantrópicas que la sociedad tiene de una organización en un momento dado. Según este modelo, existen cuatro dimensiones de la responsabilidad social empresarial que son sucesivamente dependientes unas de otras, estas son

económica, legal, filantrópica y legal. La responsabilidad social empresarial es reconocida porque se integra de manera eficiente con las empresas, enfocados con el elemento económico, social y ecológico, también con los derechos individuales, y de esta manera se generan políticas y estrategias que satisfagan dichas preocupaciones y soluciones dichas necesidades.

Por otra parte, Arrieta y Cruz (2005) explican:

La responsabilidad social empresarial brinda una ventana se salida en las organizaciones actuales, ya que se toma como una ventaja competitiva dentro de cualquier organización pública o privada por otro lado hay conciencia ambiental, con efectos rigurosos sobre la responsabilidad social empresarial resaltando los impactos que genera las actividades empresariales. (p. 37)

La responsabilidad es un tema que en la actualidad está empezando a aplicar cada vez más por los beneficios que generan en las organizaciones. Debido a esto, Carroll (1991) propuso: “Los cuatro tipos de responsabilidad social empresarial son los niveles que conforman la pirámide siendo estas la económica, legal, ética y filantrópica” (p. 126).

Figura 1

Pirámide de responsabilidad social empresarial de Carroll



Nota: Carroll, 1991, p. 201.

Asimismo, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) define que es la compañía que voluntariamente busca encontrar cuestiones ambientales y sociales en las operaciones comerciales y en las relaciones con los interlocutores para de esta manera generar políticas de responsabilidad social dentro de las Comunidades Europeas.

Por otro lado, Cancino y Morales (2008) indican: “Son las actividades sociales relacionadas a lo empresarial y se entienden como el comportamiento que ejecuta el área de marketing con el objetivo de hacer conocida la marca de la empresa en la población” (p. 18). Estas definiciones comenzando por la de Carroll explican que la base de toda responsabilidad social empresarial interna empieza por la parte más importante que es la económica que es buscar rentabilidad, luego con los permisos legales y otros asuntos de gestión por otro lado refiriéndonos a las actividades éticas que realiza una organización con su grupo de interés y por ultimo las responsabilidades referentes al clima laboral y la relación con sus empleadores.

En la misma línea, Porter (2007) sostiene que la responsabilidad social empresarial es importante por las siguientes razones:

- Realizar actividades progresivas de responsabilidad social corporativa ayuda a las organizaciones a expandir sus capacidades para atraer y mantener motivaciones laborales proactivas y capaces, que a la larga también pueden aumentar la productividad y la calidad, y obtener crédito en las instituciones financieras, gestión de riesgos, fidelización de clientes y crecimiento de instalaciones por otro lado también ayuda a velar por el bienestar del trabajador en diferentes ámbitos.
- El acto de ser responsable socialmente no solo incluye al recurso humano dentro de la organización, sino también al exterior con su grupo de interés,

tales como usuarios, proveedores, etc. es por ello que la importancia de esta variable tiene que ver con el nivel de constancia al momento de realizar actividades clave para el bienestar de sus stakeholders.

Por otro lado, el Banco Interamericano de Desarrollo (2011) sostiene que es destacable señalar sobre la importancia del Sustainability Scorecard como una herramienta para ampliar las perspectivas tradicionales, priorizando las metas organizacionales e integrar a los diversos grupos de interés, así como la importancia de la cultura organizacional y la estructura organizativa en el proceso de ejecutar del plan de responsabilidad social empresarial.

El Banco Interamericano de Desarrollo (2011) sostiene que sus prácticas responsables tienen componentes en común con las empresas más grandes, sus motivaciones, la naturaleza de sus prácticas, los resultados alcanzados y las estrategias de implementación y comunicación son muy distintos.

Por otro lado, Rodríguez y Rojas (2012) sostienen que:

La RSE es una gran ayuda para los funcionarios de una organización por el apoyo eficaz, tolerante y comprometido, las organizaciones buscan proporcionar bienestar social a los trabajadores y las comunidades involucradas, lo mismo es cierto para los sectores económico y ambiental nos indican que es importante formular diferentes políticas y agregar valor en búsqueda de un entorno competitivo superior sin comprometer los intereses de los individuos en grupos involucrados en las muchas tecnologías de la compañía, incluyendo regulaciones políticas de medio ambiente. (p. 91)

Las características de la responsabilidad social empresarial tienen que ver con las obligaciones que tiene la organización de acuerdo con mi teoría en lo económico, legal, ético y social a con su grupo de interés por otro lado ser socialmente

responsable tiene mucho que ver con el futuro y las consecuencias de tus actos en el presente y generar políticas para sostenerte en el tiempo.

Las teorías clásicas de la responsabilidad social empresarial permiten determinar que estas se dividen en cuatro:

A. Teorías instrumentales. Estas teorías son enfocadas en las actividades de la responsabilidad social empresarial, permiten generar un enriquecimiento empresarial, tiene como objetivo obtener utilidades por sobre las actividades sociales. Para este caso se analiza la teoría más reciente que es la de Porter (2002) y Kramer (2011) quienes plantean que las organizaciones se encuentran en una situación difícil referente a la toma de decisiones, esto se da porque la empresa puede desarrollar actividades sobre la responsabilidad social empresarial que ayuden a aumentar el valor y la reputación a largo plazo de la organización y por otro lado tiene los intereses de los socios, donde algunos ejercen presión para ver resultados monetarios en un corto tiempo. Cuando los socios valoran más el resultado económico a largo plazo permite a la empresa generar más actividades sobre la responsabilidad social por contrario si los socios buscan un bienestar económico a corto plazo, ejercer una política de responsabilidad social empresarial se torna más difícil ya que estaría yendo en contra de tus propios inversionistas.

B. Teorías integradoras. Estas teorías comprenden el deseo de la responsabilidad social empresarial buscando juntar múltiples peticiones sociales. Entre estas necesidades se puede observar la adecuación de las normativas, las políticas públicas por parte del gobierno, y la gestión en busca de bienestar del grupo de interés de la empresa.

Carroll (1991) explica un modelo conceptual que describe las características fundamentales por parte del desempeño social de una empresa. Este autor indica que

existen múltiples visiones de la responsabilidad social empresarial y que todas deben tomarse como una visión perceptual, refiriéndose a una forma de recepción social que asume que son igualmente importantes. Asimismo, Wilcox (2005) menciona que la responsabilidad social empresarial tiene obligaciones globales, el autor explica el motivo por el cual establecer que la responsabilidad social empresarial es fundamental para el crecimiento de la sociedad, partiendo desde la influencia que tienen las organizaciones sobre la económica, originar trabajos, bienestar económico, sobre las afectaciones en el medio ambiente, o sobre la vida social, desde el grupo de interés se generan diversas presiones éstas pueden ser el desarrollo de acciones y políticas corporativas, y se debe mejorar la parte operacional de su trabajo.

C. Teorías de carácter político. La teoría en el aspecto político, son aquellos relacionados al poder social que ganan las empresas cuando tiene una mayor influencia en la sociedad. Por tal motivo, Wood y Lodgson (2002) plantean un cambio de perspectiva en la responsabilidad social empresarial hacia las personas corporativas, esto se debe a que permite que tenga aceptación popular, captando la apreciación de la población, incrementando la eficiencia de la responsabilidad social empresarial. Al tener una teoría del ciudadano corporativo, los estudiosos han analizado dos áreas muy importantes que son la empresa como tal y la normativa institucional, ello se establece en dos miradas:

- Estableciendo una distinción para tener una percepción global o local al momento de establecer conexiones con los ciudadanos desde un panorama territorial, donde es analizada un ambiente específico vs un ambiente global.
- Unidad de análisis, donde el ciudadano es calificado como un nuevo ciudadano o una persona individual, esto genera que las empresas, también son considerados como parte de la ciudadanía.

D. Teorías sobre la ética y la moral en los negocios. Chomali y Majluf (2007) analizan la responsabilidad social empresarial en relación con los valores humanos, especialmente desde una perspectiva religiosa. En esta teoría se muestra que la organización juega un rol esencial en la comunidad como un agente que realiza cambios a nivel social, debe participar en el marco de la dimensión ética como se esperaba personas relacionadas con ellos. El autor explica en su filosofía social *ser bueno*, pero no porque sea rentable desde la economía, sino porque está acorde con nuestras condiciones como ciudadanos, porque crear mejores individuos, siendo así es que podremos contribuir a generar un mejor entorno saludable.

Las diferentes teorías tratadas establecen fundamentos que permiten comprender como se desarrollan la responsabilidad social en las empresas en una comunidad que cada vez exige más responsabilidades en el campo legal, cuidado de los involucrados en la empresa, proteger el ambiente y desarrollar actividades en beneficio de la responsabilidad social empresarial como parte del hombre por tener la bondad como inherencia.

De acuerdo con la pirámide de responsabilidad social empresarial tiene dos objetivos. El primero es ayudar a las empresas a percibir la responsabilidad social como una poderosa herramienta empresarial, creación de empresas y ventajas competitivas y en segundo lugar, el público en general sabe cómo diferenciar mejor las empresas socialmente responsables y leer las inversiones realizadas en torno a la responsabilidad social. Las dimensiones consideradas en el estudio, de acuerdo con la teoría analizada son:

A. Responsabilidad social económica. La responsabilidad económica de acuerdo con la teoría planteada en esta investigación es la más importante de las cuatro dimensiones puesto que considera las obligaciones de la empresa como

empleador en el bienestar económico, pago de remuneraciones, así como también nuevas oportunidades de ingresos. Al respecto, Carroll (1991) considera principalmente a la responsabilidad social económica puesto que lo único que aspiran las empresas es generar fuertes beneficios. En ese sentido, las empresas tienen la responsabilidad de maximizar los rendimientos para sus propietarios y accionistas mediante la producción de los bienes y servicios que la sociedad necesita. En el mismo sentido, Valenzuela (2004) menciona: “La igualdad entre responsabilidad social y rentabilidad ya que la empresa debe restringir sus procedimientos para el aumento de su utilidad en la empresa” (p. 12). En ese sentido, Carroll (1991) indica: “La responsabilidad económica es la primera y más importante responsabilidad de la empresa, puesto que es la base de la pirámide de Carroll que se refiere a la generación de capital y recursos que los ciudadanos esperan y así se les pueda vender” (p. 12). Por último, Marquina (2009) define: “La responsabilidad económica logra ser más rentable realizando productos de buena calidad y que presenten precios justos y acomodados a todo tipo de cliente” (p. 70).

