

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



***TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN***

**Responsabilidad social y competitividad empresarial de la empresa
calzado Bensa – 2022**

Línea de Investigación

Gerencia e Innovación

Autoras

Reyes Lucas, Yamili Maddaley
Sánchez Mantilla, Cecilia Milagros

Jurado evaluador:

Presidente: Vidalón Moreno, Rosa

Secretario : Mendoza Otiniano, Royer

Vocal : Angulo Burgos, Manuel

Asesora

Barinotto Roncal, Patricia Ysmar

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3286-0593>

TRUJILLO - PERU

2023

Fecha de sustentación:2023/12/21

Responsabilidad social y competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022 Autoras: Reyes Lucas, Yamili Maddaley y Sánchez Mantilla, Cecilia Milagros

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 3%

Declaración de Originalidad

Yo, Barinotto Roncal Patricia Ismary docente del Programa de Estudio de Administración de Postgrado, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación titulada “Responsabilidad social y competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022”, autores Reyes Lucas Yamili Maddaley y Sánchez Mantilla Cecilia Milagros, dejo en constancia lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 0%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el (13/12/2023).
- He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad.

Lugar y fecha: Trujillo, 13 de diciembre del 2023


.....
Patricia Barinotto Roncal
DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN
DNI: 47097971

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3286-0593>


.....

Reyes Lucas Yamili Maddaley

DNI N° :73806512


.....

Sánchez Mantilla Cecilia Milagros

DNI N° :72914746

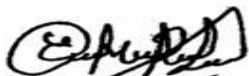
PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

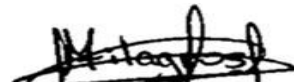
De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grafos y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: “Responsabilidad social y competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022”

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es Determinar la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Reyes Lucas, Yamili
Maddaley



Br. Sánchez Mantilla, Cecilia
Milagros

DEDICATORIA

Todo mi esfuerzo va dedicado a mi mamá que está en el cielo, por haberme apoyado incondicionalmente en cada decisión que he tomado por sus consejos, por inculcarme buenos valores, asimismo agradecerles a mi padre y hermanos, por alentarme a seguir cumpliendo mis objetivos.

Quiero hacerles saber que sin su apoyo y su entrega constante no estaría concluyendo esta hermosa etapa de mi vida, que es poder culminar la carrera con éxito.

Dedico mi esfuerzo de todo corazón a mis padres. Porque siempre me motivaron a seguir adelante y confiaron en mí, quiero dedicarles este gran logro.

A mis hermanos por apoyarme en todo momento, por estar conmigo en las buenas y en las malas.

Reyes Lucas, Yamili Maddaley

Sánchez Mantilla, Cecilia Milagros

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios; por guiar e iluminar nuestras vidas, por su amor, por su bondad que nos custodia y nos da fortaleza durante todos los días del año, además por encaminar nuestros pasos y nunca desampararnos.

A nuestros padres por su incondicional apoyo, por sus consejos y motivación constante, que nos permite seguir adelante logrando cumplir nuestros objetivos y culminar nuestra carrera universitaria.

Un agradecimiento especial a nuestra docente, la Dra. Patricia, Barinotto Roncal por las enseñanzas brindadas en el curso; asimismo por su gran paciencia para explicarnos cada punto de manera clara permitiendo orientar nuestra Tesis.

También a nuestros docentes académicos, quienes durante la carrera nos compartieron sus enseñanzas y conocimientos con determinación para alcanzar nuestras metas futuras.

Agradecer a la empresa Bensa, la cual fue un instrumento esencial, por abrirnos sus puertas y brindarnos la información requerida para alcanzar los objetivos definidos en nuestra Tesis.

Las autoras

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tiene por objetivo determinar la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa de calzado Bensa – 2022, puesto que, se ha identificado algunos incumplimientos por parte de las empresas que no cumplen con las normas establecidas de la RS como el cuidado del medio ambiente, asimismo la incapacidad de competir con otras empresas y no estar en constante capacitación. Esta investigación es de tipo aplicada de diseño no experimental, asimismo con un alcance correlacional, también con un enfoque cuantitativa, con una población de estudio de la empresa calzado Bensa y con una muestra de 33 trabajadores. Como técnicas de recolección de datos se hizo uso de la encuesta. Por lo cual, se encontró que existe relación significativa directa ($\text{Sig.} < 0.05$), entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa de calzado Bensa, en un nivel moderado, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.608. Como conclusión se obtuvo que es importante adoptar prácticas socialmente responsables que permitan a la empresa fortalecer su reputación, atraer talento, acceder a nuevos mercados, gestionar riesgos de manera eficiente, fomentar la innovación y diferenciarse de la competencia.

Palabras claves: Responsabilidad social, competitividad empresarial, calzado Bensa.

ABSTRACT

The objective of this research work is to determine the relationship between social responsibility and business competitiveness of the Bensa footwear company - 2022, since some breaches have been identified by companies that do not comply with the established standards of the SR as the care of the environment, also the inability to compete with other companies and not be in constant training. This research is of an applied type of non-experimental design, also with a descriptive correlational scope, also with a quantitative approach, with a study population from the Bensa footwear company and with a sample of 33 workers. As data collection techniques, the questionnaire was used. Therefore, it was found that there is a direct significant relationship (Sig.<0.05), between social responsibility and business competitiveness of the Bensa footwear company, at a moderate level, with a Spearman's Rho coefficient of 0.608. As a conclusion, it was obtained that it is important to adopt socially responsible practices that allow the company to strengthen its reputation, attract talent, access new markets, manage risks efficiently, promote innovation and differentiate itself from the competition.

Keywords: Social responsibility, business competitiveness, Bensa footwear.

INDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|-----|
| AGRADECIMIENTO | iv |
| RESUMEN | v |
| ABSTRACT | vi |
| INDICE DE CONTENIDOS | vii |
| INDICE DE TABLAS | ix |
| INDICE DE FIGURAS | x |
| I. INTRODUCCIÓN | 11 |
| 1.1. Formulación del Problema..... | 11 |
| 1.1.1. Realidad problemática | 11 |
| 1.1.2. Enunciado del problema | 17 |
| 1.2. Justificación | 17 |
| 1.3. Objetivos | 19 |
| 1.3.1. Objetivo general..... | 19 |
| 1.3.2. Objetivos específicos | 19 |
| II. MARCO DE REFERENCIA | 19 |
| 2.1. Antecedentes..... | 19 |
| 2.1.1. A nivel internacional | 19 |
| 2.1.2. A nivel nacional..... | 22 |
| 2.1.3. A nivel local..... | 31 |
| 2.2. Marco teórico..... | 32 |
| 2.2.1. Responsabilidad social empresarial | 32 |
| 2.2.1.1. Definición de responsabilidad social empresarial | 32 |
| 2.2.1.2. Estándares de RSE..... | 34 |
| 2.2.1.3. Los stakeholders | 35 |
| 2.2.1.4. Tipos de stakeholders | 35 |
| 2.2.1.5. La RSE y los stakeholders | 36 |
| 2.2.1.6. Visibilidad de la RSE..... | 37 |
| 2.2.1.7. Características de la RSE | 38 |
| 2.2.1.8. Dimensiones de la RSE | 39 |
| 2.2.2. Competitividad empresarial..... | 40 |
| 2.2.2.1. Definición de competitividad empresarial | 40 |
| 2.2.2.2. Tipos de competitividad empresarial | 41 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.2.3. Dimensiones de competitividad empresarial | 43 |
| 2.2.3. RSE y competitividad laboral | 46 |
| 2.3. Marco conceptual | 47 |
| 2.4. Hipótesis..... | 47 |
| 2.5. Variables | 47 |
| III. MATERIAL Y MÉTODOS..... | 50 |
| 3.1. Material..... | 50 |
| 3.1.1. Población | 50 |
| 3.1.2. Marco muestral | 50 |
| 3.1.3. Unidad de análisis..... | 50 |
| 3.1.4. Muestra | 50 |
| 3.2. Métodos..... | 51 |
| 3.2.1. Diseño de contrastación..... | 51 |
| 3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos | 51 |
| 3.2.3. Procesamiento y análisis de datos..... | 53 |
| IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS..... | 55 |
| 4.1. Presentación de resultados | 55 |
| 4.2. Discusión de resultados..... | 66 |
| CONCLUSIONES..... | 76 |
| RECOMENDACIONES..... | 78 |
| REFERENCIAS | 80 |
| ANEXOS | 90 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Operacionalización de variables | 47 |
| Tabla 2. Técnicas o instrumentos de recolección de datos..... | 52 |
| Tabla 3. Coeficientes del Alfa de Cronbach en los instrumentos | 53 |
| Tabla 4. Fórmula para niveles | 54 |
| Tabla 5. Relación entre responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa -2022. | 55 |
| Tabla 6. Relación de responsabilidad social y la gestión gerencial de la empresa de calzado Bensa -2022. | 56 |
| Tabla 7. Relación de responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa -2022. | 57 |
| Tabla 8. Relación entre la responsabilidad social y la gestión financiera..... | 58 |
| Tabla 9. Relación de responsabilidad social y la gestión comercial de la empresa calzado Bensa -2022. | 59 |
| Tabla 10. Relación de responsabilidad social en ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa -2022. | 60 |
| Tabla 11. Relación de responsabilidad social en la internacionalización de la empresa calzado Bensa -2022. | 61 |
| Tabla 12. Prueba de Normalidad de las variables responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa -2022..... | 62 |
| Tabla 13. Nivel de RS percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022. | 63 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Diagrama de la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa -2022. | 55 |
| Figura 2. Diagrama de responsabilidad social y la gestión gerencial de la empresa calzado Bensa -2022. | 56 |
| Figura 3. Diagrama de dispersión de responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa -2022. | 57 |
| Figura 4. Diagrama de dispersión de responsabilidad social y la gestión financiera de la empresa calzado Bensa -2022. | 58 |
| Figura 5. Diagrama de dispersión de responsabilidad social y la gestión de comercial de la empresa calzado Bensa -2022. | 59 |
| Figura 6. Diagrama de dispersión de responsabilidad social y la dimensión ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa -2022..... | 60 |
| Figura 7. Diagrama de dispersión de responsabilidad social en la internacionalización de la empresa calzado Bensa -2022. | 61 |
| Figura 8. Nivel de valores y coherencia percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022..... | 63 |
| Figura 9. Nivel de público interno percibido en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022 | 64 |
| Figura 10. Nivel de relación con los proveedores percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022. | 64 |
| Figura 11. Nivel de relación con los consumidores percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022..... | 65 |
| Figura 12. Nivel de relación con la comunidad percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022. | 65 |
| Figura 13. Nivel de relación con el medioambiente percibido en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022..... | 66 |

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad problemática

La responsabilidad social (RS) es un modelo que se aplica a cualquier organización, en las diversas actividades de uno o más países, con la finalidad de valorar y hacer una comparación de su contribución con el desarrollo sostenible (Organización de las Naciones Unidas, 2011). Debido a ello, las organizaciones tienen objetivos principales como la gestión de responsabilidad, otorgando soluciones para el entorno que se desarrollan económicamente. Los estados tienen diferentes responsabilidades para cumplir con dichas normas de los recursos humanos, incluyendo las violaciones de los mismos por las empresas. Para ello, deben investigar, sancionar y prevenir el abuso a través de políticas apropiadas, acciones regulatorias y enjuiciamientos. La perspectiva novedosa del siglo XXI, así como la dinámica económica de los países en respuesta a la globalización y nuevas tendencias productivas, han ocasionado en los países la concientización en la transformación de formas tradicionales de materias primas, de modo que visualicen a la necesidad de reinventarse sus modos de producción, mejorando la productividad en base a Conceptos y lineamientos teóricos de la responsabilidad social empresarial (RSE).

La adecuada RSE, es fundamental e imprescindible la rendición de cuentas. La ISO 26000 hace hincapié del organizacional rendimiento en aspectos económicos, social y ambiental, lo cual es importante asumir las responsabilidades debido a su impacto negativo asimismo comprometerse para reparar daños y evitar reincidir en ellos (Argandoña, 2011). Para ello, la Fundación EU-LAC (Europa, Latinoamérica y El Caribe), además promover la RSE para un mejor desarrollo de Planes Nacionales de Acción (PNA). Además, la Unión Europea tuvo mayor avance, teniendo en la actualidad (Kowszyk *et al*, 2019). En marzo de 2018, América Latina y el Caribe se desarrollaron 5 PNA lo cual 2 son de los derechos humanos y empresas, 3 a responsabilidad social empresarial.

También, la Unión Europea ha avanzado actualmente con catorce PNA sobre derechos humanos y empresas asimismo trece en RSE (Kowszyk *et al.*, 2019).

Países latinoamericanos han ascendido en el desarrollo de políticas públicas de acuerdo a sostenibilidad son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Costa Rica. En el Caribe, país que más avanzó fue Trinidad y Tobago. De esta manera, los PNA, la responsabilidad social empresarial junto a los derechos humanos y Empresa, así como la Agenda 2030, se presentan como una oportunidad para aumentar las colaboraciones. La Agenda 2030 despertó la atención en la comunicación público-privado para apoyar a revisar los Informes nacionales. Asimismo, en el 2016, 3 países de ALC (Colombia, México y Venezuela), además en 2017, once países mostraron aquellos informes para notificar su desarrollo (Argentina, Belice, Brasil, Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú y Uruguay) (Argandoña, 2011).

Es por ello La Agenda 2030, con sus Objetivos de Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social Empresarial, busca cambiar el paradigma del progreso político, social, económico y ambiental sostenible. Esto significa que actores como los estados, la sociedad civil, la academia y las empresas públicas y privadas tendrán un papel importante que desempeñar. Baltera y Díaz (2005) indican que es una nueva forma de hacer empresa, esto se debe al firme convencimiento de que la innovación empresarial es necesaria para la competitividad y sostenibilidad de las empresas. Sastre y Aguilar (2003) señalan que la implementación de la RSE dentro de la organización se relaciona con el mejoramiento en la creación de valor de la compañía. De este modo, la empresa es considerada como más competitiva conforme genere valor mediante la ejecución de acciones socialmente responsables.

Según Juan Pedro Galiano, subdirector de comunicación interna y Reputación de Adif mencionó que la RSE puede ayudar a la competitividad en las empresas mejorando la reducción de costos asimismo teniendo en cuenta una mejora eficiencia, aumento de ingresos con productos de calidad, sostenibilidad y menores riesgos empresariales. Todo ha ido globalizando la competitividad en empresas, asimismo es valioso para poder evaluar las ventajas que tienen diferentes empresas, como indica Landázuri Aguilera (2019), se debe administrar los recursos de la empresa, asimismo poder maximizar la productividad, estar preparados para la productividad y estar preparados para nuevos requerimientos del mercado, asimismo asegurar una posición ventajosa ya sea en el mismo lugar y disputar por el mismo mercado, asimismo se generará superioridad competitiva.

Por ello, en México, según Cajiga (2020), el 78% de empresas cuentan con un presupuesto destinado para la mejora de la RSE, en relación con la competitividad empresarial. Las PyMEs cuentan con el 31.3% de RSE, con un crecimiento de rentabilidad de 92%. En el sector privado, el 53% de los CEOs de empresas grandes visualizan la contribución a los ODS como prioridad en la implementación de RSE. Arbaiza (2015) señala que la RSE se debe implementar en cualquier tipo de tamaño de empresas, incluyendo a mypes. Además, en Perú un 98% son Micro y Pequeñas empresas, contando con un alto grado de informalidad, 15% de ellas manifiesta que debería aplicarse RSE; pero únicamente el 5% lo implementa, las empresas aún no optan por la RSE y no notan que genera muchas ventajas respecto a la imagen corporativa.

Una organización es competitiva cuando van desarrollando sus objetivos para un mejor crecimiento de ingreso per cápita y también en la productividad de la empresa. La competitividad se enfoca en la mejora de la producción debido a que otras empresas también ofrecen el mismo producto, por ello Esser (1996).

Concluye que la competitividad posee un carácter sisémico. La competitividad empresarial en el Perú tiene ciertos problemas lo cual deben darse solución para mejorar en el ámbito económico del país, según informe de competitividad el país ocupa el puesto 69 a nivel global, dado a baja competitividad de empresas exportadoras (World Economic Forum, 2016). Las empresas en Perú no están capacitadas para planificar, implementar e integrar la competitividad en sus procesos existentes. La mayoría de publicaciones e investigaciones de competitividad aún no hay un mayor impacto en la práctica real de empresas peruanas (Camacho, 2017).

De igual manera, las actividades de RSE en empresas tienen un porcentaje de evaluación, los ejecutivos hacen referencia como regular en la RSE con un 62% además los programas de RSE se califica como bueno con un 31%. Lira (2016) se plantea objetivos para desarrollar buenas estrategias en organizaciones asimismo mejorar los programas de la RSE. Además, en el año 2017 Perú obtuvo el 72º lugar que representa un regreso en comparación del 69º puesto ocupado en el 2016.

Así mismo, a nivel local, Trujillo es considerada la ciudad exportadora de calzado más importante del Perú, en cuanto a su calidad de calzado y la gran variedad de cuero. Debido a ello, se creó la empresa de Calzado Bensa, que fue formada hace 23 años en el distrito El Porvenir, el 9 de setiembre fue constituida de manera formal por el empresario Pablo Samuel Benites Alayo, comenzando en el rubro de calzado varonil, expandiendo posteriormente su producción debido a la gran acogida y alta competitividad de sus productos debido a la calidad de sus acabados en cuero, a la innovación con correas de cuero, calzado de dama y niños, así como ropa de cuero como casacas. Calzado “Bensa” es una organización lucrativa que se dedicada a la producción y comercialización del calzado con los estándares de seguridad y eficiencia que han logrado a lo largo de su experiencia, lo cual le permitió expandirse también en la capital Lima.

Su mayor aspiración es el logro de la expansión a nivel nacional para mayor visibilidad y competitividad de su empresa. La empresa es manufacturera industrial, cuenta con maquinaria para la elaboración de calzado, así como también con recursos humanos que verifican el proceso y calidad de sus productos, quienes a su vez indican un buen funcionamiento de esta empresa, además es importante para el desarrollo económico para la región, generando empleo para las personas asimismo se desarrolla avances tecnológicos y científicos dando una valor positivo a el producto final para poder distribuirse y comercializarse en el sector terciario, logrando así beneficio de sus familias, en las ganancias del empresario y cooperando en el uso racional de recursos, en este caso el cuero proveniente de materias primas. Sin embargo, a pesar de ello se vieron altamente afectados por la pandemia COVID-19, ya que sus ingresos disminuyeron de 60 000 soles aproximadamente a 15 000 soles mensuales, lo que ocasionó que la empresa cierre temporalmente la atención al público en 2020 y principios de 2021, realizando recorte de personal (despidos), implementación de un sistema de prevención contra el COVID-19 en el ámbito laboral, lo que ocasionó gastos extra; buscando estrategias de marketing digital para mantener las ventas, así mismo demandando mayor tiempo de producción de sus productos y ocasionando la reducción de producción de los mismos debido a la baja demanda, aumentando a los sobre costos de la desinfección de sus productos, previo a la entrega de los mismos, y retrasos en los envíos, debido a la restricción de movilidades en tiempo de pandemia además la inmovilización social obligatoria.

Calzado Bensa viene practicando la responsabilidad social empresarial a través de colaboraciones con organizaciones locales, la realización de acciones benéficas en la comunidad, la adopción de prácticas ecoamigables como reducir desperdicios, ahorrar energía y el uso eficientemente recursos como energía, agua y materiales. Esto ha permitido a la empresa mejorar la competitividad al generar lealtad de clientes, mejorar la imagen de marca, abrir oportunidades de

mercado y fortalecer las relaciones con proveedores y empleado, de igual manera también ha contribuido a la eficiencia operativa, al crecimiento sostenible y de largo plazo de la empresa.

Ante ello, se vio en la necesidad de hacer una evaluación a la competencia directa con la que cuenta, en la que se encuentran las empresas que ya están posicionadas en el mercado de calzados a nivel nacional. Entre ellas tenemos a: calzados Torino, Antonio y George. Para lograr una mayor competitividad laboral, la empresa ha optado por ofrecer descuentos y productos exclusivos a su clientela, teniendo como fortaleza principal su producto de calidad, descuentos los fines de mes, las ventas online y el personal calificado para la elaboración de sus productos. Su principal debilidad fue la disminución de ventas por pandemia, lo cual originó el cierre de tiendas. Dentro de sus oportunidades, contó con el apoyo de REACTIVA PERÚ, para el desarrollo de nuevas tecnologías en la elaboración de su calzado. Su amenaza principal fue la inestabilidad política, y las materias primas escasas y costosas durante la pandemia.

Antes del inicio de la pandemia, la empresa contaba con 33 trabajadores, y durante la pandemia hubo reducción de personal en aproximadamente 50%, contando actualmente con 17 trabajadores. Así mismo, se implementaron nuevos reglamentos en la organización en los cuales se agregaron bonificaciones por asignación familiar, pago por horas extras, descuentos mínimos por tardanzas, así como pagos puntuales; logrando trabajadores motivados, competentes y contentos. Para lograr mayor visibilidad, la empresa ha venido interactuando con el público trujillano mediante Facebook, logrando incrementar los stalkholders.

Debido a lo anteriormente expuesto, la presente investigación busca estudiar la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa - 2022, lo cual es importante reconocer la RSE como una práctica saludable que puede servir para la competitividad y por lo tanto no se encuentra limitada a empresas grandes que cuentan con una mayor cantidad de recursos económicos.

1.1.2. Enunciado del problema

¿Existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022?

1.2. Justificación

- Teórica:

En cuanto la variable responsabilidad social empresarial la base teórica estará sustentada por Cajiga (2009), puesto que aborda a esta variable de una manera muy amplia; es decir como el compromiso de la empresa tanto interno como externo y abordando aspectos económicos, sociales y ambientales. Asimismo, involucran a las personas a participar de ello, generando mayor comunicación y empatía con los valores éticos. Por otro lado, respecto a la variable competitividad empresarial, se tomó como sustento teórico a Labarca (2007) quien destaca que la competitividad empresarial es fundamental para globalización de las organizaciones, trayendo como consecuencia que estas sean eficientes y eficaces en la gestión de los recursos financieros, humanos, naturales y tecnológicos para superar los desafíos del mercado y ser competitivos. Dimensiones que nos permitirán identificar el objetivo general que se ha presentado en este estudio.

- Práctica:

La presente investigación fue motivada por las experiencias en la elaboración de la práctica pre profesional al evidenciar que la RSE afecta grandemente a las empresas y la sociedad en general, debido a que si se cumplen las normativas ISO 26000 locales, ello generaría mayor

competitividad laboral al posicionar a la empresa como innovadora y competitiva, además de mejorar su perspectiva en cuanto a mercado laboral y redes de mercadeo, resaltando entre las demás debido a su gestión administrativa. Como resultado, en Perú, específicamente en Trujillo, considerado como la cuna del calzado. Asimismo, las empresas están interesadas en cumplir con la responsabilidad social, orientando a las acciones de acuerdo al desarrollo sostenible y las metas de desarrollo anunciadas por el mundo.

- Metodológica:

Metodológicamente permitirá determinar si existe relación de RSE y competitividad, además aporta instrumentos de recolección de datos sometidos al proceso de validez y confiabilidad, ya que se diseñó y aplicó un instrumento específico sobre la percepción del cliente sobre la RSE y competitividad de la empresa de calzado Bensa. La investigación podría servir de guía a otros investigadores, de modo que brinda información y sugerencias a la problemática detectada en sus conclusiones. Por ello, el estudio tiene la finalidad de proponer nuevos métodos o estrategias para incrementar o potenciar las prácticas de responsabilidad social empresarial y, de encontrarse relación, aumentar la competitividad de la empresa.

- Social:

Las empresas socialmente responsables a menudo participan en actividades de responsabilidad social empresarial que benefician a la comunidad local, esto puede incluir donaciones a organizaciones benéficas, programas de voluntariado y apoyo a iniciativas locales. Los clientes pueden sentirse bien al apoyar a empresas que contribuyen positivamente a la comunidad. Asimismo, es importante destacar que las empresas socialmente responsables suelen ser transparentes sobre sus prácticas y políticas pues proporcionan información clara y precisa sobre sus productos, precios y políticas de garantía; por lo tanto, los clientes pueden tomar decisiones de compra informadas y confiables.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación de la RS en la gestión gerencial de la empresa calzado Bensa – 2022.
- Determinar la relación de la RS en la gestión de producción de la empresa calzado Bensa – 2022.
- Buscar la relación de la RS en la gestión financiera de la empresa calzado Bensa – 2022.
- Evidenciar la relación de la RS en su dimensión de la gestión comercial de la empresa calzado Bensa – 2022.
- Indagar la relación de la RS en ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa – 2022.
- Delimitar la relación de la RS en la internacionalización de la empresa calzado Bensa – 2022.
- Reconocer el nivel de RS percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Gupta y Krishnamurthy (2021) en su investigación “*Corporate social responsibility, competition, and firm value*” tuvo como objetivo general examinar si la responsabilidad social corporativa mejora el valor en presencia de competencia en el mercado de productos. Esta investigación fue de alcance explicativo, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento la ficha de registro el cual se aplicó a una muestra de 22,527 observaciones de años de empresa de 62 países. Como principal resultado se encontró que, ante un aumento de 1 punto en el índice de responsabilidad social corporativa, la valoración de la firma

aumenta en 24.8%. El estudio concluyó que existe un fuerte vínculo positivo entre la rentabilidad empresarial, la productividad, la productividad total de los factores, la eficiencia y la responsabilidad social corporativa en industrias no competitivas.

Se demuestra que la responsabilidad social permite que las empresas aumenten el valor para sus dueños pues cuando estas tienen una buena imagen ante la sociedad, existen más inversiones dispuestas a invertir en este tipo de empresas, lo cual permite que esta aumente su capacidad productiva.

Dolores *et al.* (2019) en su investigación “*Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis*” tuvo como objetivo general examinar si la predisposición positiva de los directivos corporativos hacia las iniciativas de responsabilidad social empresarial explica el nivel de innovación, el desempeño alcanzado, el éxito competitivo y la reputación de sus empresas. Esta investigación fue de alcance explicativo, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento la ficha de registro el cual se aplicó a una muestra de 109 empresas que operan en la Comunidad Autónoma de Extremadura, España. Como principal resultado se encontró que la responsabilidad social empresarial explica en un 39.8% a la reputación de las empresas. El estudio concluyó que las empresas en general tienen una orientación favorable hacia la responsabilidad social empresarial y los beneficios de esta estrategia incluyen el desarrollo y la mejora de la reputación de las empresas.

El estudio muestra que las empresas socialmente responsables tienden a enfocarse en la calidad y seguridad de sus productos y servicios, lo cual mejora la reputación de las mismas.

Arena Pública (2021), en su investigación titulada: *“Responsabilidad social en tercer plano para empleados mexicanos”*, para identificar el nivel de responsabilidad social empresarial en México. Su objetivo general fue determinar la atención del consumidor donde cada empresa cuente con RSE, con su diseño de investigación basado en los datos del Informe de Responsabilidad Social Empresarial para América Latina 2021 de Sherlock Communications, en su estudio cualitativo, concluyó que; a nivel regional el 94% estiman que cada empresa debe tener mayor contribución tanto en propuesta social y ambiental, 78% prioriza el salario y los beneficios, 47% las horas de trabajo y vacaciones, 39% de la población considera las políticas de responsabilidad social empresarial, su diversidad y otros esfuerzos semejantes para tomar la decisión en aceptar ofertas laborales y el 78% de las importantes empresas mexicanas invierten sus fondos en RSE.

En este estudio según los datos se puede determinar que las empresas no contribuyen a la RS de dicho modo no hay un salario adecuado a los empleados de la empresa.

Lara y Sánchez (2021), en su investigación titulada: *“Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México”*, para determinar la relación entre RSE y competitividad de las organizaciones en México, Universidad de Guadalajara, con el objetivo general de analizar la RSE como factor que promueve la competitividad de la organización y reconocer la realidad en México. El diseño de investigación fue Cualitativo, se desarrolló a partir de la verificación de la literatura disponible y el análisis propio de la CEPAL. Concluyeron que: 85% piensan que la RSE se halla inmadura; 62% estiman la RSE como un negocio a futuro de la organización porque proporciona una ventaja competitiva, 56.4% sugiere un incremento importante en los ingresos de la RSE, 35.5% indica que se alcanzará ventaja, de manera concisa. Las principales ventajas son: 61.5% favorecer a la sociedad, 41.6% refieren que mejorarán su imagen de

marca y 39.9% refieren que se mejorará el clima laboral en la empresa.

En este estudio detalla que los datos son positivos, eso significa que acontece una buena RS y competitividad en las empresas demostrando así que hay una ventaja y un incremento económico.