B. Responsabilidad social filantrópica. Sievert (2004) menciona: “La filantropía corporativa se conoce como las donaciones que benefician a los negocios y a la sociedad con la expectativa de obtener vueltas satisfactorias” (p. 136). En el mismo sentido, Solís (2008) explica: “Por otro el autor explica que la responsabilidad social la empresa implementa inversiones filantrópicas estratégicas no solo buscando beneficios sino también beneficios económicos” (p. 48). Esta dimensión de responsabilidad filantrópica tiende a relacionarse más con las actividades realizadas por la organización buscando el bienestar de todo aquel que influya dentro de la realización de sus actividades, así como la búsqueda de retroalimentar los procesos internos y externos de la organización.

C. Responsabilidad social ética. La responsabilidad ética tiende a ver más con procesos internos dentro de la organización implementando herramienta de control y/o gestión tales como reglamento interno de trabajo, manual del código de ética, FODA de la empresa, entre otros, respetando los derechos humanos para la armonía dentro de una convivencia sana y responsable dentro de la empresa. Asimismo, Jáuregui et al. (2011) indican: “En la medida en que la persona jurídica está compuesta o administrada en última instancia por personas físicas, tiene sentido extender las obligaciones éticas formuladas a las personas físicas también a las personas jurídicas” (p. 89).

Por otro lado, Olcese (2013) indica:

La responsabilidad social es muy importante en el aspecto global de las empresas o instituciones públicas y privadas, puesto que busca el empoderamiento tecnológico, globalización y mayor conciencia de los colaboradores. Los ciudadanos proponen la necesidad de adoptar un modelo de negocio que pueda ser operado y mantenido ecosistemas sociales y ambientales. Vivimos en un planeta donde persisten importantes desequilibrios y requieren contramedidas coordinadas por todas las partes. (p. 9)

D. Responsabilidad social legal. La responsabilidad legal tiende a relacionarse más con las obligaciones que tiene la empresa como tal, por ejemplo, con el uso de permisos municipales, su protocolo o el plan de salud y seguridad en el trabajo, los seguros de sus trabajadores asimismo si cumple que la empresa deberá tener una persona con discapacidad que grado de compromiso tiene la empresa a nivel legal. Argandoña (2008) define: “La responsabilidad social más allá de ser una ley, debe cumplirse, es voluntario y no impone leyes, sino creencias o necesidades personales” (p. 12). Asimismo, Marom (2006) explica: “Hay dos razones que son normativas y

estratégicas. Las razones de supervisión enfatizan los requisitos legales generales para que las organizaciones inicien prácticas de responsabilidad social” (p. 82).

En relación con la base teórica del desarrollo sostenible, Camino y Müller (1993) elaboraron un resumen del concepto de sostenibilidad defendido por múltiples autores, que considera los aspectos ecológicos, económicos y sociales dentro de un ecosistema que es ecológicamente sustentable cuando está en uso, manteniendo las características básicas de componentes e interacciones de manera indefinida en el tiempo. Económicamente es sustentable, cuando las personas que lo manejan generan una rentabilidad razonable y estable; desde este punto de vista, explican que cuando la gestión y organización de un sistema es compatible con los valores culturales y morales del grupo involucrado, el sistema será continuo y sostenible en el tiempo.

Carrizosa (2003) explica:

El desarrollo sostenible comienza con aplicaciones en ingeniería forestal y biología pesquera. Esto se debe a que estos trabajos tratan de mantener un inventario mínimo para la producción en base a modelos cuantitativos. A raíz de esta regulación, el concepto fue adoptado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) y se extendió a otras áreas, centrándose en el uso sostenible y formando la base de los documentos publicados hasta 1985. (p. 133)

Por otro lado, Alvarado (2017) argumenta a favor de este desarrollo sostenible de la siguiente manera. El término puede vincularse al concepto de protección. Esto se debe a que persigue una estrategia de desarrollo que tiene en cuenta los problemas globales sin descuidar de ninguna manera los intereses de los países o comunidades más vulnerables o más vulnerables.

Respecto a la importancia del desarrollo sostenible, Varitica (2012) describe que desarrollo sostenible es: “El desarrollo en el proceso de la excelencia a través de fabricación y consumo e inversión, las personas pueden disfrutar de las condiciones materiales, sociales y ambientales del presente y los próximos años, mejorando así la calidad de vida” (p. 32). Luego de fijar como objetivo común el desarrollo sustentable, diferentes autores toman distintas posiciones para aclarar el significado del término, para lo cual Sepúlveda (2002) considera inseparables el desarrollo económico y el uso racional de los recursos ambientales del desarrollo sustentable.

Sepúlveda (2002) indica que los aspectos más importantes sobre el desarrollo sostenible son:

- En 2002, se celebró en Johannesburgo la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible (CMDSD). El propósito de esta reunión fue revisar el alcance y el progreso en comparación con la reunión de Río de 1992. El resultado de esta conferencia fue la Declaración de Johannesburgo, que establece que los signatarios tienen la responsabilidad común de promover y fortalecer el desarrollo económico y social y la protección del medio ambiente como pilares del desarrollo sostenible.
- Por último, se puede entender que el desarrollo sostenible es notablemente importante para las organizaciones hoy en día ya que no es algo que se pueda ver en un tiempo corto, por el contrario, es una consecuencia a largo plazo aplica en los recursos humanos, los recursos ambientales, y es importante ya que a futuro se está creando un ambiente amigable y sostenible para nuestra organización y el mundo.

Respecto a las características del desarrollo sostenible, Europeaid (2007) explica que el desarrollo sostenible es uno de los objetivos de la cooperación al

desarrollo. Porque de esta forma implementa futuras políticas de sostenibilidad y se basa en tres dimensiones como el medio ambiente, economía y sociedad. El medio ambiente juega un papel central en la integración del desarrollo económico y social con la dimensión ambiental.

Argüello (2004) menciona: “El desarrollo sostenible tiene como objetivo beneficiar los gustos o necesidades actuales sin dañar el futuro ya que muchas malas prácticas que tienen hoy las empresas repercuten el crecimiento económico, ambiental y social de esto se trata ser” (p. 32).

Se considera que una organización socialmente responsable tiene características cuyas actividades económicas mejoran los sistemas ambientales y el modo de vida de las personas, hacen un uso eficiente de los recursos y promueven el uso de recursos reciclados y renovables.

Respecto a las consideraciones teóricas del desarrollo sostenible, Díaz (2011) indica que el desarrollo sostenible se describe en tres elementos esenciales de la sustentabilidad estos son:

A. Desarrollo sostenible social. Según Redclift (1996) la gestión ambiental y el conflicto involucran dos procesos: cómo las personas dominan la naturaleza y cómo algunas personas dominan a otras. El dominio humano del medio ambiente es muy claro. El poder que ejercen los países desarrollados contra los países en desarrollo debido a las exportaciones de recursos naturales es la llamada deuda ecológica de los primeros, que impide que los países desarrollados paguen el precio a pesar de las externalidades y los costos sociales. Los países desarrollados reflejan el verdadero valor de los recursos y la extracción. Si relacionamos la evaluación ambiental con la cuantificación de costos y beneficios, es decir, la disposición a pagar por mejoras en la calidad ambiental, las diferencias entre países son enormes porque los servicios

básicos en los países en desarrollo requieren una pérdida de calidad ambiental en un corto período de tiempo (Período de beneficios económicos). Este tipo de desarrollo, según Díaz (2011) parten de la conciencia de la persona para desenvolverse en ciertos ámbitos relacionados a las ciencias naturales, quienes a partir de su conocimiento, descubrimiento y apreciación empiezan a identificar actitudes o materiales nocivos para la conservación del medio ambiente.

Por otro lado, se evalúa la distribución de los recursos y sus consecuentes escases que provoca el consumo y las respuestas de las personas, quienes enfrentan cada vez más severas dificultades para acceder a ciertos recursos indispensables para sobrevivir (Díaz, 2011).

B. Desarrollo sostenible ecológico. La sustentabilidad ambiental significa que el ciclo termina cuando la economía cambia y trata de imitar a la naturaleza. Es decir, el diseño del sistema de producción debe ser capaz de utilizar únicamente recursos y energías renovables sin generar residuos. Esto se debe a que estos recursos vuelven a la naturaleza (compostaje) o se convierten en insumos para otros productos manufacturados. Este indicador da valor a la principal fuente de suministro para el hombre, que es la tierra, está orientada en garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, cuyo principal propósito es preservar las condiciones de la tierra, defendiendo los bosques, cuidar la sobrevivencia de especies, cuidar las buenas condiciones del aire y fuentes de agua, lograr un manejo urbanizado y otros factores relacionados al medio ambiente que en su conjunto brindan las condiciones necesarias para la vida de las personas (Díaz, 2011).

C. Desarrollo económico. La crisis económica internacional de 1973 despertó sospechas de que el modelo de crecimiento económico se creía compatible, por un lado, con los recursos materiales naturalmente ilimitados (materias primas, energía,

agua) y, por otro, con la protección del medio ambiente. En ese sentido, Redclift (1996) indica que existen externalidades que incluyen el efecto invernadero y la destrucción de estratos. El ozono no es el resultado de la escasez, sino de la naturaleza imprudente e insostenible de los sistemas de producción.

Por otro lado, Labandera et al. (2007) determinan que el desarrollo económico tiene efectos contradictorios sobre el entorno natural. En primer lugar, el aumento del ingreso per cápita está impulsado por un mayor consumo de materias primas y energía, lo que genera más desechos y exacerba los problemas ambientales. Las mejoras en las tecnologías y las modificaciones en las preferencias que conducen al crecimiento económico pueden reducir el impacto ambiental relativo del crecimiento.

En este contexto, Espinosa (2007) establece la necesidad de conciliar el crecimiento económico sostenido con la justicia social, la protección, la gestión eficaz y la eficiencia del medio ambiente. Este es el camino hacia el éxito cuando los países pobres y ricos caminan juntos.

Al finalizar las bases teóricas, es preciso mencionar que fue necesario explicar algunos términos que ayudaron a comprender las bases teóricas, entre ellas:

Código de ética. Es todo aquel documento establecido bajo procedimientos de control y sanciones antes posibles prácticas de corrupción también establece normal que pueden limitar a los trabajadores a recibir regalos o donativos a cambio de un beneficio personal.

Desarrollo sostenible. Es toda aquella acción desarrollada por una organización en la actualidad sin perjudicar a generaciones futuras referente a la ecología, la economía y la sociedad.

Equidad social. En la sociedad el derecho a la accesibilidad a la igualdad social en tecnología. La igualdad de acceso a la tecnología es un tema recurrente y una

forma de establecer y desarrollar una sociedad justa e igualitaria con los miembros. El conocimiento técnico permite a las personas realizar una variedad de actividades de producción.