Acuña *et al*, (2019), en su investigación titulada: “*Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva*”. Para precisar la RS y la ventaja competitiva de empresas chilenas, con el objetivo general de innovar y crear nuevas propuestas en lo industrial de minerales no metálicos del río Ñuble (Chile). Con un tipo de estudio de la metodología cuantitativa debido a la suministración de un instrumento de auto aplicación, con una muestra de 5 empresas y 25 personas encuestadas. Concluyeron que: en la dimensión Competitividad y relación con sus Stakeholders tuvo un desempeño de 4,01 puntos, Calidad de vida 3,30 puntos, Cuidado y Preservación del Medio Ambiente 2,80 puntos y Compromiso en la Comunidad 2,34 puntos. Concluyeron que es necesario tener una referencia de gestión que facilite aplicar progresivamente los factores claves de éxito. La aplicación de métodos permite mejorar el desempeño económico, social y ambiental y fortalecer las empresas con sustentabilidad.

En el estudio se demuestra que tiene datos positivos en calidad de vida de tal manera permite que haya un mejor rendimiento en la empresa asimismo un mejor nivel de ingresos.

2.1.2. A nivel nacional

Cosme y Zapata (2023) en su investigación “*Influencia de la responsabilidad social empresarial en la reputación corporativa y la competitividad de las empresas peruanas de la región de Lima Metropolitana*” tuvo como objetivo general demostrar la relación de la responsabilidad social empresarial en la reputación corporativa y la competitividad de las empresas estudiadas. Esta investigación fue de

alcance correlacional, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 355 empresas. Como principales resultados se encontró que la competitividad empresarial es explicada en un 69% por la responsabilidad social empresarial, mientras que la reputación corporativa es explicada en un 52% por la responsabilidad social empresarial. El estudio concluyó que existe una relación positiva y considerable de la responsabilidad social empresarial en la reputación corporativa y la competitividad.

El estudio muestra que cuando una empresa demuestra su compromiso con causas sociales, ambientales y éticas, tiende a ser vista como una entidad que se preocupa por algo más que simplemente obtener beneficios.

Chang (2022) en su investigación *“Tecnologías de la Información y Comunicación y su influencia en la Gestión Administrativa de los docentes y trabajadores administrativos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Nacional de Ucayali periodo 2020”*. Tuvo como objetivo general determinar el grado de influencia del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la Gestión Administrativa de los docentes y trabajadores administrativos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Nacional de Ucayali periodo 2020. Esta investigación fue de alcance correlacional, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 51 colaboradores. Como principales resultados se encontró que el nivel de uso de administrativo de las TIC's es alto en un 54.9% y existe una relación positiva, elevada y significativa entre TIC's y gestión administrativa (ρ de Spearman=0.717 y sig.=0.000). El estudio concluyó que el uso de las TIC's influye significativamente en la Gestión Administrativa.

En este estudio se demuestra que sí existe una relación significativa en la gestión administrativa en las empresas.

Álvarez (2021) en su investigación *“Gestión de la producción para mejorar la productividad de la empresa procesadora de agua de mesa San Félix, Tumán – 2020”*. Tuvo como objetivo general elaborar una propuesta de Gestión de Producción para aumentar la productividad en la empresa procesadora de agua San Félix S.A.C. Esta investigación fue de alcance descriptivo, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 20 colaboradores. Como principales resultados se encontró que las funciones de producción para conseguir los objetivos de la empresa son valoradas de manera regular en un 50% y, la calidad de los productos finalizados de la empresa es muy buena en 40% y la división de las actividades de los colaboradores en la empresa es regular en un 35%. El estudio concluyó que las estrategias de gestión de producción propuestas mejoran la productividad y disminuyeron los costos y tiempo de producción.

El presente estudio demuestra una buena gestión de producción esto indica que habrá una buena productividad en las empresas de tal manera ayudará a el crecimiento de la empresa.

Maxe (2021) en su investigación *“Gestión comercial y su impacto en la Situación Financiera de la empresa Grupo Max S.A.C. periodo 2016-2018”*. Tuvo como objetivo general evaluar la Gestión Comercial y su impacto en la situación financiera de la empresa Grupo Max S.A.C. Periodo 2016. 2018. Esta investigación fue de alcance correlacional, de diseño no experimental - longitudinal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento la ficha de registros el cual se aplicó a una muestra de 3 años. Como principal resultado se encontró que la mala gestión comercial hizo que la rentabilidad sobre el patrimonio de la empresa se redujera de 23.26%

a 17.04%. El estudio concluyó que el desconocer la gestión comercial por parte del gerente y sus trabajadores ha ocasionado falencias en las áreas comerciales internas, afectando a la situación financiera empresarial.

En este estudio se da a conocer los datos que tienen una rentabilidad baja, de dicha manera afecta a la parte financiera esto hace que la empresa esté en una situación de riesgo.

Zevallos y Sulla (2021) en su investigación “*La responsabilidad social empresarial y su relación con el resultado empresarial en las organizaciones del sector textil de la provincia Arequipa, 2019*” tuvo como objetivo general analizar la relación entre la responsabilidad social empresarial y el resultado empresarial en las organizaciones del sector textil de dicha provincia. Esta investigación fue de alcance correlacional, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 190 empresas textiles de la provincia Arequipa. Como principales resultados se encontró que la responsabilidad social empresarial se correlaciona de manera positiva, significativa y moderada con el resultado empresarial (Rho de Spearman=0.548 y p-valor<0.05) y la dimensión económica de la responsabilidad social empresarial es la que mayor relación guarda con el resultado empresarial (Rho de Spearman=0.702 y p-valor<0.05). El estudio concluyó que, a mayor responsabilidad social empresarial en la empresa, se obtendrá un mejor resultado, debido a una mejora en la credibilidad y la imagen empresarial en el mercado.

El estudio indica que la responsabilidad social empresarial es esencial para la credibilidad de una empresa en un entorno empresarial y social cada vez más consciente de las cuestiones éticas, ambientales y sociales.

Arias (2020) en su investigación *“Responsabilidad social empresarial y cuidado ambiental de la empresa Sodimac, Villa El Salvador – 2020”*. Tuvo como objetivo general determinar la influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de los consumidores de los supermercados de la provincia de Chiclayo, en el año 2018. Esta investigación fue de alcance correlacional, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento a un cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 62 colaboradores de la empresa Sodimac. Como principales resultados se encontró que el nivel de responsabilidad social empresarial es bajo en un 69%, el nivel de cuidado ambiental es bajo en un 65% y existe una relación positiva, muy alta y significativa entre responsabilidad social y cuidado ambiental (ρ de Spearman=0.827 y sig.=0.000). El estudio concluyó que mayor responsabilidad social mejora el cuidado ambiente y viceversa.

En este estudio se da a conocer que hay un nivel de relación positiva de tal manera que la sociedad tiene un buen concepto de la RS y medioambiente.

Lorren (2019) en su investigación *“Gestión de proveedores para la reducción de costos de exportación de ají páprika molido hacia el mercado de Estados Unidos de la empresa Mecainnova SAC. en los anos 2016-2017”*. Tuvo como objetivo general determinar como la gestión de proveedores de aj Pprika molido mejoraría los costos de exportación hacia el mercado de Estados Unidos de la empresa Mecainnova SAC. Esta investigación fue de alcance exploratorio, de diseno no experimental - transversal y de enfoque cualitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento una ficha de registro y se utilizó como muestra la documentación brindada por los proveedores. Como principal resultado se encontró que el costo total por cada saco comprado aumento en 1.6%. El estudio concluyó que la empresa no

tiene en cuenta, la gestión de los proveedores, lo que genera un aumento en los costos del producto y una menor competitividad.

En este estudio se demuestra que los proveedores tienen un buen impacto en la empresa generando una mayor competitividad y que el producto sea de buena calidad para los clientes.

Noriega (2019) en su investigación *“La responsabilidad social y la gestión empresarial en la empresa encargada de la inspección de la capacidad de tanques de carga montados sobre vehículos automotores semirremolques y remolques destinados al transporte de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos en Trujillo 2019”*. Tuvo como objetivo general determinar el nivel de correlación entre la responsabilidad social y la gestión empresarial en la empresa mencionada. Esta investigación fue de alcance correlacional, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 10 operadores de la empresa. Como principal resultado se encontró que la responsabilidad social de la empresa explica en un 41.0% ($R^2=0.41$) la gestión empresarial de la empresa. El estudio concluyó que existe una relación positiva y significativa entre responsabilidad social y gestión empresarial.

En este estudio hay una relación positiva entre la RS y la gestión empresarial, de modo que esto contribuye a una mejora para las empresas y seguir diferenciándose de las demás.

Saavedra y Coaquira (2019) en su investigación *“La relación entre la responsabilidad social empresarial y la internacionalización de las mypes del sector textil ubicadas en Lima Metropolitana 2014 – 2018”*. Tuvo como objetivo general analizar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) y la Internacionalización de las MYPES del sector textil en Lima

Metropolitana. Esta investigación fue de alcance correlacional, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 40 mypes. Como principal resultado se encontró la responsabilidad social y la internacionalización guardan una relación positiva, fuerte y estadísticamente significativa (rho de Spearman=0.716 y sig.=000). El estudio concluyó que si la responsabilidad social empresarial mejora, la internacionalización de las empresas se eleva.

En este estudio se observa que hay una relación positiva para implementar nuevas estrategias tanto de RS y competitividad generando a que sean reconocidas en diferentes aspectos.

Quichca (2018) en su investigación “*Responsabilidad Social Empresarial y Situación Financiera en Empresas Concesionarias de Alimentos, Distrito De San Martín De Porres 2017*”. Tuvo como objetivo general determinar la relación de la Responsabilidad Social Empresarial y la situación Financieras en las empresas concesionarias de alimentos del distrito de San Martin de Porres, año 2017. Esta investigación fue de alcance correlacional, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 30 colaboradores. Como principal resultado se encontró que existe una relación positiva, muy elevada y significativa entre responsabilidad social empresarial y la situación financiera (rho de Spearman=0.926 y sig.=0.000). El estudio concluyó que a medida que aumento la responsabilidad social empresarial, la situación financiera mejora.

En este estudio se demuestra que sí tienen una fuente financiera para obtener el dinero y poder hacerlo crecer en un corto plazo.

Tapia y Córdova (2020), en su investigación titulada: *“Plan de responsabilidad social empresarial para generar ventaja competitiva en la empresa mbn king kong Lambayeque S.R.L., Chiclayo, 2018”*. Para obtener el título profesional de Licenciado en Administración, de la Universidad Señor de Sipán, Perú. Con el objetivo de propuesta de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para Crear Ventaja Competitiva en las Empresas MBN King Kong Lambayeque S.R.L., Chiclayo, 2018. Tipo de investigación fue cualitativa, aplicada. Concluye que el 47,06% fue cualitativa, aplicada. Se concluyó que el 47,06% considera que los stakeholders se debe valorar que aportan a la empresa en relación con la responsabilidad social empresarial, el 66,67% está totalmente de acuerdo en que los empaques y bolsas de los productos de la empresa generan contaminación ambiental, y se observa que el 47,06% de las personas encuestadas es un indicador de la capacidad de los clientes para estar de acuerdo con el servicio. En desacuerdo con que los socios no les hayan brindado servicios de calidad, el 60,78% estuvo muy de acuerdo en que la empresa debe utilizar las redes sociales para promover su cartera de productos, lo que demuestra que la unidad de MBN King Kong Lambayeque no acepta que los grupos de interés consideren unirse al esfuerzo.

En este estudio sugiere que las empresas aportan en la RS para mejorar el cuidado del medio ambiente, asimismo promover también los medios de redes sociales.

Caro y Salazar (2018), en su investigación titulada: *“La responsabilidad social y la competitividad de las mypes de Tingo María”*, para determinar el grado de competitividad de las mypes de Tingo María, con el objetivo de definir si hay vínculo de RS con la competitividad en los microempresarios, teniendo muestra de 140 microempresarios. Esta investigación fue cuantitativo, básico, descriptivo, correlacional. Se concluyó que; los microempresarios demostraron que están ejecutando acciones de RSE teniendo mayor importancia en la dimensión social ($X=3.95$), económica ($X=3.92$) y

ambiental ($X=3.70$). El 83% de las empresas están realizando actividades de RSE sin ser reconocidas. En la presente investigación las Mypes realizan acciones de RS de nivel bajo ($r_s = 0.232$), de manera cotidiana, innatas y por motivación personal de los dueños. Concluyendo que las acciones se desarrollan por Mypes de Tingo María que no aportan a la competitividad empresarial ($R=0.232$; $p<0.05$).

En este caso se demuestra que las mypes sí realizan RS y tienen un porcentaje positivo teniendo una importancia positiva.

Fernández (2018) en su investigación “*Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES de Lima Norte*” tuvo como objetivo general establecer la relación entre las variables del estudio y sus dimensiones respectivas. Esta investigación fue de alcance correlacional, de diseño no experimental - transversal y de enfoque cuantitativo. Para este estudio se utilizó como instrumento el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 60 empresarios. Como principales resultados se encontró que la responsabilidad social empresarial es positiva en un 64.35% y la competitividad es buena es un 69.24%. El estudio concluyó que existe una relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en las MYPES de Lima Norte.

El estudio muestra que cuando los clientes perciben que una empresa se preocupa por su bienestar y el de la comunidad, están más dispuestos a mantener relaciones comerciales a largo plazo con esa empresa.

2.1.3. A nivel local

Vergara (2017), en su investigación titulada: "*Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huanchaco periodo 2012*", con una muestra de 61 micro y medianas empresas de Huanchaco, encontró que: con respecto a responsabilidad social fue calificada como bajo, debido a que el: 78,68% no posee amplio conocimiento de clientes, proveedores y empleados, 77,04% se impide pagos, 77,04% no existe una relación éticamente y transparente conjuntamente con el gobierno asimismo 83,60% no tiene un balance social, calificando el subindicador valores y transparencia como bajo, 73,77% son Micro y Pequeñas Empresas no se preocupa por ofrecer a sus empleados un ambiente físico agradable y seguro, 74,04% no ofrece beneficios adicionales que se extienden a la familia del colaborador, 86,88% de las empresas no entiende que es derecho del empleado a participar en sindicatos, 83,60% no invierte en capacitaciones o cursos para sus empleados y 78,68% no invierte en facilitar el acceso a la información como forma de desarrollo personal y profesional, por lo que el subindicador público interno indica que es bajo. En cuanto a medio ambiente, 65,57% tienen deficiencias, 70,49% no realiza evaluación del impacto de sus productos en el medio ambiente y 73,77% no ejecuta actividades para la empresa y comunidad de carácter preventivo promocional de la educación ambiental, por lo que el subindicador medio ambiente indica que es bajo. La empresa carece en un 73,77% de conocer sus principios, su política de responsabilidad social y no se informa si el proveedor cumple con la legislación laboral, previsional y fiscal. En cuanto a la competitividad, su puntuación final indica que fue bajo, en cuanto a eficiencia de la administración: en planificación, 49,18% no cuenta con plan estratégico, en marketing, 65,57% no cuenta con estudio de mercado, y en el tipo de organización, 63,93% no permite intervención de trabajadores, por lo que el subindicador evidencia una nula eficiencia de la empresa. Concluyendo que el índice de Responsabilidad Social Empresarial de las Micro y Pequeñas Empresas es bajo, el nivel de

Competitividad es bajo, y la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad es directa y positiva.

En este estudio la RS demuestra que es bajo en las empresas de tal manera las empresas pequeñas no se preocupan por cumplir con las actividades de mejoramiento al cuidado medioambiente y la sociedad.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Responsabilidad social empresarial

2.2.1.1. Definición de responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial, tiene un modo de operar en una empresa, la cual incluye la sostenibilidad y ética en su praxis. Además, toma conciencia del impacto que tiene su empresa en el entorno, medio ambiente y la comunidad.

Acción RSE (2011), consideró como conjunto de promesas en un orden diferente, tiene responsabilidades en diferentes ámbitos en la económica, social y ambiental, que deben cumplir con sus respectivas obligaciones colaborando con el crecimiento social y económico para el desarrollo sostenible.

Raufflet *et al.* (2012) definieron a la responsabilidad social como el deber de los empresarios, formular políticas, tomar decisiones y seguir un código de conducta ideal de acuerdo con las metas y valores de nuestra sociedad.

Cajiga (2009), definió la responsabilidad social como el compromiso de la empresa tanto interno como externo, lo cual abordan aspectos económicos, sociales y ambientales. Asimismo, involucran a las personas a participar de ello, generando mayor comunicación y empatía con los valores éticos.

Barroso (2008), señaló la responsabilidad social empresarial como la contribución activa y voluntaria de una empresa en su progreso social, económico y ambiental de la sociedad. Asimismo, durante su crecimiento cumple las leyes.

Robbins (2005), definió la responsabilidad social empresarial como el compromiso que se debe cumplir según ley y la economía de una empresa con el objetivo de beneficiar a la sociedad, sin contaminar el medio ambiente, sin discriminación y sin publicidad engañosa.

Martén (2005), detalló la responsabilidad social empresarial, como el reflejo de los valores éticos que se manifiesta en el respeto por los demás, el medio ambiente y las normas sociales.

Nieto (2004), determinó la responsabilidad social como el compromiso de las empresas incluyendo valores sociales y ambientales en sus finanzas, también relacionando ambas partes interesadas.

Según la Confederación de Producción y Comercio conjuntamente con la Fundación PROhumana (2006), es un elemento administrativo donde ya no es esencial para las grandes organizaciones, asimismo incrementando nuevos horizontes para que los demás negocios crezcan y obtengan mejores resultados.

Baltera & Díaz (2005) mencionaron que hay nuevas formas de hacer organización, asimismo se vincula con el desarrollo de integración en la economía del mundo, enfatizando la innovación para el logro de mayor competitividad y la sustentabilidad del comercio.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2002), definió la RSE como la forma voluntaria de integración de la dimensión social como ambiental ambas van integrar en los procesos de negocio asimismo teniendo en cuenta la comunicación con los grupos de interés también llamados stakeholders para una mejora continua en las empresas.

Asimismo, se define a la RSE como la incorporación voluntaria a causa de una organización responsable teniendo en cuenta la gestión empresarial distinta, que busca la manera de conciliar el aumento y la competitividad, mejorando para el desarrollo sostenible, teniendo presente la interrelación con los stakeholders.

De tal modo se alinea de principios éticos, como el cuidado del medioambiente para mejorar un bienestar a la sociedad, induciendo buenas prácticas en las empresas, siendo más competitivos con sus productos y procesos, asimismo mejorando la imagen de la empresa, teniendo una mejor posición en el mercado, lo que fomentará el desarrollo humano y profesional.

2.2.1.2. Estándares de RSE:

Es fundamental rescatar que hay estándares de RSE, el más importante que resalta: Universal Reporting Initiative (GRI). Por esto, Cancino & Morales (2008), en su artículo Responsabilidad Social Empresarial, en cuanto a diversas teorías de la RSE, las cataloga en 4 conjuntos: teorías instrumentales, integradoras, de carácter político, y teoría de la ética y moral en las inversiones.

Referente a la teoría instrumental, nos sugiere que genera RSE si aumenta ganancias a la compañía (dueños, aliados y empleados), debido a que ellos son responsables e involucrados de implementación de estrategias. La teoría integradora, da a conocer las obligaciones con condición económica, ético, jurídica y humanitaria teniendo que continuar aquellas organizaciones al instante de ser creadas, para obtener sus licencias de desempeño y aceptación de manera conveniente.

La teoría de carácter político nos menciona los beneficios, promesas que cumplieron al ganar poder social, lo cual causará que la organización sienta el deber de llevar a cabo la RS para obtener paz entre la empresa y la comunidad que la circunda, concediendo el proceso de lograr dichos propósitos lo cual no influirá los derechos de

los conjuntos relacionados. Sobre la ética y moral en los negocios, nos plantea que subraya los principios primordiales en el proceder de las organizaciones, responsabilizándose del espacio en el cual se desarrollan considerando los múltiples equipos de interés (stakeholders).

2.2.1.3. Los stakeholders

Según el diario Gestión (Gestión y Romero, 2022), los stakeholders son personas u empresas que se están afectando por elecciones y ocupaciones de las organizaciones. Corresponden a los gobiernos, accionistas, empresas, medios de comunicación, sindicatos, consumidores, proveedores, trabajadores, el medio ambiente y la sociedad.

Freeman (2010), en su libro “Strategic Management: A Stakeholder Approach”, define que las actividades de una compañía están afectando diferentes equipos de interés, por lo que ellos deberían ser tomados presente a lo largo de la planeación estratégica de los negocios, siendo considerados como recursos fundamentales. Gracias a ello, se asegura el triunfo o fracaso de una compañía, conforme a las elecciones estratégicas que presente en beneficio para los dueños, empleados y sus familias, proveedores, participantes y demás piezas dañadas, como el medio ambiente.

El valor radica en que el aprovechamiento de los stakeholders ayudará a edificar o reforzar las interacciones, lo que provoca que la organización se comprometa con las piezas interesadas, que crea RSE, incrementando el triunfo de la compañía. (Gestión y Risso, 2020).

2.2.1.4. Tipos de stakeholders

Según Gestión y Romero (2022) los stakeholders se subdividen en dos tipos:

Primarios o internos: quienes tienen vínculo económico con la empresa, siendo los accionistas o shareholders, que brindan capital para

funcionamiento de la organización; aliados corporativos, quienes comparten intereses con la compañía; trabajadores, siendo la fuerza gremial; consumidores, que son esos que usan los productos o servicios de la compañía.

Secundarios o externos: son aquellos que se afectan debido a las funciones de las empresas, teniendo en cuenta la competencia, mercado, medios de comunicación, entidades financieras, asimismo están incluidos los proveedores, también influye lo político y legal debido a normas o leyes que van cambiando.

2.2.1.5. La RSE y los stakeholders

La RSE es un instrumento de información que tiene reconocimiento mundial, da informes sobre sustentabilidad, mejorando la optimización de competitividad empresarial por medio de enfoque económico, ambiental y social, favoreciendo comunicarse asimismo incorporar la sostenibilidad en la táctica empresarial y mejorando la calidad del informe sobre sostenibilidad, relacionando la RS con los stakeholders para lo que se inventaron reglas y guías a grado mundial (Gestión y Risso, 2020).

Según ISO 26000 es la guía que indica puntos de vista relevantes respecto a la RS, válido a lo internacional (International Organization for Standardization, 2010). Asimismo, la norma SA 8000 tiene la visión de mejorar las condiciones de trabajo en todo el mundo, garantizando de esta forma los derechos humanos mundiales, así como la prohibición del trabajo infantil (Giansante, 2012). Finalmente, la AA1000, siendo una regla que nace como ideas relacionadas a Informes públicos sobre el desempeño y la sostenibilidad de la organización, integrando la administración, auditoría y comunicación en los puntos involucrados a la RSE, centrarse en la sostenibilidad y stakeholders (Moneva y AccountAbility, 2008).

2.2.1.6. Visibilidad de la RSE

Para lograr el reconocimiento de RSE, es necesario implementar y seguir un informe de sostenibilidad, un documento que analiza los tres elementos importantes: de forma transparente, breve y real durante una etapa determinada. Todo elemento debe ser verificable y comparable con el progreso de la empresa y de los competidores, proporcionar una herramienta para determinar el esfuerzo e impulsar al desarrollo constante (Expok, 2016).

En los últimos años han surgido en Perú varias empresas interesadas en la responsabilidad social empresarial. Esto se ha logrado a través de un largo y arduo trabajo para aumentar el reconocimiento, la distribución y la viralidad del concepto, gracias al alto nivel de sostenibilidad y mayor visibilidad de la empresa. De acuerdo al primer acceso de responsabilidad social de Perú (noviembre de 2015), hay 184 proyectos de 49 empresas. Asimismo, más de 60 organizaciones realizan sus propios informes de sustentabilidad donde informan sus resultados (Mayen, 2016).

Por lo tanto, algunas empresas se destacan por su responsabilidad social empresarial: Alicorp, Alicorp en recuperación; Radio Salud, Alimentando el Futuro; Crédito Perú, matemáticas para todos, construcciones para arbitrios; UNACEM, que ayuda a brindar prestaciones básicas de agua y saneamiento; Ferreyros anuncia equipos para el crecimiento en empresas como América Televisión y Teletón. Sin embargo, Da Costa (2022) y Lozano (2021) indicaron que el Perú no cuenta con un reglamento de operación responsable para todas las organizaciones que no generen un nuevo concepto de ventaja competitiva, ya que cada organización puede decidir asumir su responsabilidad social según sus intereses.

Las actividades relacionadas con el tema de la responsabilidad social empresarial abarcan las siguientes áreas: caridad, infraestructura, promoción de principios éticos, preservación de la riqueza tradicional,

difusión de la creatividad literaria, promoción del deporte, implementación de programas de educación y salud, protección de la naturaleza y los ecosistemas.

2.2.1.7. Características de la RSE

Económica: Dividida en interna y externa, la interna se enfoca en la creación y distribución de valor agregado entre accionistas y socios comerciales, teniendo en cuenta las condiciones del mercado, la equidad y la justicia. Espera la sostenibilidad de la empresa; y externo, que significa la producción, disposición de recursos y utilidades beneficiosos para la sociedad, promoviendo el bien público (Chagas, Pachi y Arbex, 2005).

Social: Interna y externa. La interna corresponde a los Inversores, directivos, empleados y proveedores comparten la responsabilidad de mejorar la calidad de vida laboral. En cuanto a la externa, engloba las acciones y aportes propias y de gremio para la contribución en la generación de condiciones que eleven la empresa a un favorable nivel de mercado, fortaleciendo el espíritu empresarial y un mejor desarrollo para las comunidades (Cajiga, 2020).

Medio ambiente o ecológica: interna y externa. En cuanto a lo interno la RS implica en mejorar los procesos asimismo en los productos y subproductos, enfocando a la prevención de daños. En cuanto a lo externo se basa en los mejoramientos de acciones para contribuir a preservar y mejorar en lo ecológico en pro de la comunidad actual y futura (Cajiga, 2020).

Es así que cada dimensión debe contribuir al desarrollo de acciones encaminadas hacia un contexto integral, para minimizar impactos negativos que perjudiquen el desarrollo social.

2.2.1.8. Dimensiones de la RSE

Según la Confederación de Producción y Comercio y la Fundación PROhumana (2006) la Responsabilidad social empresarial en las PYMES presenta las siguientes dimensiones:

1. Valores y coherencia: se refiere a políticas y procedimientos que establecen el marco ético orientado a la gestión de la empresa. Tenemos: los códigos de Ética, el régimen empresarial, claridad en estados financieros, vínculos íntegros con la oposición e informes de sostenibilidad.
2. Público interno: siendo los reglamentos y acciones que están asignados al progreso y mejorar la condición de vida de los colaboradores de la organización. Es así que tenemos que tener en cuenta la seguridad e higiene de la empresa, la política de salud que comprende, su plan con los sindicatos o asociaciones de colaboradores, plan de empleo, plan de educación, plan de bienestar, conciliación de la vida familiar y laboral, plan de bienestar de la empresa, plan de cuidado y castigo por hostigamiento, su plan de multiplicidad.
3. Relación con los proveedores: son aquellos planes donde otorgan equilibrio y posibilidad a los proveedores de desarrollo en un tiempo prolongado. Tenemos así: el progreso de proveedores, cadenas productivas, condiciones de trabajo y subproveedores.
4. Relación con los Consumidores: comprende planes y modelos para garantizar el respeto y la transparencia hacia clientes. Siendo así importante la relación con los consumidores, la política publicitaria de la empresa, el conocimiento de los daños potenciales.
5. Relación con la Comunidad: comprende políticas y procedimientos que establecen la vinculación con los públicos de interés y su rol con los distintos grupos que integran la comunidad. Tenemos: los

diálogos públicos son importantes para mejorar la comunicación con la sociedad.

6. Medioambiente: Es la práctica, política y desarrollo e implementación del sistema de gestión ambiental lo que fortalece el desarrollo sustentable de la organización. Dentro del cual tenemos: conducta positiva hacia los requisitos ambientales, estudios ambientales y programas de gestión ambiental.

Por ello, es importante tener en cuenta:

Para que la empresa sea socialmente responsable, tendría que plantear programa de gestión estudios medioambientales con bajo efecto ambiental, para proteger a las futuras generaciones, así mismo, establecer políticas de relación con los stakeholders, desarrollando programas de inversión social a la comunidad, preocupándose de la satisfacción de sus consumidores e interesándose en la fidelización de los clientes. Además, generar confianza en los inversores y consumidores, lo que le permitirá mejorar su visibilidad. Así mismo, elevar la satisfacción de sus trabajadores, favoreciendo un mejor clima laboral y mejores relaciones interpersonales, haciendo uso de prácticas transparentes y éticas, en la cual se apliquen normativas de gestión y comportamiento, con lo cual los grupos de interés determinen que la empresa se preocupa no solamente por mantener y mejorar sus ganancias, sino también en mantener satisfechos a sus trabajadores, proveedores, clientes y competencia en general (Fundación PROHumana, 2006).