Filantropía. Es cuando las empresas, organizaciones y personas ayudan de manera desinteresada, sin ningún tipo de interés ni beneficio económico.

Iniciativa. Es cuando una persona es proactiva, no necesita que le estén mandando o delegando algún tipo de función si no por el contrario la persona lo hace de voluntad propia.

Prestigio. Es cuando una persona alcanza un nivel de pertenencia dentro de un grupo social, o cuando alcanza un poder adquisitivo alto en consecuencia obtiene un prestigio social o económico.

Reputación. Es por lo que una persona o empresa se mantiene en el tiempo, ya que sin una buena reputación no se llega muy lejos.

Responsabilidad social empresarial. Es el compromiso, el valor, el manejo de riesgos, la integridad como parte de un esquema de buen gobierno, la gestión en la reputación y responsabilidad ambiental, los productos y servicios.

Sostenibilidad. Se entiende que es una consecuencia de la responsabilidad social ya que la sostenibilidad se mantiene en el tiempo y es permanente.

Stakeholders. Es el grupo de interés que genera valor a la empresa tanto en los procesos logísticos, ventas, proveedores, clientes, canales, entre otros.

Salud ocupacional y seguridad en el trabajo. De acuerdo con lo establecido por ley toda empresa constituida debe tener un comité para efecto de crear protocolos y consignas sobre prevenir incidentes laborales y atender malestares en el trabajo, el cual se puede dar con el uso adecuado del equipo de protección personal y todo aquello a referente a la seguridad del trabajador.

Retroalimentación. Es la capacidad que tienen las diversas áreas de la empresa para que dos o a más sistemas que están en constante comunicación modifiquen su forma de comportarse dependiendo de la respuesta que uno recibe del otro y puedan emitir métodos de control en el cual se busca optimizar y mejorar toda el área.

Ventaja competitiva. Es la característica de una empresa o individuo que lo coloca en una posición competitiva relativa que se superpone y supera a otros en la misma industria o sector con características de sus productos o servicios diferenciadores de otros.

Voluntariado. Son todas las prácticas sociales que se realizan por voluntad propia hacia una comunidad o entorno para mejorar la calidad de la vida social y conservar el medio ambiente.

CAPÍTULO II
METODOLOGÍA

2.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación es aplicada debido a que empleó teorías y conocimientos ya elaborados, la cuales permitieron proponer alternativas de solución referente a la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018) explican: “La investigación aplicada tiene como finalidad aplicar los conocimientos expuestos ante una problemática, es así como hace énfasis en llevar a la práctica lo que se observa en su contexto natural o habitual” (p. 134).

La investigación es de nivel correlacional puesto que su finalidad es establecer el nivel de relación que presenta la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible. Al respecto, Cancela (2010) define: “Estas investigaciones deben sustentar relaciones significativas, con el uso de los coeficientes de correlación que con las matemáticas aportan valiosa información sobre el grado de dirección entre las variables” (p. 45).

El estudio aplica el enfoque cuantitativo por lo mismo que busca medir mediante la recolección de datos, asimismo se hace uso de la estadística para reafirmar la hipótesis. Ñaupas et al. (2018) indican: “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis formuladas previamente, además confía en la medición de variables e instrumentos de investigación” (p. 140).

El trabajo es de diseño no experimental debido que en su desarrollo no se manipuló las variables de estudio, es decir, no se observa relaciones de causa y efecto. Hernández y Mendoza (2018) definen: “La investigación no experimental es aquella que observa y analiza un fenómeno o variable tal como ocurre en su contexto natural, sin manipular intencionalmente la variable” (p. 102). Finalmente, la investigación es de corte transversal ya que se define como un tipo de estudio que

será observada y analizada teniendo un único periodo de tiempo en una población o muestra predeterminada.

2.2. Población, muestra y muestreo

Hernández y Mendoza (2018) sostiene que la población: “Es el conjunto total de individuos al cual se va a analizar o estudiar en un tiempo determinado” (p. 229). En la investigación la población estuvo conformado por 100 servidores públicos de la empresa municipal de mercados donde como criterio de inclusión se consideró aquellos que son locadores de servicio y personal nombrado.

Respecto a la muestra, Hernández y Mendoza (2018) explican: “La muestra son las unidades de análisis representativas de la población dispuestas a participar en el estudio, además deben tener las mismas características que presenta la población” (p. 231). En la investigación, se tuvo una muestra conformada por 80 servidores públicos de las cuales 58 son personal locadores de servicio y 22 personal en planilla dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima.

Este muestreo es no probabilístico de tipo intencional porque el investigador selecciona a las unidades de análisis de acuerdo con su conveniencia. Hernández y Mendoza (2018) definen el muestreo no probabilístico como: “Un subgrupo en el que todos los elementos no tienen la misma posibilidad de ser elegidos como integrante de la muestra de estudio” (p. 200).

La fórmula del cálculo de tamaño de muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 * p * q}$$

N: Marco Muestral.

Z: Nivel de confianza.

p: Atributo / probabilidad.

d: Precisión

n: Tamaño de la muestra

Reemplazando los valores en la fórmula se obtiene una muestra de 80 servidores públicos de la empresa municipal de mercados.

$$n = \frac{10086 * 1.960^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (100 - 1) + 1.960^2 * 0.5 * 0.5} = 80$$

De acuerdo con el resultado de fórmula de cálculo de tamaño de muestra, los 80 servidores públicos son los que forman parte de las unidades de información sobre las variables de estudio.

2.3. Hipótesis

Hipótesis general

La responsabilidad social empresarial se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.

Hipótesis específicas

La responsabilidad social filantrópica se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.

La responsabilidad social económica se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.

La responsabilidad social legal se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.

La responsabilidad social ética se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.

2.4. Variables y operacionalización

La variable es comprendida que una característica que está sujeta a variación razón por la cual es medible. Por otro lado, una variable para medirse necesita operacionalizarse con la finalidad de ser más específica.

Tabla 1*Cuadro de operacionalización de la responsabilidad social empresarial*

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Mendieta (2012) indica que la responsabilidad social empresarial está asociada a preservar y cuidar el espacio ecológico, y las problemáticas sociales, económicos y que hay en la sociedad.	La responsabilidad social empresarial se mide en 4 dimensiones (responsabilidad social filantrópica, económica, ética y legal), y 12 indicadores y un total de 36 ítems que conforman el instrumento de recolección de datos.	Responsabilidad social filantrópica Responsabilidad ética Responsabilidad legal Responsabilidad económica	- Clima Laboral - Inversión Social - Misión de la empresa - Uso de recursos renovables - Código de ética - Valores éticos - Tipo de contratación - Derechos humanos - Salud ocupacional y seguridad en el trabajo - Incentivos mensuales - Tiempo de servicio - Bienestar económico	1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo

Así como se desarrolló la operacionalización de la primera variable de estudio responsabilidad social empresarial, también fue importante operacionalizar la variable desarrollo sostenible con la finalidad de ser medible mediante la aplicación de su producto como es el cuestionario de recolección de datos medido es una escala de Likert.

Tabla 2*Cuadro de operacionalización del desarrollo sostenible*

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición y valores
Bergh (1996) indica que el desarrollo sostenible es la estructura en la sostenibilidad en términos sociales. Carrizosa (2003) explica que el desarrollo sostenible se enfoca a mantener el uso mínimo de los recursos para elaborar los bienes.	El desarrollo sostenible se mide en 3 dimensiones (Desarrollo económico, social y medio ambiente). 9 indicadores y un total de 27 ítems.	Desarrollo social Desarrollo económico Desarrollo ecológico	- Equidad social - Satisfacción laboral - Meritocracia - Eficiencia económica - Costo de vida - Proyecciones económicas - Procesos contaminantes - Retroalimentación - Recursos naturales	1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Valderrama (2013) define al cuestionario como un conjunto de elementos presentados en forma de enunciados o juicios a los que se interrogan sobre la respuesta de los sujetos. Los datos se extrajeron directamente de la muestra de forma confidencial y anónima.

En este estudio, se aplicó como instrumentos de recolección de datos el cuestionario que tuvieron como finalidad recoger la información de ambas variables que permita desarrollar un análisis estadístico que permita cumplir con los objetivos de la investigación.

Los instrumentos desarrollados presentan niveles adecuados de validación que fueron desarrollados mediante el criterio de jueces expertos en el tema.

Tabla 3

Resultados de validación de los cuestionarios

Validador	Resultado de aplicabilidad
Mg. Mario Edgar Chura Alegre	Aplicable
Mg. Iván Javier Rivarola Ganoza	Aplicable
Mg. Jorge Alonso Ramos Chang	Aplicable

Los resultados de la tabla realmente permiten concluir que los cuestionarios de responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible realmente miden las variables que indican medir.

Instrumento I. Cuestionario de la variable responsabilidad social empresarial

El cuestionario fue elaborado con la finalidad de medir objetivamente la responsabilidad social empresarial desde las cuatro dimensiones como son la responsabilidad social filantrópica, ética, legal y económica.

Tabla 4

Ficha técnica del cuestionario de la responsabilidad social empresarial

Características	Descripción
Nombre	Cuestionario de responsabilidad social empresarial
Autores	Bryan Eduardo Almeida Cabrejos
Ámbito de aplicación	80 colaboradores de la Gerencia de proyectos de desarrollo e infraestructura y Gerencia de Administración de mercados.
Informadores	Profesionales que desempeñan su labor dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima
Administración	Individual
Validación	Especialistas temáticos del área de administración marketing.
Finalidad	Identificar la percepción sobre la responsabilidad social empresarial y plantear estrategias para reforzar la variable de estudio.
Puntuación	Puntuaciones estándar medidas en eficiente, regular y deficiente.

Por otro lado, la prueba de consistencia interna del cuestionario de responsabilidad social empresarial se desarrolló con las puntuaciones obtenidos de los datos de los informantes, asimismo, estos datos fueron procesados en el estadígrafo alfa de Cronbach puesto que presentan una escala politómica.

Tabla 5

Resultados de fiabilidad del cuestionario de responsabilidad social empresarial

Factores y total	Alfa de Cronbach	N de elementos
Responsabilidad social filantrópica	0.809	9
Responsabilidad social ética	0.804	9
Responsabilidad social legal	0.862	9
Responsabilidad social económica	0.864	9
Total de la prueba	,949	36

En la tabla 5 se observa los resultados estadísticos de alfa de Cronbach lo cual indica un nivel de 0.949 lo que permite concluir que el cuestionario presenta un nivel de confiabilidad muy alto. Por otro lado, se observan resultados que indican un nivel de 0.809 para la dimensión responsabilidad social filantrópica, 0.804 para la dimensión responsabilidad social ética, 0.862 para la dimensión responsabilidad social legal y 0.864 para la dimensión responsabilidad social económica. Estos resultados confirman el excelente nivel de confiabilidad del cuestionario de responsabilidad social empresarial.

Instrumento II. Cuestionario de la variable desarrollo sostenible

Este cuestionario sirve para medir el desarrollo sostenible en función de tres dimensiones que son el desarrollo social, económico y ecológico. Es importante mencionar que los resultados de la aplicación del cuestionario son confidenciales puesto que así lo indica el consentimiento informado que se realizó a las unidades de análisis, es decir, los resultados serán de uso exclusivo del estudio.

Tabla 6*Ficha técnica del cuestionario de desarrollo sostenible*

Características	Descripción
Nombre	Cuestionario de desarrollo sostenible
Autores	Bryan Eduardo Almeida Cabrejos
Ámbito de aplicación	80 colaboradores de la Gerencia de proyectos de desarrollo e infraestructura y Gerencia de Administración de mercados.
Informadores	Profesionales que desempeñan su labor dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima
Administración	Individual
Validación	Especialistas temáticos del área de administración marketing.
Duración	8 minutos aproximadamente
Significación	Evaluación objetiva sobre el desarrollo sostenible
Finalidad	Identificar la percepción sobre el desarrollo sostenible y plantear estrategias para reforzar la variable de estudio.
Puntuación	Puntuaciones estándar medidas en eficiente, regular y deficiente.

La prueba de consistencia interna del cuestionario de desarrollo sostenible se desarrolló con los puntajes obtenidos de los informantes, estos datos fueron procesados en el estadígrafo alfa de Cronbach puesto que presentan una escala de cinco alternativas.

Tabla 7*Resultados de fiabilidad del cuestionario de desarrollo sostenible*

Factores/total	Alfa de Cronbach	N de elementos
Desarrollo social	0.809	9
Desarrollo ecológico	0.828	9
Desarrollo económico	0.781	9
Total de la prueba	,906	27

En la tabla 7 se observa los resultados estadísticos de alfa de Cronbach lo cual indica un nivel de 0.906 lo que permite concluir que el cuestionario presenta un nivel de confiabilidad muy alto. Asimismo, se observan resultados de las dimensiones del cuestionario de desarrollo sostenible que indican un nivel de 0.809 para la dimensión

desarrollo social, 0.828 para la dimensión desarrollo ecológico y 0.781 para la dimensión desarrollo económico. Estos resultados confirman el excelente nivel de confiabilidad del cuestionario de desarrollo sostenible.

2.6. Procedimientos

El procedimiento para desarrollar este estudio consistió en la identificación argumentación del problema de investigación. Posteriormente, se revisó bibliografía relacionada con las variables de estudio que consistieron en la identificación de los antecedentes de estudio y las bases teóricas. Luego se construyeron los cuestionarios y se solicitó el permiso a la empresa para poder recoger los datos de las unidades de información lo que permitió tener conclusiones importantes que dieran luces de la solución al problema de estudio.

2.7. Análisis de datos

Respecto al procesamiento de información, se registró y clasificó en el programa Excel y SPSS 25 donde se realizó el siguiente análisis:

Primero. Se desarrolló una evaluación de las frecuencias de las variables que estarán presentadas en tablas y gráficos de manera independiente.

Segundo. Se midió la confiabilidad de la prueba estadística alfa de Cronbach que sirvió para estimar la confiabilidad de los cuestionarios.

Tabla 8

Valores de confiabilidad del alfa de Cronbach

Valores	Niveles de confiabilidad
0,53 a menos	La confiabilidad será nula
0,54 a 0,59	La confiabilidad será baja
0,60 a 0,65	La confiabilidad será moderada
0,66 a 0,71	La confiabilidad será alta
0,72 a 0,99	La confiabilidad será muy alta
1	La confiabilidad será perfecta

Nota: Ñaupas et al., 2018, p. 279.

Tercero. La prueba de normalidad de las variables se desarrolló aplicando la prueba de Kolgomorov Smirnov ya que el tamaño de muestra es mayor a 50 colaboradores.

Cuarto. La contrastación de hipótesis se realizó usando la prueba paramétrica R de Pearson, puesto que los datos presentan una distribución de contraste normal.

Tabla 9

Escala de valoración del coeficiente de la correlación Pearson

Rango	Magnitud
0	Correlación nula
0,01 al 0,193	Correlación positiva muy baja
0,2 al 0,393	Correlación positiva baja
0,4 al 0,693	Correlación positiva moderada
0,7 al 0,893	Correlación positiva alta
0,9 al 0,993	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Hernández y Mendoza, 2018, p. 346

2.8. Aspectos éticos

Esta investigación presenta información original obtenidos mediante el consentimiento informado de las unidades de información del Gran Mercado Mayorista de Lima. Por otro lado, la presentación se ajusta a lo que solicita en las direcciones relacionadas con la investigación dentro de la universidad.

CAPÍTULO III
RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos de las variables

Tabla 10

Análisis descriptivo de la variable responsabilidad social empresarial

	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	16	20,0
Medio	46	57,5
Alto	18	22,5
Total	80	100,0

En la tabla 10 se aprecia que los 46 servidores públicos que representan el 57.5% indican una responsabilidad social empresarial regular, 18 servidores públicos que representan el 22.5% indican una responsabilidad social empresarial buena y 16 servidores públicos que representan el 20% indican una responsabilidad social empresarial baja. El desconocimiento que tiene la mayoría de los servidores públicos sobre el tema de responsabilidad social empresarial evidencia la falta de una política de responsabilidad social empresarial, muchas veces también a casusa de que los trabajadores deben rotar constantemente y al desconocimiento de la empresa.

Tabla 11

Análisis descriptivo de la variable desarrollo sostenible

	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	20	25,0
Medio	39	48,8
Alto	21	26,3
Total	80	100,0

En la tabla 11 se aprecia que 39 servidores públicos que representan el 48.8% perciben al desarrollo sostenible como regular, 21 servidores públicos que representan el 26.3% perciben al desarrollo sostenible como bueno y 20 servidores públicos que representan el 25% perciben al desarrollo sostenible como bajo. Existe un grupo que no tiene una buena percepción porque la empresa no tiene una

comunicación asertiva a con su grupo de interés.

3.2. Resultados descriptivos de las dimensiones

Resultados descriptivos de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial

Tabla 12

Análisis descriptivo de la dimensión responsabilidad social filantrópica

	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	13	16,3
Medio	52	65,0
Alto	15	18,8
Total	80	100,0

En la tabla 12 se aprecia que los 52 servidores públicos que representan el 65% perciben una responsabilidad social filantrópica regular, 15 servidores públicos que representan el 18.8% perciben una responsabilidad social filantrópica buena y 13 servidores públicos que representan el 16.25% perciben una responsabilidad social filantrópica baja. Muchos colaboradores perciben que esta procura el bienestar de los mismo sin algún tipo de interés, mientras otro grupo percibe que la empresa busca un beneficio.

Tabla 13

Análisis descriptivo de la dimensión responsabilidad social ética

	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	19	23,8
Medio	50	62,5
Alto	11	13,8
Total	80	100,0

En la tabla 13 se aprecia que los 50 servidores públicos que representan el 62.5% perciben una responsabilidad social ética regular, 11 servidores públicos que representan el 13.8% perciben una responsabilidad social ética buena y 19 servidores

públicos que representan el 23.8% perciben una responsabilidad social ética baja. Muchos colaboradores tienen malas percepciones sobre el tema de nepotismo ya que muchas veces las plazas que quedan libres dentro de la organización son direccionadas de manera inusual hacia allegados y/o familiares generando un impacto negativo en el tema de responsabilidad social ética.

Tabla 14

Análisis descriptivo de la dimensión responsabilidad social legal

	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	20	25,0
Medio	43	53,8
Alto	17	21,3
Total	80	100,0

En la tabla 14 se muestra que 43 servidores públicos que representan el 53.8% perciben una responsabilidad social legal regular, 17 servidores públicos que representan el 21.3% perciben una responsabilidad social legal buena y 20 servidores públicos que representan el 25% perciben una responsabilidad social legal baja. Existe una mala realización de las contrataciones tanto en procesos de licitación, contrataciones directa o contratación de servicios no personales.

Tabla 15

Análisis descriptivo de la dimensión responsabilidad social económica

	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	15	18,8
Medio	51	63,7
Alto	14	17,5
Total	80	100,0

En la tabla 15 se aprecia que 51 servidores públicos que representan el 63.7% perciben una responsabilidad social económica regular, 14 servidores públicos que representan el 17.5% perciben una responsabilidad social económica buena y 15

servidores públicos que representan el 18.8% perciben una responsabilidad social económica baja. En definitiva, los beneficios son buenos para algunos en este caso el personal nombrado.

Resultados descriptivos de las dimensiones del desarrollo sostenible

Tabla 16

Análisis descriptivo de la dimensión desarrollo social

	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	16	20,0
Medio	41	51,2
Alto	23	28,7
Total	80	100,0

En la tabla 16 se aprecia que 41 servidores públicos que representan el 51.2% perciben un desarrollo social regular, 23 servidores públicos que representan el 28.7% perciben un desarrollo social bueno y 16 servidores públicos que representan el 20% perciben un desarrollo social bajo. Muchos colaboradores pueden percibir esto de manera positiva por la estabilidad entre comillas que se le da dentro de la organización ya que normalmente el tiempo de contratación oscila entre 1 a 3 meses dependiendo del cargo y antigüedad.

Tabla 17

Análisis descriptivo de la dimensión desarrollo económico

	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	22	27,5
Medio	40	50,0
Alto	18	22,5
Total	80	100,0

En la tabla 17 se aprecia que 40 servidores públicos que representan el 50% perciben un desarrollo económico regular, 18 servidores públicos que representan el 22.5% perciben un desarrollo económico bueno y 22 servidores públicos que

representan el 27.5% perciben un desarrollo económico bajo. Se percibe como negativa la falta de un crecimiento profesional en la empresa y el modelo de gestión muy vertical que se maneja, es difícil ocupar un cargo de alta dirección.