2.2.2. Competitividad empresarial

2.2.2.1. Definición de competitividad empresarial

Según La Real Academia de la Lengua Española, la competitividad es la capacidad de competir para la consecución de un fin (AEC - Competitividad).

Labarca (2007) definió la importancia lo cual intervienen varios factores que se pueden dividir en 3 niveles: disputa entre países en la producción de bienes y servicios, disputa entre organizaciones y entre países de una misma industria.

Según Fernández (1997) la competitividad de una empresa, se refleja en su capacidad para producir bienes o servicios a precios y beneficios iguales o mejores que los competidores, lo que le permite mantener el valor de mercado y la viabilidad.

Solleiro y Castañón (2005) mencionaron que la competitividad depende de la capacidad de administración de los componentes internos que está todo controlado. La competitividad empresarial es fundamental porque el proceso de globalización exige que las organizaciones sean eficientes y eficaces en la gestión de los recursos financieros, humanos, naturales y tecnológicos para superar los desafíos del mercado y ser competitivos (Labarca, 2007).

Se define a la competitividad empresarial como la capacidad que tienen las empresas para hacer que sus productos sean de calidad a un buen precio favorable para los consumidores, también implementando estrategias para tener una mayor ventaja a diferencia de las demás generando a que los clientes prefieran a dicha empresa, asimismo en un corto plazo llegar a ser más reconocida a nivel nacional.

2.2.2.2. Tipos de competitividad empresarial

Según Guibert (2009) la competitividad empresarial se divide en dos vertientes:

Vertiente Interna: Hace referencia a la capacidad para el logro de un límite mayor para mejorar en los rendimientos de los recursos sugeridos (capital, material, personal, etc.) asimismo mejorar e implementar la transformación de los procesos de las empresas además ha de competir consigo misma para esforzarse continuamente para lograr todos sus objetivos planteados.

Vertiente externa: Se basa en cómo se debería mejorar los objetivos de una organización en referencia al mercado asimismo a sector que pertenece. además, es utilizado como sistema de referencia de la empresa, estas variables se deben considerar como externo (grado de innovación, dinamismo, estabilidad económica) asimismo determinar la competitividad a largo plazo.

Según Ivaldi (2022), los negocios y pequeñas empresas fueron afectadas debido a pandemia del COVID -19, afectando directamente la demanda de productos y servicios, además de la restricción en cuanto a trabajadores debido al aislamiento social, lo que ocasionó un grave déficit teniendo en cuenta que varias se relacionan al sector manufacturero y de servicios.

Mamani y Cotacallapa (2018) enfatizaron que la competitividad brinda ventajas adicionales a empresas pequeñas para adecuar a las áreas rurales y urbanas, así lograr un desarrollo armónico en términos de ubicación, potencial de recursos y habilidades de gestión empresarial. Destaca las razones por las que muchas PYME desaparecen del esquema financiero: los patrocinadores del proyecto no tienen la personalidad adecuada para construir y promover su negocio; el empresario como sus colaboradores no tienen suficiente información, conocimiento, experiencia, etc.; en la gestión o en un negocio en particular, o con el tiempo el negocio ha crecido y se ha vuelto más complejo mucho más allá de sus habilidades y capacidades; predicciones erróneas sobre el futuro (ventas, ganancias) optimismo excesivo; no saber cómo funciona el mercado al que está destinado el producto; falta de recursos financieros; asimismo falta de cooperación de las instituciones estatales, no hay buena coordinación de ideas y estrategias entre los socios de la empresa; no se lograba convencer a inversionistas , clientes, proveedores, bancos y de la propia empresa para confiar en el proyecto que se realizaría asimismo tener confianza en que el competidor no reacciona adecuadamente ante la aparición de un nuevo competidor.

2.2.2.3. Dimensiones de competitividad empresarial

Dentro de ellos, existe las 5 fuerzas de Porter, que consisten en la elaboración de estrategias para los negocios basándose a el mejoramiento y maximización de recursos para la superación a la competencia, sea cual sea el rubro, considerando de manera clara las ventajas y limitaciones (Riquelme Leiva, 2015).

La finalidad es evaluar la rentabilidad de las empresas para determinar su valor presente asimismo poder proyectarse a futuro e ir logrando el desarrollo de estrategias que sean competitivas además diferenciándose de las demás organizaciones y teniendo en cuenta un liderazgo en costos (Riquelme Leiva, 2015).

Las cinco fuerzas de Porter son usadas como herramientas de marketing (la más importante) y están orientadas a apoyar a los negocios, empresas de cualquier rubro que deseen lograr un buen rendimiento en su empresa en un determinado tiempo. Son:

1. Proveedores: Crean mercados más atractivos si su organización cuenta con recursos adecuados y buenas condiciones de calidad asimismo asemejan precios relevantes y con un volumen de pedido muy alto.
2. Sustitutos: Existen alternativas de productos sustitutos, o si son tecnológicamente más avanzadas o más económicas, el mercado o segmento no será atractivo. Estos productos y/o servicios producen una advertencia porque es constante su margen en referencia al precio cobrado por el producto. Permanentemente estar pendiente del progreso del departamento y el efecto de acontecimientos en la empresa.
3. Clientes: Porter define que cuanto más organizados están los consumidores, más demandas con condiciones que imponen a la relación entre precio, calidad o servicio, y por ende menor es el límite de utilidad de la organización es poco agradable. Asimismo,

el cliente puede tener interés por cualquier servicio o producto de la oposición.

4. Los nuevos entrantes: Como los productos nuevos ofertados y su aprobación o desaprobación por los clientes.
5. La competencia en el mercado: La rivalidad entre empresas por ofrecer el mismo producto o servicio es cuando hay muchos competidores que, entre otras cosas, están muy bien posicionados o tienen costes fijos. En tales casos, sería un mercado poco atractivo.

También existe el Diamante de Porter, donde se evidencia que existen razones concretas para que sean más competitivos que otros (Pérez, 2017).

El diamante observa los factores que desarrollan ventajas competitivas esto ayudará a que logren a ponerlo en práctica en sus empresas y lograr todos sus objetivos. Sin embargo, lo que logró mayor importancia en base a el diamante fue mejorar factores ya conocidos de la empresa y sugerir a implementar en algunos puntos que faltan para mejorar en el desarrollo empresarial.

Porter busca una mejora tanto en los países como empresas logren tener una buena capacidad para reconocer sus causas de la competitividad, analizando las razones de la ausencia de ventajas competitivas y las soluciones que puedan aplicar. Aquí se tiene: la casualidad, el gobierno, condiciones de demanda, los sectores conexos y de apoyo, asimismo de los factores y la estructura, también la rivalidad de las empresas (Pérez, 2017).

Jiménez (2006) presenta un ideal competitivo enfocado en un rango macro, característico de empresas:

1. Gestión Comercial

La gestión comercial, es importante determinar el tipo de mercado en el que opera la empresa, los tipos de clientes a los cuales se dirige, el tipo de producto que ofrece, la demanda de productos que obtiene mensualmente, la política de sus precios, incluyendo liquidaciones, promociones y nuevos lanzamientos. Así mismo la experiencia de la empresa en el mercado y los canales de comercialización que utiliza. Siendo importante determinar en ella la participación de la empresa en el mercado, teniendo en cuenta la competencia y publicidad de sus productos ofertados, así mismo el uso del e-commerce por redes sociales, que actualmente se ha vuelto un mercado altamente competitivo y con mayor visibilidad para la empresa.

2. Gestión Financiera

En ella es importante la rentabilidad de la empresa, determinar el valor patrimonial, capacidad de endeudamiento, la liquidez de la empresa, las fuentes de financiamiento que posee, así mismo la prueba ácida y sus cambios en la situación financiera. Además, es importante determinar flujo efectivo y el ámbito de ingresos mayoritario.

3. Gestión de Producción

Dentro de ella se deberá determinar la capacidad instalada de la empresa, la antigüedad de los equipos, el nivel de personal que tiene la empresa, los proveedores de las materias prima con las que trabaja, la estructura de costos de producción, el sistema de inventario que usa, la flexibilidad empresarial y su experiencia productiva.

4. Ciencia y Tecnología

En cuanto a ciencia y tecnología es importante la inversión, las patentes con las que cuente (si las tuviera), y las líneas telefónicas para comunicación fluida con la empresa.

5. Internacionalización

Es importante las exportaciones de productos y los mercados potenciales, para que la empresa pueda realizar un mejor balance y direccionamiento de sus productos al mercado más comercialmente activo y dirigir su expansión hacia nuevos mercados.

6. Gestión Gerencial

Dentro de ella es importante la escolaridad o grado de instrucción del empresario, la experiencia con la que cuente en el rubro de mercadeo, el conocimiento que tenga acerca de su negocio, y el tipo de decisiones que tenga con respecto a las eventualidades y obstáculos que se le presenten en el negocio.

Si dentro de estos 6 importantes indicadores obtenemos una visualización inadecuada o deficiente, se determinará que la competitividad es deficiente. Teniendo en cuenta que, a mayor logro de los indicadores, será mayor la competitividad laboral de la empresa (Jiménez, 2006).

2.2.3. RSE y competitividad laboral

Bruno Carpio, jefe de desarrollo y capacitación de Perú 2021, afirmó el desarrollo en actividades de RS les dará a las medianas empresas una ventaja competitiva para su desarrollo empresarial (Gestión y Carpio, 2016). Las organizaciones deben aumentar el interés de bienes y servicios, brindar una economía estable, además promover un uso importante de los ingresos a su disposición. Asimismo, la RS puede reforzar la visibilidad de una empresa al mostrar el camino para fortalecer los procesos de publicidad de la gestión, captar prospectos, reforzar competitividad, visibilidad en pymes, y puede considerarse como una herramienta para el éxito empresarial (Gestión y Carpio, 2016).

2.3. Marco conceptual

- Responsabilidad social

Según la Comisión Europea (2002): “forma voluntaria de integración de las dimensiones social y ambiental en sus operaciones de negocio y relaciones con los grupos de interés, también llamados stakeholders”.

- Los stakeholders

Según Gestión y Romero (2022): “Los stakeholders o partes interesadas son aquellas personas u organizaciones que se afectan por decisiones y actividades de las empresas. Corresponden a los gobiernos, accionistas, organizaciones civiles, medios de comunicación, sindicatos, clientes, proveedores, trabajadores, el medio ambiente y la comunidad”.

- Competitividad empresarial

Según Labarca (2007): “Es un fenómeno complejo en el que intervienen diversos factores, se agrupan en tres categorías: competencia entre países por la producción de bienes y servicios, entre las empresas y entre países de un mismo sector industrial”.

- Las 5 fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter, que consisten en la elaboración de un plan de negocios orientado a la maximización de recursos para la superación a la competencia, sea cual sea el rubro, considerando de manera clara las ventajas y limitaciones (Porter y Kramer, 2007).

2.4. Hipótesis

- Hipótesis de investigación (H1):

Existe relación alta y significativa entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022

- Hipótesis nula (H0):

No existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022

2.5. Variables

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1. *Operacionalización de variables*

| Variables | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de valoración |
|-------------------------------|---|------------------------|-------------------------------|--|---|----------------------|
| RESPONSABILIDAD SOCIAL | Promueve el desarrollo humano sostenible a través del compromiso y la confianza de los trabajadores y las familias, las comunidades y comunidades locales para mejorar su capital y calidad de vida (Fundación PROHumana, (2006). Son ordenes económicas, sociales y medioambientales, la creación de valor añadido cumpliendo su deber de lealtad en cooperación con el progreso social y económico para alcanzar el desarrollo sostenible. | | Valores y coherencia | Códigos de Ética | 1. ¿En mi empresa se ha elaborado un Código de Ética que guía nuestras acciones y la forma en cómo debemos relacionarnos con los distintos públicos de interés? | ORDINAL |
| | | | Público Interno | Políticas de capacitación | 2. ¿En mi empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común, en las que se mantienen diálogos con nuestros competidores? | |
| | | | | Políticas de beneficios | 3. ¿En mi empresa se elabora y publica un Reporte de Sustentabilidad donde se integran aspectos sociales, económicos y ambientales? | |
| | | | Relación con los Proveedores | Desarrollo de proveedores | 4. ¿En mi empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores? | |
| | | | | Aspectos laborales | 5. ¿Mi empresa existen canales de denuncia en casos en que se sorprende a los proveedores trabajando con mano de obra infantil y/o forzada? | |
| | | | Relación con los Consumidores | Relación con los consumidores | 6. ¿En mi empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias? | |
| | | | Relación con la Comunidad | Vinculación comunidad/inversión social | 7. ¿En mi empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad? | |
| | | | | Voluntariado corporativo | 8. ¿En mi empresa se han organizado actividades con la comunidad en que han participado trabajadores? | |
| | | | Medioambiente | Prácticas ambientales | 9. ¿En mi empresa se han implementado formas de ahorro energético, de agua, y manejo de residuos o desechos? | |
| | | | | Sistema de gestión medioambiental | 10. ¿En mi empresa se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su Ejecución? | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|-----------------------|--------------------------|--|---------|
| COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL | <p>Según Labarca (2007): “Es un fenómeno complejo en el que intervienen diversos factores, se agrupan en tres categorías: competencia entre países por la producción de bienes y servicios, entre las empresas y entre países de un mismo sector industrial”.</p> | <p>Es la posición competitiva de la empresa, su capacidad para producir bienes o servicios se refleja en la relación de precios, los mismos o mayores intereses que los competidores, permite mantener el valor de mercado y es viable.</p> | Gestión Comercial | Demanda | 11. ¿Los gerentes y dueños de mi empresa demuestran tener experiencia en el rubro de la empresa? | ORDINAL |
| | | | Gestión Financiera | Rentabilidad | 12. ¿Mi empresa es rentable? | |
| | | | | Liquidez | 13. ¿Mi empresa se adapta a los cambios de la situación financiera local o Internacional? | |
| | | | Gestión de Producción | Sistema de inventarios | 14. ¿Mi empresa cuenta con maquinaria de producción actualizada? | |
| | | | Ciencia y tecnología | Patente | 15. ¿Mi empresa cuenta con patentes de sus productos o servicios? | |
| | | | | Líneas telefónicas | 16. ¿Mi empresa invierte en investigación y desarrollo? | |
| | | | Internacionalización | Exportaciones | 17. ¿Mi empresa exporta sus productos/ servicios? | |
| | | | | Mercados potenciales | 18. ¿Mi empresa tiene acceso a nuevos mercados? | |
| | | | Gestión Gerencial | Experiencia | 19. ¿Los gerentes/ dueños de mi empresa demuestran tener educación Superior? | |
| | | | | Conocimiento del negocio | 20. ¿Los gerentes/ dueños de mi empresa demuestran tener experiencia en el rubro de la empresa? | |

III. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población

La población está compuesta por 33 trabajadores de la empresa calzado Bensa.