Tabla 18

Análisis descriptivo de la dimensión desarrollo ecológico

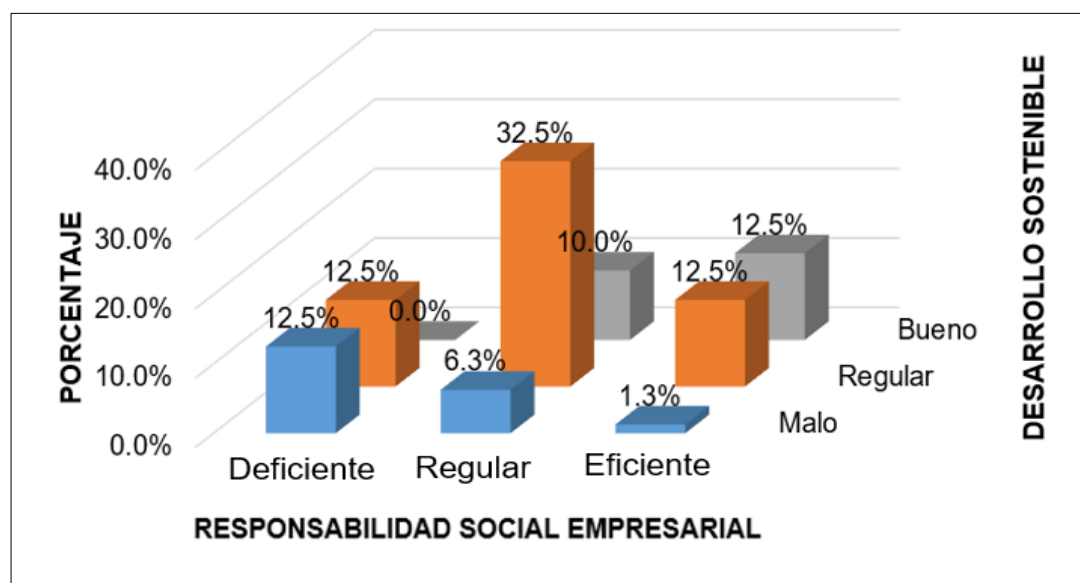
	Trabajadores	Porcentaje
Bajo	18	22,5
Medio	44	55,0
Alto	18	22,5
Total	80	100,0

En la tabla 18 se muestra que 44 servidores públicos que representan el 55% perciben un desarrollo ecológico regular, 18 servidores públicos que representan el 22.5% perciben un desarrollo ecológico bueno y 18 servidores públicos que representa el 22.5% perciben un desarrollo ecológico bajo. Muchos trabajadores tienen conocimiento que existe un programa de reutilización de ciertos recursos como el agua para el riego dentro de las instalaciones.

3.3. Resultados descriptivos de las variables relacionadas

Figura 2

Tabla cruzada entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible



En la figura 2, se evidencia que el 12.5% de los servidores públicos consideran que las variables de estudio se relacionan de manera deficiente/malo, por otro lado, el 32.5% consideran que la relación es regular, mientras que el 12.5% considera que se relacionan de manera eficiente/buena, demostrando que existe una relación significativa entre las dos variables.

3.4. Prueba de normalidad para la variable de estudio.

H₀. Las variables de estudio presentan una distribución normal.

H_a. La variable de estudio no presentan una distribución normal.

Tabla 19

Resultado de la prueba de normalidad de las variables de estudio

		Responsabilidad social empresarial	Desarrollo sostenible
N		80	80
Parámetros normales ^{a,b}	Media	130,3333	106,5490
	Desv. Desviación	39,46779	11,88161
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,331	,147
	Positivo	,246	,128
	Negativo	-,331	-,147
Estadístico de prueba		,331	,147
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^c	,200 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

La tabla 19 se muestra los resultados de la prueba de normalidad de Kolmodorov-Smirnov, en ella se evidencia que la distribución de los valores de las variables responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible se aproximan a una distribución normal con valor de significancia es 0.200. Dicho resultado permite rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula. Por lo tanto, en la prueba hipótesis se aplicó el coeficiente de correlación paramétrica R de Pearson.

3.5. Procedimientos correlacionales

Contrastación de hipótesis general

H₀. No existe relación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

H_a. Existe relación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

Tabla 20

Resultados de correlación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible

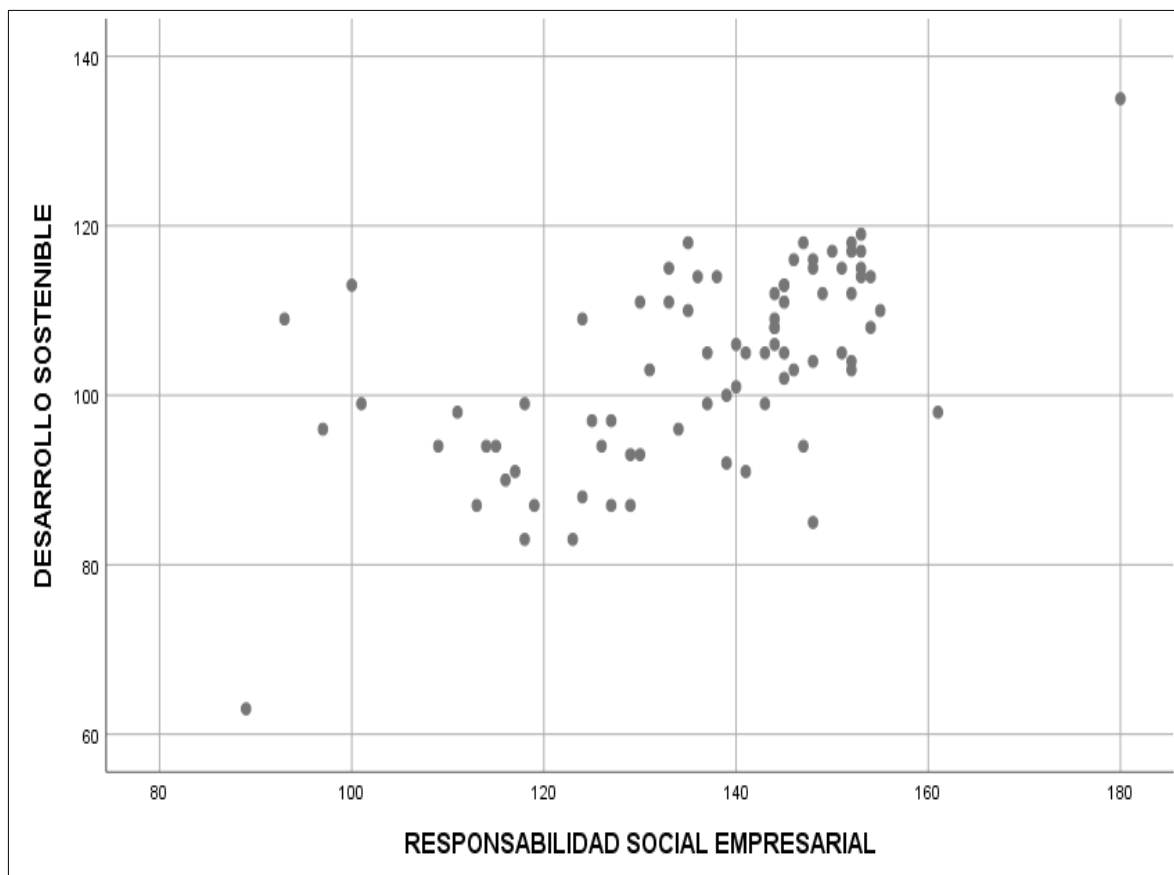
		Desarrollo sostenible
Responsabilidad social	Correlación de Pearson	,607**
empresarial	Sig. (bilateral)	.000
	N	80

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

En la tabla 20 se detallan los resultados de la relación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible. En ella se observa un nivel de significancia de 0,000 que es menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación de Pearson de 0.607 indicando que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en el gran mercado mayorista, por lo tanto, se puede interpretar que si se desarrolla una correcta gestión de responsabilidad social empresarial mejora el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima durante el año 2023.

Figura 3

Gráfico de dispersión de la variable responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible



En la figura 3, se observa el gráfico de dispersión entre las variables responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible, este gráfico evidencia una tendencia positiva y directa entre las variables de estudio, entendiéndose que mientras mayor sean los puntajes de responsabilidad social empresarial mayores serán los puntajes de desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima durante el año 2023.

Contrastación de hipótesis específica 1

H_0 . No existe relación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

H_1 . Existe relación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

Tabla 21*Resultados de correlación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible*

		Desarrollo sostenible
Responsabilidad social filantrópica	Correlación de Pearson	,554**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	80

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

En la tabla 21 se detallan los resultados de la relación entre la dimensión responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible. En ella se observa un nivel de significancia de 0,000 que es menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación de Pearson de 0.554 indicando que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible en el gran mercado mayorista, por lo tanto, se puede interpretar que en la medida que se gestione correctamente la responsabilidad social filantrópica mejora el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima durante el año 2023.

Contrastación de hipótesis específica 2

H₀. No existe relación entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

H₂. Existe relación entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

Tabla 22*Resultados de correlación entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible*

		Desarrollo sostenible
Responsabilidad social ética	Correlación de Pearson	,550**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	80

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

En la tabla 22 se detallan los resultados de la relación entre la dimensión responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible. En ella se observa un nivel de significancia de 0,000 que es menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación de Pearson de 0.550 indicando que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible en el gran mercado mayorista, por lo tanto, se puede interpretar que en la medida que se gestione correctamente la responsabilidad social ética mejora el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima durante el año 2023.

Contrastación de hipótesis específica 3

H₀. No existe relación entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

H₃. Existe relación entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.

Tabla 23

Resultados de correlación entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible

		Desarrollo sostenible
Responsabilidad social legal	Correlación de Pearson	,557**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	80

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

En la tabla 23 se detallan los resultados de la relación entre la dimensión responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible. En ella se observa un nivel de significancia de 0,000 que es menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación de Pearson de 0.557 indicando que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista,

por lo tanto, se puede interpretar que en la medida que se gestione correctamente la responsabilidad social legal mejora el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima durante el año 2023.

Contrastación de hipótesis específica 4

H₀. No existe relación entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

H₄. Existe relación entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023.

Tabla 24

Resultados de correlación entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible

		Desarrollo sostenible
Responsabilidad social económica	Correlación de Pearson	,424**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	80

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

En la tabla 24 se detallan los resultados de la relación entre la dimensión responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible. En ella se observa un nivel de significancia de 0,000 que es menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Asimismo, se observa un coeficiente de correlación de Pearson de 0.424 indicando que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible en el gran mercado mayorista, por lo tanto, se puede interpretar que en la medida que se gestione correctamente la responsabilidad social económica mejora el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima durante el año 2023.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

Actualmente, las empresas han planteado nuevas inquietudes sobre el por qué la responsabilidad social empresarial ocupa una escala global y necesita obtener un alto nivel de atención. Su incorporación al marco del desarrollo sostenible permitirá considerar temas emergentes de alto impacto. En ese sentido, la responsabilidad social empresarial tiene como estrategia generar bienestar dentro de la organización y de sus grupos de interés al generar valor compartido entre ella.