3.1.2. Marco muestral

Este marco muestral abarca a las diferentes instancias, lo que agrupa a 33 personas, las cuales se distribuyen de la siguiente manera:

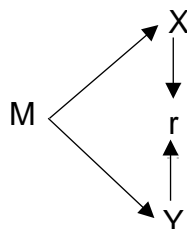
- Gerente general: 1 trabajador.
- Asistente administrativo: 1 trabajador.
- Contadora: 1 persona
- Armadores: 9 personas
- Perfiladoras: 9 personas
- Cortadores: 3 personas
- Empaquetadores: 3 personas
- Devastadores: 3 personas
- Vendedoras: 3 personas

3.1.3. Unidad de análisis

Todos los trabajadores que laboran en la empresa calzado Bensa.

3.1.4. Muestra

Son los 33 trabajadores de la empresa calzado Bensa.



Donde:

- M: Muestra
- X: Responsabilidad social
- Y: Competitividad empresarial
- R: Relación

3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de contrastación

- Según su finalidad: Aplicada
- Según su alcance: Correlacional
- Según su diseño: No experimental
- Según se enfoque: Cuantitativa

3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

- Técnica

Por lo cual, la técnica que se utilizó en este estudio es de dos encuestas. Primero para la variable responsabilidad social y segundo para competitividad empresarial aplicado a los trabajadores de la empresa calzado Bensa.

- Instrumento

Para la recolección de datos se utilizó dos cuestionarios autoevaluables. El primer cuestionario denominado Responsabilidad social, elaborado por la Fundación PROhumana (2006) y modificado por Fernández (2018), que consta de 28 ítems en los cuales se medirán 6 subcategorías de la variable Responsabilidad social empresarial, con una escala tipo Likert con categorías de respuesta Nunca (1), Casi Nunca (2), A veces (3), Casi Siempre (4) y Siempre (5).

El segundo cuestionario denominado Competitividad empresarial, elaborado por Jiménez (2006) y modificado por Fernández (2018), que consta de 24 ítems en los cuales se medirán 6 subcategorías de la variable competitividad laboral, con una escala tipo Likert con categoría de respuesta Nunca (1), Casi Nunca (2), A veces (3), Casi Siempre (4) y Siempre (5).

Tabla 2. *Técnicas o instrumentos de recolección de datos*

| Técnica | Instrumento |
|----------------|--------------------|
| Encuesta | Cuestionario |

(Ver **ANEXO 1 y 2**)

- Validación por contenido

En el trabajo de investigación se obtuvo la validación de contenido en las encuestas, asimismo estas fueron extraídas de trabajos donde fueron validadas por profesionales. La encuesta sobre la Responsabilidad social fue adquirida de Fernández (2018), el cual su investigación tiene por título “Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES de Lima Norte”, p. 92 de la Universidad nacional de educación “Enrique Guzmán y Valle”. Lima, Perú.

<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/2349/TM%20AD-Ad%203819%20F1%20%20Fernandez%20Malpartida.pdf?sequence=1>.

Por otro lado, la encuesta de Competitividad empresarial fue tomada de la investigación de Fernández (2018), titulada “Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES de Lima Norte”, p. 94 de la Universidad nacional de educación “Enrique Guzmán y Valle”. Lima, Perú.

<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/2349/TM%20AD-Ad%203819%20F1%20%20Fernandez%20Malpartida.pdf?sequence=1>.

- Confiabilidad

Se realizó a través del coeficiente Alfa de Cronbach, con el fin de determinar el nivel de consistencia de los instrumentos desarrollados, recurriendo al software estadístico SPSS V25, para llevar a cabo la confiabilidad con una prueba piloto de 15 trabajadores para su análisis. Siendo el resultado el siguiente:

Tabla 3. *Coefficientes del Alfa de Cronbach en los instrumentos*

| Instrumento | Alfa de Cronbach | Nivel de consistencia |
|---|-------------------------|------------------------------|
| Cuestionario Responsabilidad social | 0.858 | Muy bueno |
| Cuestionario Competitividad empresarial | 0.868 | Muy bueno |

(Ver **ANEXO 3**)

3.2.3. Procesamiento y análisis de datos

En la presente investigación, se optó por aplicar el enfoque cuantitativo para las variables en estudio y clientes de la empresa, por lo cual como instrumento se eligió el cuestionario.

Para las variables responsabilidad social y competitividad empresarial se utilizó el cuestionario de escala de Likert, la primera variable estuvo conformada por 6 dimensiones y 28 ítems; mientras que para la segunda se consideró 6 dimensiones y 24 ítems. Seguido de ello, se determinó la muestra de la población a encuestar lo cual son 33 trabajadores de la empresa.

Luego se procedió a recopilar la información de los trabajadores, fueron encuestados de manera presencial, los 33 trabajadores con un cuestionario en físico, donde se solicitó el consentimiento de cada persona para contestar las preguntas que se realizaron en base a las dos variables de estudio.

Una vez obtenidas las respuestas de los cuestionarios, se procedió a almacenarlas en una base de datos de Excel, dividiendo las preguntas por variables y dimensiones. Los datos fueron agrupados de manera vertical para sumar los valores dados por los trabajadores, respecto a las variables responsabilidad social y competitividad empresarial.

Posteriormente, se hizo uso del programa estadístico SPSS versión 25.0, donde se sometió los datos a una prueba de normalidad donde

se utilizó la técnica estadística de Shapiro-Wilk debido a que el tamaño de la muestra es menor a 50 datos, obteniendo un valor de significancia menor a 0.05, lo que indica que no se cumple el nivel de normalidad, por ello se aplicó la prueba no paramétrica Rho de Spearman. De tal manera (Sig.<0.05) permite conocer que no hay una relación significativa directa entre la RS y competitividad empresarial. Asimismo, cuando es mayor (Sig.>0.05) sí existe una relación significativa directa.

Asimismo, para poder sacar los resultados de los niveles se utilizó la Media con dicha fórmula = PROMEDIO (primera pregunta hasta la última pregunta), = DESVEST.M(primera pregunta hasta la última pregunta), medidas de indicador = promedio de la media de cada dimensión. El Nivel hace referencia a las medidas de indicador, de acuerdo al resultado que se obtiene, se verificará si el nivel es alto, medio o bajo. Varianza = fórmula VAR.SI seleccionando la primera pregunta hasta la última, así obtendremos el resultado.

Tabla 4. Fórmula para niveles

| |
|------------------|
| MEDIA = Promedio |
|------------------|

| |
|--|
| DESVEST.M = Promedio de la media de cada dimensión |
|--|

| |
|-------------------|
| VARIANZA = VAR.SI |
|-------------------|

IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

Se presenta las pruebas estadísticas que determinaron la relación que existe entre las variables responsabilidad social y competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022, según el objetivo general y los objetivos específicos señalados.

4.1.1. Objetivo General: Determinar la relación entre responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa -2022.

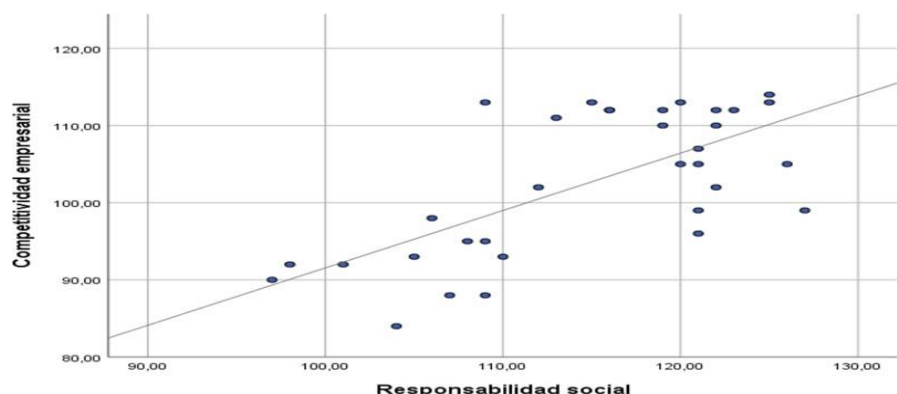
Tabla 5. *Relación entre responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa -2022.*

| | | Responsabi lidad social | Competitividad empresarial |
|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Rho de Spearman | Responsabilidad social | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,608** |
| | | N | 33 |
| Competitividad empresarial | Competitividad empresarial | Coefficiente de correlación | ,608** |
| | | Sig. (bilateral) | 1,000 |
| | | N | 33 |

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

Nota: De la tabla 5, se observa que hay evidencia estadística que existe relación significativa directa (Sig.>0.05), entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa, en un nivel moderado con un coeficiente Rho de Spearman de 0.608.

Figura 1. *Diagrama de la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa -2022.*



Nota: De la figura 1, se aprecia que, hay una tendencia directa entre responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa. Indicando que, a mayor responsabilidad social, mejor es la competitividad empresarial.

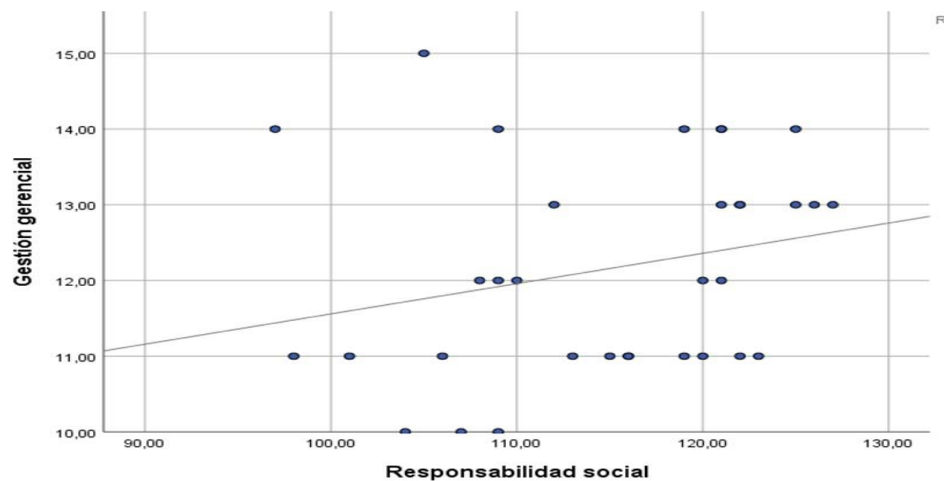
4.1.2. Objetivo Específico 1: Identificar la relación de responsabilidad social y la gestión gerencial de la empresa calzado Bensa -2022.

Tabla 6. *Relación de responsabilidad social y la gestión gerencial de la empresa de calzado Bensa -2022.*

| | | Responsabilidad social | Gestión gerencial |
|-------------------|------------------------|-----------------------------|-------------------|
| Rho de Spearman | Responsabilidad social | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,301 |
| | | N | 33 |
| Gestión gerencial | | Coefficiente de correlación | ,301 |
| | | Sig. (bilateral) | ,088 |
| | | N | 33 |

Nota: De la tabla 6, se observa que hay evidencia estadística que no existe relación significativa ($\text{Sig. } 0,088 < 0,05$), entre la responsabilidad social y la gestión gerencial de la empresa calzado Bensa, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.301.

Figura 2. *Diagrama de responsabilidad social y la gestión gerencial de la empresa calzado Bensa -2022.*



Nota: De la figura 2, se aprecia que, los datos se encuentran muy dispersos, indicando la falta de relación.

4.1.3. Objetivo Específico 2: Determinar la relación de responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa -2022.

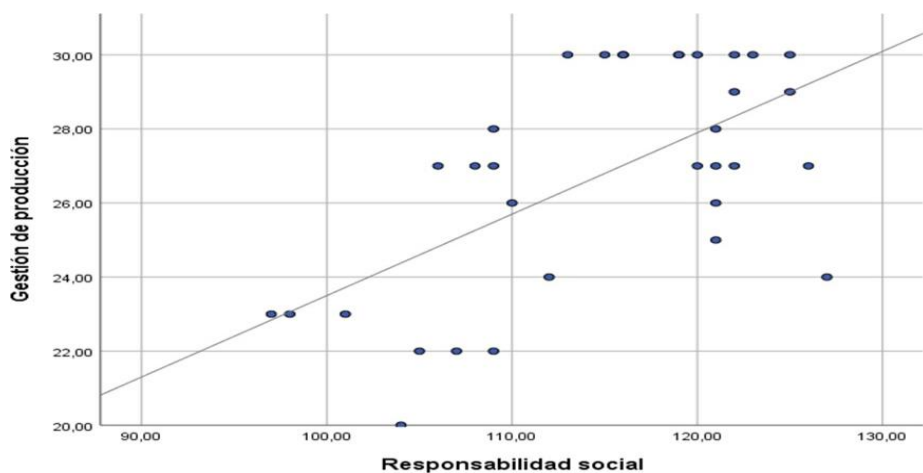
Tabla 7. Relación de responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa -2022.

| | | Responsabilidad social | Gestión de producción |
|-----------------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Rho de Spearman | Responsabilidad social | Coefficiente de correlación | ,508** |
| | | Sig. (bilateral) | ,003 |
| | | N | 33 |
| Gestión de producción | | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,003 |
| | | N | 33 |

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

Nota: De la tabla 7, se observa que si existe relación significativa (Sig. >0.05), entre la responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa, de nivel moderada, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.508.

Figura 3. Diagrama de dispersión de responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa -2022.



Nota: De la figura 3, se aprecia que, los datos evidencian una tendencia directa o positiva.