En referencia a lo hallado en la prueba de hipótesis general se demostró que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible ($r=0,607$; $\text{Sig.}=0.000$). El resultado de la investigación se contrasta con los resultados obtenido por Gutiérrez (2021) en su tesis titulada *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el crecimiento empresarial de las mypes de la ciudad de Cajamarca*, quien concluye que las variables responsabilidad social empresarial tienden a relacionarse de manera altamente significativa con el crecimiento organizacional de las mypes ($r=0,895$; $\text{Sig.}=0.000$). Se puede evidenciar que la responsabilidad social empresarial influye en el desarrollo mypes y también influye en el desarrollo sostenible del gran mercado mayorista, por tanto, se puede inferir que poco importa el rubro de en el cual se desarrolle la empresa, si la empresa desarrolla actividades en beneficio que los ámbitos, sociales, éticos, legales y económicos la empresa generara un impacto positivo con su grupo de interés y en consecuencia esta traerá resultados positivos dentro de la empresa.

En referencia a lo hallado en la prueba de hipótesis específica 1 se demostró que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible ($r=0,554$; $\text{Sig.}=0.000$). El resultado de la investigación se contrasta con los resultados obtenido por Pino (2021) en su tesis titulada *Influencias de las responsabilidades sociales en la reputación corporativa de*

las empresas mineras del sur del Perú, 2019 - 2020, quien concluye que la responsabilidad social filantrópica se relaciona con la reputación de la empresa, demostrado con un valor de chi-cuadrado de 0,640 con un nivel de significancia de 0,000. Por lo que se puede evidenciar que la filantropía de la organización tuvo buena apreciación; si bien el estándar es que los gerentes son indiferentes con las demandas de los colaboradores, estos consideran que la organización brinda trato equitativo sin ningún tipo de discriminación. De acuerdo con lo señalado, las responsabilidades sociales filantrópicas son aceptables, pero, lo brindado por los evaluados ponen en evidencia que aún no están definidas las políticas donde resguarden al colaborador en los ambientes de trabajo, como el acoso, la privacidad entre otros. Asimismo, dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima se podría servir como ejemplo adoptar este plan estratégico de responsabilidad social.

En referencia a lo hallado en la prueba de hipótesis específica 2 se demostró que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible ($r=0,550$; $\text{Sig.}=0,000$). El resultado de la investigación se contrasta con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2021) en su tesis titulada *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el crecimiento empresarial de las mypes de la ciudad de Cajamarca*, quien encontró que la responsabilidad social ética se relaciona con el crecimiento empresarial demostrado con un resultado R de Pearson de 0,796 y un nivel de significancia de 0,000. Esto permite indicar que el accionar ético del capital humano es sumamente importante para el funcionamiento de cualquier organización y la responsabilidad social ética, es aún más importante para generar valor y compromiso de los colaboradores con la organización.

En referencia a lo hallado en la prueba de hipótesis específica 3 se demostró que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social legal y

el desarrollo sostenible ($r=0,557$; $\text{Sig.}=0.000$). El resultado de la investigación se contrasta con los resultados obtenidos por Pino (2021) en su tesis *Influencia de la responsabilidad social en la reputación corporativa de las empresas mineras del sur del Perú, 2019 - 2020*, donde se indica que la responsabilidad social jurídica tiene a relacionarse con la reputación corporativa de demostrado con un resultado chi cuadrado de 0,64 y un valor de significancia de 0,000. Estos resultados permiten inferir que la creación de aspectos legales que brinden integración está vinculada con las labores de los actores interesados con la organización porque con el desarrollo de la responsabilidad social empresarial beneficia en gran medida a la imagen y reputación de la empresa, en este caso a las organizaciones mineras para velar el desarrollo sostenible.

En referencia a lo hallado en la prueba de hipótesis específica 4 se demostró que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible ($r=0,554$; $\text{Sig.}=0.000$). El resultado de investigación se contrasta con los resultados obtenidos por Caycho (2021) en su tesis *Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en el Banco Scotiabank, Perú 2021*, donde se demostró con un resultado rho de 0.429 y un nivel de significancia de 0.000 que la responsabilidad social económica favorece el desarrollo de la sostenibilidad de la empresa. Este resultado permite señalar que, la cuantificación de gastos y las actividades de sostenibilidad son beneficiosas para la empresa ya que genera ahorro, el 6% considera que las tareas de sustentabilidad generan más del 5% de las ganancias por ventas; mientras que el 13% cree que su organización no invierte en actividades para ser sustentables; los colaboradores señalaron que se tiene que considerar primero en desarrollar imagen de marca, minimizar el gasto de energía y emplear competitividad en las actividades. Solo el

19% de evaluados cree que implantar la sostenibilidad en sus empresas mejora el manejo organizacional.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES

Primero. En cuanto al objetivo general, se concluye que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en los servidores públicos en el Gran Mercado Mayorista de Lima ($r=0,607$, $\text{sig.}=0,000$). En ese sentido, en la medida que en el Gran Mercado Mayorista de Lima se gestione correctamente la responsabilidad social filantrópica, ética, legal y económica tiende a mejorar el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima.

Segundo. En cuanto al objetivo específico 1, se concluye que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible en los servidores públicos en el Gran Mercado Mayorista de Lima ($r=0,554$, $\text{sig.}=0,000$). Es decir, en la medida que en el Gran Mercado Mayorista de Lima se desarrollen campañas de ayuda sin fines de lucro por parte del mercado mejora significativamente el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima.

Tercero. En cuanto al objetivo específico 2, se concluye que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible en los servidores públicos en el Gran Mercado Mayorista de Lima ($r=0,550$, $\text{sig.}=0,000$). Es decir, en la medida que en el Gran Mercado Mayorista de Lima se practican valores éticos, se aplique el código de ética el cual avala cualquier proceso dentro de la institución, mejora significativamente el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima.

Cuarto. En cuanto al objetivo específico 3, se concluye que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible en los servidores públicos en el Gran Mercado Mayorista de Lima ($r=0,557$, $\text{sig.}=0,000$). Es decir, en la medida que en el Gran Mercado Mayorista de Lima se

desarrollen actividades legales y se eviten trabajos con alto riesgo como los trabajos en altura mejora significativamente el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima.

Quinto. En cuanto al objetivo específico 4, se concluye que existe una correlación positiva moderada entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible en los servidores públicos en el Gran Mercado Mayorista de Lima ($r=0,424$, $\text{sig.}=0,000$). Es decir, en la medida que en el Gran Mercado Mayorista de Lima se desarrollen responsabilidades económicas tales como remuneraciones mensuales, con algunas excepciones, entonces mejora significativamente el desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima.

CAPÍTULO VI
RECOMENDACIONES

En relación del objetivo general que demuestra la existencia de una relación positiva y moderada entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima, se recomienda al gerente de administración y finanzas (GAF) la implementación de un programa de responsabilidad social empresarial de acuerdo a las necesidades del Gran Mercado Mayorista de Lima, esto se debe proponer al gerente general y en consecuencia al directorio de la Municipalidad de Lima quien es el ente encargado de aprobar artículos a través de memorándums, una vez este sea aprobado se recomienda crear un plan anual de trabajo referente a la responsabilidad social empresarial por otro lado también crear un comité responsable de dicha área y a su vez emitir informes mensuales sobre las actividades que se han planeado y el porcentaje de ejecución de manera constante, también se recomienda utilizar como ventaja competitiva la responsabilidad social empresarial para beneficio del Gran Mercado Mayorista de Lima, y en consecuencia mejorar la relación con su grupo de interés.

En relación del objetivo específico 1 que demuestra la existencia de una relación positiva y moderada entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima, se recomienda al gerente poner en práctica las políticas de respeto a la biodiversidad y la inclusión social, se debe buscar promover el uso de energía renovable y mejorar las estrategias de reciclaje en el mercado que facilite la armonía y relación entre la vida social, laboral y familiar.

En relación del objetivo específico 2 que demuestra la existencia de una relación positiva y moderada entre la responsabilidad social ética y el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima, se recomienda al gerente dar a conocer el código de ética del mercado a los colaboradores en busca de erradicar las malas prácticas en los procesos de contratación de servicios y adquisición de bienes

que afecta a los stakeholder y por ende a las actividades y decisiones que se tomen en el Gran Mercado Mayorista de Lima.

En relación del objetivo específico 3 que demuestra la existencia de una relación positiva y moderada entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima, se recomienda al gerente realizar los contratos de órdenes de servicio de personal con anticipación para que no se tenga personal trabajando sin contrato. Por otro lado, se recomienda regularizar el contrato a las personas que tienen más de tres meses trabajando como locadores de servicios a personal nombrado ya que normalmente el personal entabla un juicio laboral y esto trae malas consecuencias y crea un ambiente tóxico de trabajo. Es decir, este resultado permite indicar que el mercado debe cumplir con todas las normas legales que rigen el funcionamiento del mercado.

En relación del objetivo específico 4 que demuestra la existencia de una relación positiva y moderada entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima, se recomienda al gerente de marketing difundir las prácticas amigables con el medio ambiente y comunidad como el uso de sus luminarias ecológicas o paneles solares y de esta manera generar energía renovable por este lado la empresa mejoraría la relación con su grupo de interés y esto genera un ahorro dentro de la organización, hasta los procesos que realizan para minimizar el impacto en el medio ambiente con la finalidad de incrementar el porcentaje de las dimensiones de imagen de marca.

REFERENCIAS

- Alvarado, A. (2017). *Desarrollo y responsabilidad social empresarial* (2ª ed.). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Alvarado, A., & Schlesinger, W. (2008). Dimensionalidad de la responsabilidad social empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios gerenciales*, 24(108), 37 – 59. <https://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/212/21210802.pdf>
- Argandoña, A. (2008). La ética y la toma de decisiones en la empresa. *Universia Business Review*, 30(11), 22-31. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43318798002.pdf>
- Argüello, M. (2004). *Introducción al desarrollo local sustentable*. Camaren.
- Arrieta, B., & Cruz, C. (2005). *La dimensión ética de la responsabilidad social*. Rebiun.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2011, noviembre). *BID presenta la primera encuesta regional acerca de la sostenibilidad de los bancos en América Latina y el Caribe*. BID. <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2011-11-15/encuesta-sostenibilidad-bancario-en-america-latina%2C9682.html>
- Bergh, V. (1996). *Economía ecológica y desarrollo sostenible*. Cheltenham
- Betelgeux (2020, mayo). *Informe de RSE 2020*. Betelgeux. https://www.betelgeux.es/images/files/Documentos/2020_Informe-Responsabilidad-Social-betelgeux.pdf
- Camino, R., & Müller, S. (1993). *Sostenibilidad de la agricultura y los recursos naturales: Bases para establecer indicadores*. IICA.
- Cancela, R. (2010). *Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto*. Universidad Autónoma de Madrid.

- Cancino, C., & Morales, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. Colección Economía y Negocios.
- Carrizosa, J. (2003). ¿Qué es el ambientalismo? *Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 13(36), 179 – 180.
<https://www.redalyc.org/pdf/705/70503613.pdf>
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/000768139190005G>
- Caycho, S. (2021). *Responsabilidad social empresarial e imagen corporativa en el Banco Scotiabank, Perú 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/2068>
- Cevallos, J. (2019). *Las responsabilidades sociales corporativas de la industria atunera y su influencia en el desarrollo socioeconómico sostenible de una ciudad de Ecuador* [Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/10498>
- Chomali, F., & Majluf, N. (2007). Ética y responsabilidad social en la empresa. *Gale Onefile*, 56(564), 60 – 75. <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA171811520&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=07160062&p=IFME&sw=w&userGroupName=anon%7Ef3cb3088&aty=open+web+entry>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001, julio). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. CCE.
[https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

- Díaz, R. (2011). *Desarrollo sustentable: Una oportunidad para la vida*. McGraw-Hill.
- Espinosa, G. (2007). *Gestión y fundamentos de la evaluación impacto*. CED.
- Europeaid (2007, junio). *Instrumento de Financiación de Cooperación al Desarrollo (ICD) 2007-2013*. ICD. <https://www.bizkaia.eus/es/tema-detalle/-/educia/dt/8515>
- Falla, K. (2019). *Propuesta de mejora para los procesos internos de responsabilidad social en la empresa San Juan S.A., bajo el modelo de indicadores Ethos-Perú 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2178>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2022, setiembre). *Hacer frente a la pérdida y el desperdicio de alimentos: una oportunidad de ganar por partida triple*. FAO. <https://www.fao.org/newsroom/detail/FAO-UNEP-agriculture-environment-food-loss-waste-day-2022/es>
- Gutiérrez, O. (2021). *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el crecimiento empresarial de las Mypes de la ciudad de Cajamarca* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio de la Universidad Nacional de Cajamarca. <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/4175>
- Hernández, R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa y mixta* (10ª ed.). McGraw-Hill.
- Jauregui, R., Martínez, V., & Torne, A. (2011). *Responsabilidad social empresarial, ideas y reflexiones*. CEIM.
- Kramer, M. (2011). *Creando valor en las empresas*. Trillas.

- Labandería, X., León, C., & Vásquez, M. (2007). *Economía ambiental*. Pearson.
- Marom, I. (2006). Toward a unified theory of the CSP-CFP Link. *Journal of Business Ethics*, 67(1), 191-200. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-006-9023-7>
- Marquina, P. (2009). *Comportamiento de compra y empresas socialmente responsables*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Mendieta, L. (2012). *La responsabilidad social en las empresas extractivas mineras del Ecuador, en la empresa BIRA S.A. cantón Zaruma, provincia de El Oro, año 2012* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica Particular de Loja]. Repositorio de la Universidad Técnica Particular de Loja. <https://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/7973>
- Molina, L. (2021). *Incidencia de la responsabilidad social empresarial para mejorar la imagen corporativa internacional de GMS Consulting SAC (Lima – Perú)* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/28494>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa – cualitativa y redacción de tesis* (5ª ed.). Ediciones de la U.
- Olcese, A. (2013, junio). *Informe sobre el estado de responsabilidad social en España: Una propuesta para Europa*. Comisión Europea en España. <https://www.conr.es/sites/default/files/archivos/Informe%20sobre%20la%20responsabilidad%20social%20de%20la%20empresa%20en%20Espa%C3%B1a.pdf>

- Organización de las Naciones Unidas (2020, setiembre). *Objetivos del desarrollo sostenible*. ONU. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Pino, J. (2021). *Influencias de las responsabilidades sociales en la reputación corporativa de las empresas mineras del sur del Perú, 2019 – 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio de la Universidad Privada de Tacna. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1691>
- Porter, M. (2002). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Patria.
- Porter, M. (2007). *Responsabilidad social en la empresa*. Patria.
- Ramírez, A. (2021). Efecto de la responsabilidad social empresarial en la reputación e imagen de las organizaciones. *Universidad y Empresa*, 23(40), 1-25. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-4639202100100122
- Redclift, M. (1996). *Desarrollo sostenible: Ampliación al alcance del debate*. Universidad de Londres.
- Rodríguez, J., & Rojas, A. (2012). *La responsabilidad social desde una perspectiva crítica e interdisciplinaria*. Funlam.
- Sepúlveda, S. (2002). *Metodología para estimar el nivel de desarrollo sostenible de territorios*. Biograma.
- Sievert, L. (2004). *La responsabilidad social medioambiental*. Morata.
- Solís, J. (2008). La responsabilidad social desde un enfoque alternativo. *Revista analítico económico*, 23(53), 227-252. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41311449011>

- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica cualitativa, cuantitativa y mixta*. San Marcos.
- Valenzuela, L. (2004). *Perspectivas de la responsabilidad social empresarial con enfoque ambiental* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio de la Universidad Nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/2809/luisfernandovalenzuelajimenez.2004.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Varitica, K. (2012). *La era del desarrollo sostenible*. Prentice Hall.
- Vidal, G. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio de la Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7172>
- Wilcox, D. (2005). *Responsabilidad social empresarial (RSE), la nueva exigencia global*. Universidad Viña del Mar.
- Wood, D., & Lodgson, J. (2002). *Business Citizenship: From Individuals to Organizations*. Ruffin Series.

ANEXOS

Anexo 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores		
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023?</p> <p>Problemas específicos ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023? ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social ética y el</p>	<p>Objetivo general Establecer la relación entre la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima– 2023.</p>	<p>Hipótesis general La responsabilidad social empresarial se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>	Variable 1: Responsabilidad social empresarial		
	<p>Objetivos específicos Establecer la relación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>	<p>Hipótesis específicas La responsabilidad social filantrópica se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
	<p>Establecer la relación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>	<p>La responsabilidad social económica se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible en</p>	Responsabilidad social filantrópica	<ul style="list-style-type: none"> - Clima Laboral - Inversión Social - Misión de la empresa 	<p>1. Totalmente en desacuerdo</p> <p>2. En desacuerdo</p> <p>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p>
	<p>Establecer la relación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>	<p>La responsabilidad social económica se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible en</p>	Responsabilidad ética	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de recursos renovables - Código de ética - Valores éticos 	
	<p>Establecer la relación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>	<p>La responsabilidad social económica se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible en</p>	Responsabilidad legal	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de contratación - Derechos humanos - Salud ocupacional y seguridad en el trabajo 	
<p>Establecer la relación entre la responsabilidad social filantrópica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>	<p>La responsabilidad social económica se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible en</p>	Responsabilidad económica	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivos mensuales 		

<p>desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023?</p> <p>¿Qué relación existe entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023?</p> <p>¿Qué relación existe entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima - 2023?</p>	<p>sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p> <p>Establecer la relación entre la responsabilidad social legal y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p> <p>Establecer la relación entre la responsabilidad social económica y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>	<p>el Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p> <p>La responsabilidad social legal se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p> <p>La responsabilidad social ética se relaciona significativamente con el desarrollo sostenible en el Gran Mercado Mayorista de Lima – 2023.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo de servicio - Bienestar económico 			
			Variable 2: Desarrollo sostenible				
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición		
			Desarrollo social	<ul style="list-style-type: none"> - Equidad social - Satisfacción laboral - Meritocracia 	<p>1. Totalmente en desacuerdo</p> <p>2. En desacuerdo</p> <p>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p>		
Desarrollo económico	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia económica - Costo de vida - Proyecciones económicas 						
Desarrollo ecológico	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos contaminantes - Retroalimentación - Recursos naturales 						
Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadísticos utilizados			

<p>Tipo Explicada</p> <p>Diseño No experimental</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p>	<p>Población 100 colaboradores de la EMMSA (Empresa Municipal de Mercados)</p> <p>Muestra 80 colaboradores de la EMMSA (Empresa Municipal de Mercados)</p>	<p>Variable 1: Responsabilidad social empresarial</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario de responsabilidad social empresarial.</p> <p>Variable 2: Desarrollo sostenible</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario de desarrollo sostenible.</p>	<p>Estadísticos descriptivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tablas estadísticas. - Gráficos estadísticos. <p>Medidas de dispersión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desviación estándar <p>Estadísticos inferenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> - R de Pearson
---	--	---	--

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Este cuestionario consta de oraciones relativamente cortas que pueden usarse para describir la percepción de la responsabilidad social corporativa dentro de una organización. Para hacerlo, debe responder cada uno de los ítems a continuación con la mayor honestidad posible de acuerdo con sus pensamientos o acciones. Gracias por su cooperación, nos ayudará a comprender mejor su vida laboral.