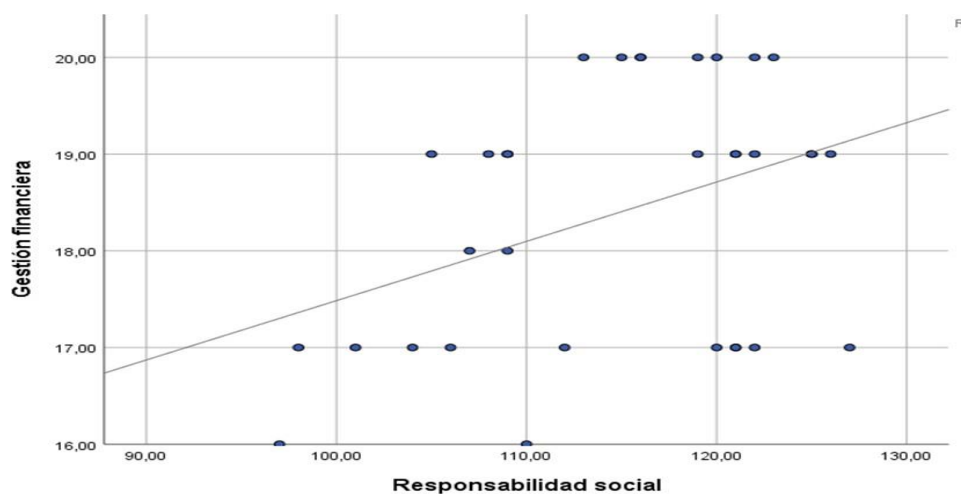
4.1.4. Objetivo Específico 3: Buscar la relación de responsabilidad social y la gestión financiera de la empresa calzado Bensa -2022.

Tabla 8. *Relación entre la responsabilidad social y la gestión financiera*

| | | | Responsabilidad social | Gestión financiera |
|-----------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------|
| Rho de Spearman | Responsabilidad social | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,307 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,082 |
| | | N | 33 | 33 |
| | Gestión financiera | Coefficiente de correlación | ,307 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,082 | . |
| | | N | 33 | 33 |

Nota: De la tabla 8, se observa que hay evidencia estadística que no existe relación significativa ($\text{Sig.}0.082 < 0.05$), entre la responsabilidad social y la gestión financiera de la empresa calzado Bensa, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.307.

Figura 4. *Diagrama de dispersión de responsabilidad social y la gestión financiera de la empresa calzado Bensa -2022.*



Nota: De la figura 4, se aprecia que, los datos evidencian una tendencia directa, pero se encuentran muy dispersos.

4.1.5. Objetivo Específico 4: Evidenciar la relación de responsabilidad social y la gestión comercial de la empresa calzado Bensa -2022.

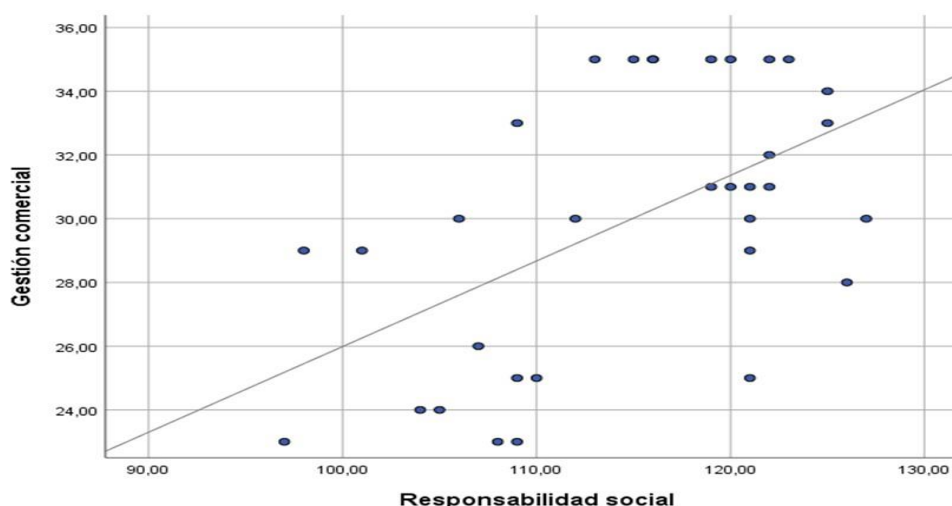
Tabla 9. *Relación de responsabilidad social y la gestión comercial de la empresa calzado Bensa -2022.*

| | | Responsabilidad social | Gestión comercial |
|-----------------|------------------------|-----------------------------|-------------------|
| Rho de Spearman | Responsabilidad social | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,487** |
| | | N | 33 |
| | Gestión comercial | Coefficiente de correlación | ,487** |
| | | Sig. (bilateral) | 1,000 |
| | | N | 33 |

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

Nota: De la tabla 9, se observa que si existe relación significativa (Sig. >0.05), entre la responsabilidad social y la gestión comercial de la empresa de calzado Bensa, de nivel moderado, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.487.

Figura 5. *Diagrama de dispersión de responsabilidad social y la gestión de comercial de la empresa calzado Bensa -2022.*



Nota: De la figura 5, se aprecia que, los datos evidencian una tendencia directa o positiva.

4.1.6. Objetivo Específico 5: Indagar la relación de responsabilidad social en ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa -2022.

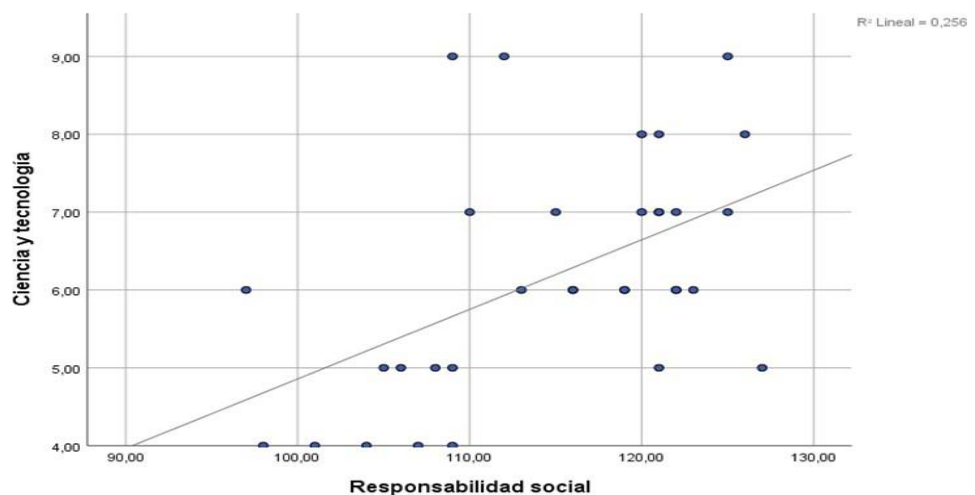
Tabla 10. *Relación de responsabilidad social en ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa -2022.*

| | | | Responsabilidad social | Ciencia y tecnología |
|-----------------|------------------------|----------------------------|------------------------|----------------------|
| Rho de Spearman | Responsabilidad social | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,519** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,002 |
| | | N | 33 | 33 |
| | Ciencia y tecnología | Coeficiente de correlación | ,519** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,002 | . |
| | | N | 33 | 33 |

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

Nota: De la tabla 10, se observa que si existe relación significativa (Sig. >0.05), entre la responsabilidad social y la dimensión ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.519, mostrando una relación de nivel moderado.

Figura 6. *Diagrama de dispersión de responsabilidad social y la dimensión ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa -2022.*



Nota: De la figura 6, se aprecia que, los datos evidencian una tendencia directa o positiva. Indicando que, a mejor responsabilidad social, mejora el área de ciencia y tecnología.

4.1.7. Objetivo Específico 6: Delimitar la relación de responsabilidad social en la internalización de la empresa calzado Bensa -2022.

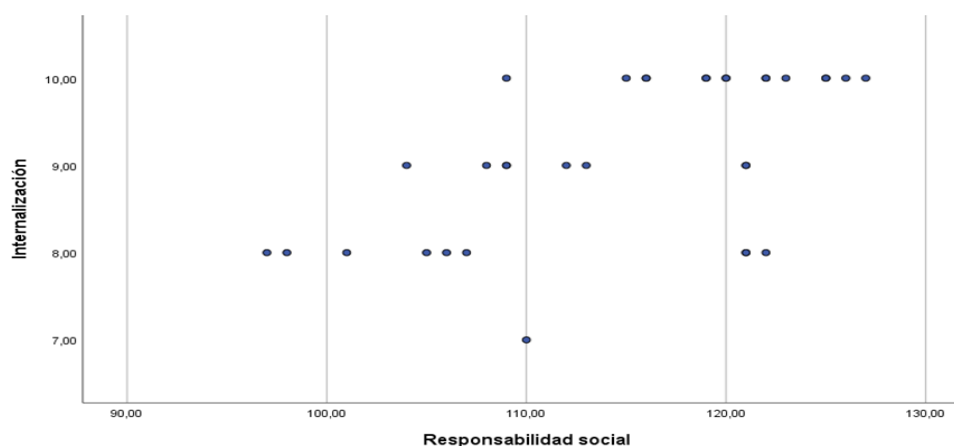
Tabla 11. *Relación de responsabilidad social en la internacionalización de la empresa calzado Bensa -2022.*

| | | | Responsabilidad social | Internalización |
|-----------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------|
| Rho de Spearman | Responsabilidad social | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,563** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,001 |
| | | N | 33 | 33 |
| | Internalización | Coefficiente de correlación | ,563** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,001 | . |
| | | N | 33 | 33 |

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

Nota: De la tabla 11, se observa que si existe relación significativa (Sig. >0.05), entre la responsabilidad social y la dimensión internacionalización de la empresa calzado Bensa, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.563, mostrando una relación de nivel moderado.

Figura 7. *Diagrama de dispersión de responsabilidad social en la internacionalización de la empresa calzado Bensa -2022.*



Nota: De la figura 7, se aprecia que, los datos evidencian una tendencia directa o positiva. Indicando que a medida que se mejora la responsabilidad social aumenta la internalización.

Prueba de normalidad

Ho: Los datos de las variables siguen una distribución normal

H₁: Los datos de las variables no siguen una distribución normal.

Tabla 12. Prueba de Normalidad de las variables responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa -2022.

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|----------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Responsabilidad social | ,175 | 33 | ,012 | ,935 | 33 | ,050 |
| Competitividad empresarial | ,182 | 33 | ,007 | ,901 | 33 | ,006 |
| Gestión gerencial | ,220 | 33 | ,000 | ,909 | 33 | ,009 |
| Gestión de producción | ,168 | 33 | ,019 | ,886 | 33 | ,002 |
| Gestión financiera | ,253 | 33 | ,000 | ,854 | 33 | ,000 |
| Gestión comercial | ,128 | 33 | ,186 | ,897 | 33 | ,004 |
| Ciencia y tecnología | ,155 | 33 | ,044 | ,930 | 33 | ,036 |
| Internalización | ,283 | 33 | ,000 | ,800 | 33 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

De la prueba de normalidad se utilizó la prueba de Shapiro ($n < 50$), evidenciando que los datos no siguen una distribución normal ($\text{sig} < 0.05$), y se concluye que el análisis de relación se trabajara con la prueba Rho de Spearman.

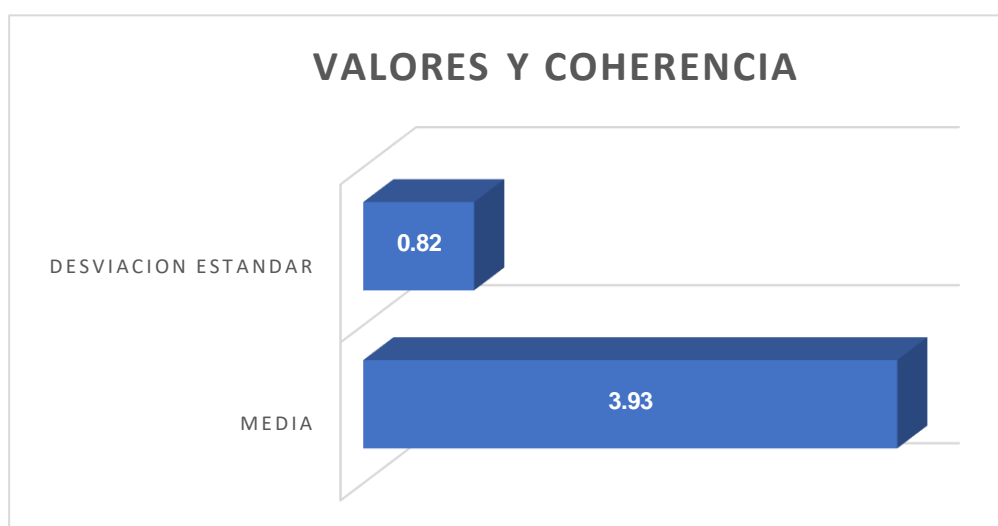
4.1.8. Objetivo Específico 7: Reconocer el nivel de RS percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.

Tabla 13. Nivel de RS percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.

| Variable | Dimensión | Media | Desviación Estándar | Nivel |
|------------------------|-------------------------------|-------|---------------------|-------|
| Responsabilidad Social | Valores y coherencia | 3.93 | 0.82 | Medio |
| | Público Interno | 4.18 | 0.71 | Alto |
| | Relación con los Proveedores | 3.71 | 0.90 | Medio |
| | Relación con los Consumidores | 4.17 | 0.85 | Alto |
| | Relación con la Comunidad | 3.51 | 1.03 | Medio |
| | Medioambiente | 4.55 | 0.66 | Alto |
| TOTAL | | 24.04 | 4.96 | Medio |

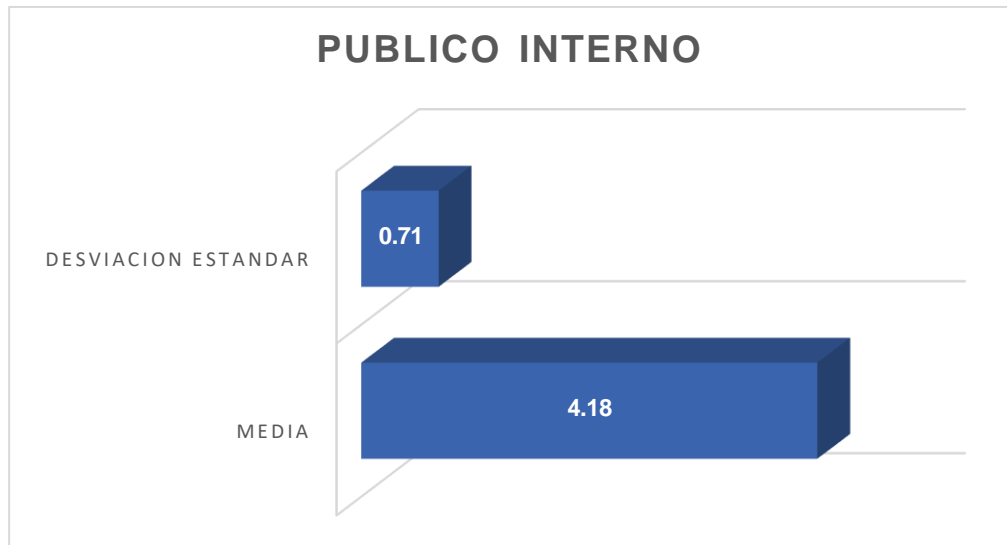
Nota: Respecto a la variable de Responsabilidad Social se aprecia que posee un nivel medio con un promedio de 24.04 y una desviación estándar de 4.96, siendo la dimensión Medioambiente, la dimensión con la media más alta 4.55.