1. Totalmente 2. En 3. Ni de acuerdo ni 4. De 5. Totalmente
en desacuerdo desacuerdo desacuerdo acuerdo de acuerdo

		Puntajes				
		1	2	3	4	5
Responsabilidad filantrópica						
1	Existe una vocación de servicio entre las distintas áreas de la organización	1	2	3	4	5
2	Es necesario realizar evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los colaboradores y ejecutar programas de mejoramiento.	1	2	3	4	5
3	Las actividades de responsabilidad social de la compañía están diseñadas para promover un buen ambiente de trabajo.	1	2	3	4	5
4	La empresa realiza o desarrolla políticas de responsabilidad social con actividades interactivas (eventos, shows, etc.)	1	2	3	4	5
5	Apoya a las familias de los colaboradores por medio de convenios, programas o acuerdos especiales: educativos, créditos, canastas.	1	2	3	4	5
6	La empresa Invierte en materia prima para el bienestar de la sociedad	1	2	3	4	5
7	Siente usted compromiso con la empresa porque esta satisface sus necesidades	1	2	3	4	5
8	Siente orgullo de pertenecer a esta empresa porque se generó un lazo emocional fuerte de compromiso laboral	1	2	3	4	5
9	La empresa es eficiente al momento de abastecer de alimentos al mercado mayorista	1	2	3	4	5
Responsabilidad ética						

10	La empresa tiene definido un programa de reciclaje.	1	2	3	4	5
11	La empresa tiene definido un programa que promueva la reducción del consumo de papel, energía (sistema de iluminación Inteligente) y agua (dispositivos de ahorro de agua).	1	2	3	4	5
12	La empresa Implementa acciones para la protección del medio ambiente.	1	2	3	4	5
13	La empresa establece normas de ética afín de reducir la corrupción.	1	2	3	4	5
14	La empresa tiene procedimientos de control y sanción ante posibles prácticas corruptas.	1	2	3	4	5
15	La empresa prohíbe expresamente prácticas corruptas para la obtención de beneficios y donaciones (ej. gratificaciones, presiones ilegítimas y extorsión).	1	2	3	4	5
16	Observa usted que se practican los valores de manera constante en la organización	1	2	3	4	5
17	Participa en las actividades de la empresa ayuda a mantener una actitud positiva dentro de la organización.	1	2	3	4	5
18	La empresa informa sobre el código de ética en la organización	1	2	3	4	5
Responsabilidad legal						
19	La empresa explica a los trabajadores al ingreso y cuando lo requieran, aspectos de su interés como la forma de pago, características del contrato, forma de evaluación, etc.	1	2	3	4	5
20	La empresa respeta la legislación nacional en relación con la contratación y trabajo de menores (autorizaciones, horas de trabajo, obligaciones escolares, etc.)	1	2	3	4	5
21	La empresa tiene establecida una política salarial legal, ética y clara que es conocida por todos los colaboradores	1	2	3	4	5
22	Denuncia ante las autoridades competentes sobre cualquier tipo de irregularidad que se presenta o de dineros cuya procedencia no es clara.	1	2	3	4	5
23	La empresa crea ambientes y mecanismos propicios para discutir y/o denunciar temas como derechos humanos, ley laboral, compensación salarial, acoso (sexual / psicológico) etc.	1	2	3	4	5
24	La empresa prohíbe y sanciona prácticas discriminatorias (genero, edad, raza, discapacitados, expresidarios, etc.) en los procesos de selección y promoción interna	1	2	3	4	5

25	La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales más allá del exigido por la ley.	1	2	3	4	5
26	La empresa implementa procesos de auditoría interna y externa	1	2	3	4	5
27	En el trabajo de campo usa adecuadamente sus equipos de protección personal	1	2	3	4	5
Responsabilidad económica						
28	La empresa considera importante el reconocimiento de sus logros en el trabajo mediante incentivos monetarios.	1	2	3	4	5
29	Se siente comprometido con la empresa cuando le permite crecer profesionalmente.	1	2	3	4	5
30	Se siente comprometido a dar más de su tiempo a la empresa por todos los beneficios económicos que le otorga.	1	2	3	4	5
31	La empresa genera bonificaciones de acuerdo con ley por el tiempo de prestación de servicio,	1	2	3	4	5
32	La empresa genera prestamos al personal que tiene antigüedad brindando sus servicios	1	2	3	4	5
33	La empresa permite desarrollar una línea de carrera dentro de la organización.	1	2	3	4	5
34	Está satisfecho con su remuneración mensual	1	2	3	4	5
35	Existe un beneficio económico para su familia tales como, bono navideño, escolaridad, etc.	1	2	3	4	5
36	Es eficiente el programa de ahorro al trabajador	1	2	3	4	5

CUESTIONARIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Este cuestionario contiene afirmaciones relativamente cortas que se pueden utilizar para describir la percepción del mercado sobre el desarrollo sostenible. Para hacerlo, debe responder cada uno de los ítems a continuación con la mayor honestidad posible de acuerdo con sus pensamientos o acciones. Gracias por su cooperación, nos ayudará a comprender mejor la vida laboral.

1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni es desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo

Desarrollo social						
1	La empresa da a conocer el documento de ética o valores a todos sus colaboradores.	1	2	3	4	5
2	La empresa cuenta con espacios o mecanismos para que los empleados aborden y dialoguen sobre cuestiones de tipo ético	1	2	3	4	5
3	Utiliza sistemas flexibles de beneficios para acomodarse a las diversas necesidades de sus colaboradores (diversidad de estado civil, con/sin hijos, jóvenes/ancianos, hombres/ mujeres, etc.).	1	2	3	4	5
4	Realiza evaluaciones sobre la percepción de esta por parte de los colaboradores.	1	2	3	4	5
5	Realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los colaboradores y ejecuta programas de mejoramiento.	1	2	3	4	5
6	Realiza evaluaciones de desempeño en los cuales los superiores son evaluados por sus colaboradores.	1	2	3	4	5
7	La empresa monitorea la carga de trabajo de los colaboradores con el objetivo de mejorar su producción.	1	2	3	4	5
8	La empresa promueve el trabajo voluntario de sus colaboradores con la comunidad.	1	2	3	4	5
9	La empresa genera oportunidades para que los colaboradores desarrollen actividades de apoyo comunitario.	1	2	3	4	5
Desarrollo económico						

10	La empresa apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la organización.	1	2	3	4	5
11	La empresa recompensa el trabajo voluntario de sus colaboradores.	1	2	3	4	5
12	La empresa capacita a sus colaboradores para que puedan comprender y analizar las informaciones económicas y financieras suministradas.	1	2	3	4	5
13	La empresa realiza presupuestos y proyecciones financieras las cuales utiliza para formular estrategias con el fin garantizar su sostenibilidad económica.	1	2	3	4	5
14	La empresa emplea especialistas consultores en la planificación y evaluación de sus actividades en el área social.	1	2	3	4	5
15	La empresa considera la participación de representantes de los trabajadores en comités encargados de la formulación de las estrategias	1	2	3	4	5
16	El mercado cada año presenta y expone un plan de proyecciones económicas a los comerciantes	1	2	3	4	5
17	Las proyecciones económicas en el mercado para ciertos periodos son cumplidos en su totalidad.	1	2	3	4	5
18	Las proyecciones económicas planteadas en el mercado logran el objetivo	1	2	3	4	5
Desarrollo ecológico						
19	Es adecuado el servicio es brindado por la empresa externa para la recolección de la basura.	1	2	3	4	5
20	Es eficiente el desecho de las baterías de los equipos de la empresa.	1	2	3	4	5
21	Se reutiliza el agua dentro del mercado para beneficios naturales.	1	2	3	4	5
22	La empresa promociona productos biodegradables u orgánicos	1	2	3	4	5
23	La empresa utiliza una comunicación asertiva entre los socios mayoristas y los encargados de la empresa.	1	2	3	4	5
24	La empresa realiza reuniones para explicar a los comerciantes sobre la clasificación de los desechos.	1	2	3	4	5
25	La empresa enfatiza en temas de energía, incluyendo fuentes renovables					

26	La empresa conserva la diversidad biológica y áreas verdes	1	2	3	4	5
27	Es importante que la a empresa utilice los recursos naturales en beneficio de la sociedad.	1	2	3	4	5

Anexo 3. Ficha de validación de instrumentos

Validación del instrumento: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Mario Edgart Chura Alegre

DNI: 43486931

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

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**Claridad:** 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: DESARROLLO SOSTENIBLE

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Mario Edgart Chura Alegre

DNI: 43486931

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

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**Claridad:** 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 EMPRESARIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **SÍ HAY SUFICIENCIA**

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Iván Javier Rivarola Ganoza

DNI: 07702673

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

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**Claridad:** 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



Validación del instrumento: DESARROLLO SOSTENIBLE

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **SÍ HAY SUFICIENCIA**

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg.: Iván Javier Rivarola Ganoza

DNI: 07702673

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

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**Claridad:** 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



Validación del instrumento: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____ Hay suficiencia _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: _____ Mg. Jorge Alonso Ramos Chang

DNI: 40968849

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

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



Firma del Experto Informante.

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

Validación del instrumento: DESARROLLO SOSTENIBLE

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____ Hay suficiencia _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: _____ Mg. Jorge Alonso Ramos Chang

DNI: 40968849

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

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



Firma del Experto Informante.

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

Anexo 4. Informe de índice de coincidencias

BRYAN EDUARDO ALMEIDA CABREJOS
TESIS PARA REPOSITORIO _ BRYAN ALMEIDA CABREJOS.docx

Similitud 14% Marcas de alerta Escritura con IA --%

COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA – 2023

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR
BRYAN EDUARDO ALMEIDA CABREJOS
ORCID: 0009-0002-6878-0536

Página 1 de 96 18809 palabras 128 %

14% Similitud general Filtros
74 Exclusiones →
Fuentes
Mostrar las fuentes solapadas

1 Internet
repositorio.autonoma.edu.pe 8%
101 bloques de texto 1234 palabras coincidentes

2 Internet
hdl.handle.net 1%
21 bloques de texto 190 palabras coincidentes

**Anexo 5. Constancia de la empresa emitida por la institución que acredite la
realización del estudio**



Santa Anita, Julio del 2021

Estimados y distinguidos Señores

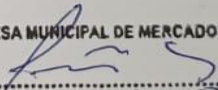
Presente,

Nos place extenderles un cordial saludo, en ocasiones de acreditar que el joven Bryan Eduardo Almeida Cabrejos identificado con el DNI N° 76578286, quien ha tenido permiso para realizar su investigación dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima, y acceso a la misma con el fin de obtener información que le permita desarrollar su investigación cuyo título es: "La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible dentro del Gran Mercado Mayorista de Lima – 2021, cuyo estudio contribuirá e impactara positivamente a la organización.

Sin otro particular,

Atentamente.

EMPRESA MUNICIPAL DE MERCADOS S.A.


.....
JORGE FREY MERINO ARCE

GERENTE DE PROYECTOS DE DESARROLLO E INFRAESTRUCTURA



Anexo 7. Plan de acción

Acción	Qué	Cómo	Con qué	Cuando	Quién
Actividad 1 Propuesta para implementar la responsabilidad social empresarial.	Proponer el área de responsabilidad social empresarial al gerente administrativo	Se elaborará un memorando en el cual indique los artículos y puntos a aprobar.	- Procesos - RR. HH. - RR.MM	Agosto	Félix Benigno Arroyo Vásquez
Actividad 2 Campañas voluntarias sobre la responsabilidad social empresarial.	Subgerencia de recursos humanos	Concientizar al personal del Gran Mercado Mayorista de Lima y fomentar campañas voluntarias con el grupo de interés.	- Procesos - RR. HH. - RR.MM.	Agosto	Gonzalo Alejandro Toledo Canales
Actividad 3 Capacitaciones en la ley de contrataciones con el estado	Reforzar las habilidades duras para mejorar procesos	Se recomienda realizar actividades de capacitación para que el personal cumpla a tiempo con las contrataciones	- Procesos - RR. HH. - RR.MM.	Mensual	Gonzalo Alejandro Toledo Canales