Figura 8. Nivel de valores y coherencia percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.



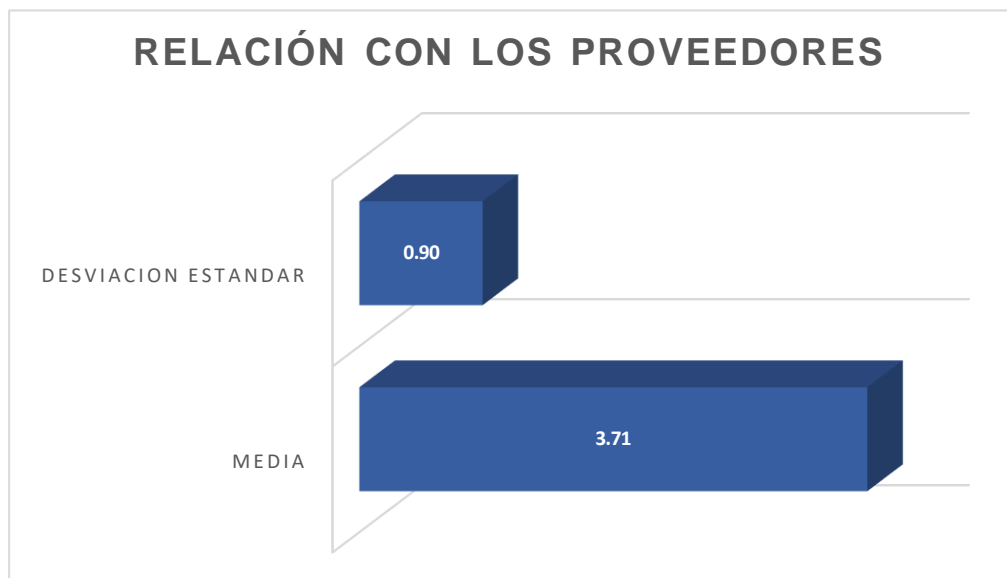
Nota: Respecto al nivel de la dimensión Valores y Coherencia, se aprecia que posee un nivel medio con un promedio de 3.93 y una desviación estándar de 0.82.

Figura 9. Nivel de público interno percibido en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.



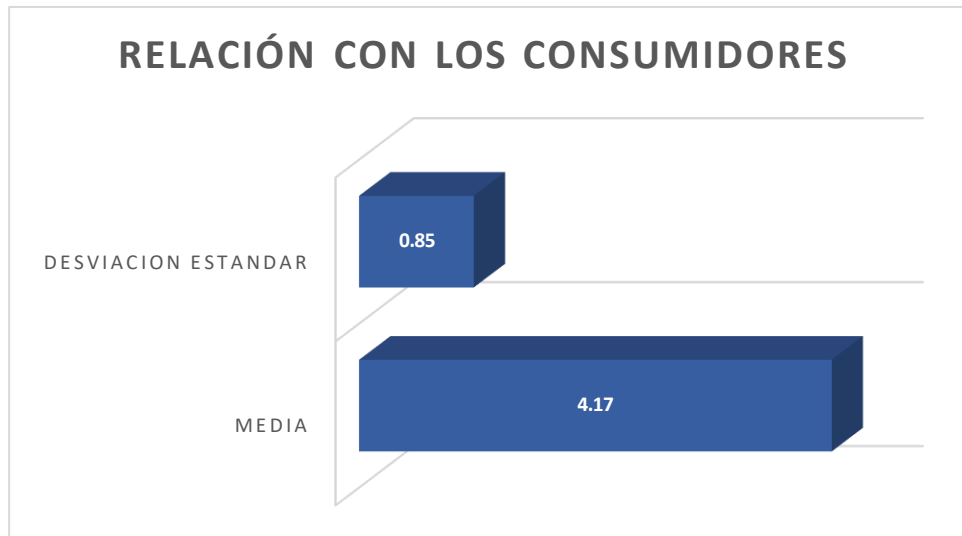
Nota: Respecto al nivel de la dimensión de Público Interno, se aprecia que posee un nivel alto con un promedio de 4.18 y una desviación estándar de 0.71.

Figura 10. Nivel de relación con los proveedores percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.



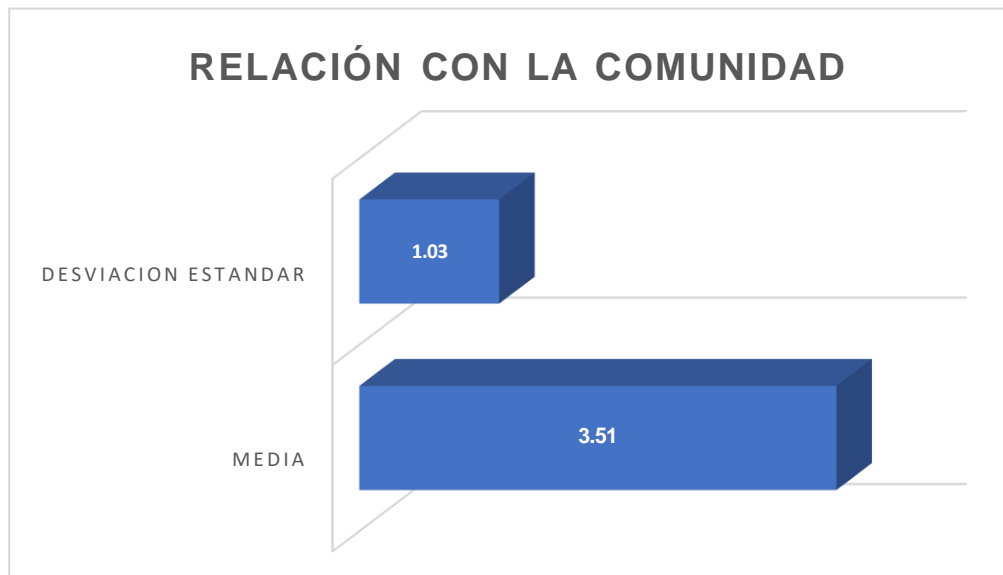
Nota: Respecto al nivel de la dimensión Relación con los Proveedores, se aprecia que posee un nivel medio con un promedio de 3.71 y una desviación estándar de 0.90.

Figura 11. Nivel de relación con los consumidores percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.



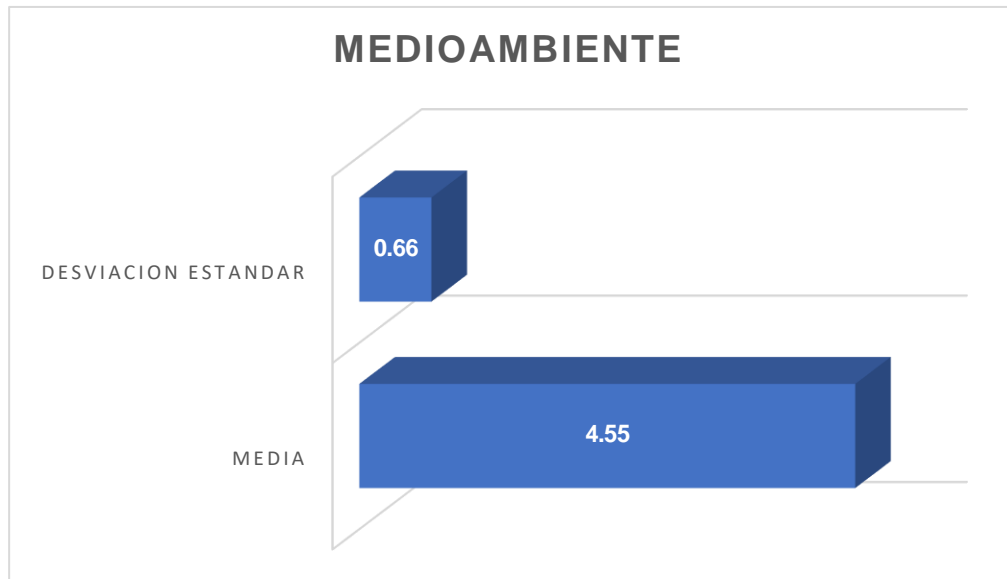
Nota: Respecto al nivel de la dimensión Relación con los Consumidores, se aprecia que posee un nivel alto con un promedio de 4.17 y una desviación estándar de 0.85.

Figura 12. Nivel de relación con la comunidad percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.



Nota: Respecto al nivel de la dimensión Relación con la Comunidad, se aprecia que posee un nivel medio con un promedio de 3.51 y una desviación estándar de 1.03.

Figura 13. Nivel de relación con el medioambiente percibido en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022.



Nota: Respecto al nivel de la dimensión Medioambiente, se aprecia que posee un nivel alto con un promedio de 4.55 y una desviación estándar de 0.66.

4.2. Discusión de resultados

En la presente investigación, se estableció como objetivo general el determinar la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa de calzado Bensa – 2022. Por lo cual, se encontró que existe relación significativa directa ($\text{Sig.} > 0.05$), entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa de calzado Bensa, en un nivel moderado, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.608. Estos resultados presentan afinidad con la investigación de Vergara (2017), titulada relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huanchaco periodo 2012, con respecto a responsabilidad social fue calificada como bajo, debido a que el: 78,68% no posee amplio conocimiento de clientes, proveedores y empleados, 77,04% se impide pagos, 77,04% no existe una relación éticamente y transparente conjuntamente con el gobierno asimismo 83,60% no tiene un balance social, calificando el subindicador valores y transparencia como bajo,

73,77% son Micro y Pequeñas Empresas no se preocupa por ofrecer a sus empleados un ambiente físico agradable y seguro, 74,04% no ofrece beneficios adicionales que se extienden a la familia del colaborador, 86,88% de las empresas no entiende que es derecho del empleado a participar en sindicatos, 83,60% no invierte en capacitaciones o cursos para sus empleados y 78,68% no invierte en facilitar el acceso a la información como forma de desarrollo personal y profesional, por lo que el subindicador público interno indica que es bajo. De igual forma coincide con Ari (2017), en su investigación gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del mercado internacional San José base I de la ciudad de Juliaca 2017, evidenció que el 85% no fueron competitivas, el 8.3% evidenció competitividad media y 6.7% baja; asimismo la micro y pequeña empresa si tienen nivel de competitividad alta y son competitivas. El 43.3% evidenció que la gestión empresarial es regular, 30.0% mala, y 26.7% alto. En gestión empresarial, 71.7% tuvo un rendimiento medio, 28.3% baja y 0% alto. Asimismo, dentro de la contextualización teórica, Raufflet *et al.* (2012) la responsabilidad social es el deber de los empresarios, formular políticas, tomar decisiones y seguir un código de conducta ideal de acuerdo con las metas y valores de nuestra sociedad. Por lo tanto, es importante considerar que las empresas que adoptan prácticas socialmente responsables pueden fortalecer su reputación, atraer talento, acceder a nuevos mercados, gestionar riesgos de manera eficiente, fomentar la innovación y diferenciarse de la competencia; al integrar la responsabilidad social en su estrategia empresarial, las empresas pueden obtener beneficios tanto económicos como sociales, creando un impacto positivo en la sociedad y mejorando su competitividad a largo plazo.

Con respecto al objetivo específico 1 del presente estudio planteado, como identificar la relación de la responsabilidad social en la gestión gerencial de la empresa calzado Bensa – 2022. Se observó que, no existe relación significativa ($\text{Sig.} 0.088 < 0.05$) entre la responsabilidad social y la gestión gerencial de la empresa de calzado Bensa, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.301. De modo que Gupta y Krishnamurthy (2021), en su investigación titulada Corporate responsibility competition, and firm value;

indicó que, ante un aumento de 1 punto en el índice de responsabilidad social corporativa, la valoración de la firma aumenta en 24.8%. Del mismo modo, Noriega (2019) en su investigación la responsabilidad social y la gestión empresarial en la empresa encargada de la inspección de la capacidad de tanques de carga montados sobre vehículos automotores semirremolques y remolques destinados al transporte de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos en Trujillo 2019; mencionó que la responsabilidad social de la empresa explica en un 41.0% la gestión empresarial de la empresa. Ahora bien, desde el punto de vista de Acción RSE (2011), definió la responsabilidad social empresarial como conjunto de promesas en un orden diferente, tiene responsabilidades en diferentes ámbitos en la económica, social y ambiental, que deben cumplir con sus respectivas obligaciones colaborando con el crecimiento social y económico para el desarrollo sostenible. Además, Jiménez (2006), determinó la gestión gerencial muy importante la escolaridad o grado de instrucción del empresario, la experiencia con la que cuente en el rubro de mercadeo, el conocimiento que tenga acerca de su negocio, y el tipo de decisiones que tenga con respecto a las eventualidades y obstáculos que se le presenten en el negocio. Sin embargo, es importante considerar que la responsabilidad social corporativa guía la forma en que una empresa toma decisiones y opera, asegurando que sus acciones sean éticas, socialmente responsables y sostenibles; al integrar la responsabilidad social en la gestión empresarial, se crea un enfoque holístico que busca generar beneficios económicos, sociales y ambientales a largo plazo.

En cuanto al objetivo específico 2, determinar la relación de la responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa de calzado Bensa -2022. Se observó que sí existe relación significativa ($\text{Sig.} > 0.05$), entre la responsabilidad social y la gestión de producción de la empresa calzado Bensa, con un coeficiente Rho de Spearman medio de 0.508. De tal manera que Dolores *et al.* (2019), en su estudio Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: a Multiple Mediation Analysis, señaló que la responsabilidad social empresarial explica en un 39.8% a la reputación de

las empresas. Además, Álvarez 2021 en su investigación Gestión de la producción para mejorar la productividad de la empresa procesadora de agua de mesa San Félix, Tumán – 2020; determinó que las funciones de producción para conseguir los objetivos de la empresa son valoradas de manera regular en un 50%, la calidad de los productos finalizados de la empresa es muy buena en 40% y la división de las actividades de los colaboradores en la empresa es regular en un 35%. En el aspecto teórico, la comisión de las comunidades europeas (2002), indicó que la RSE es voluntaria de integración de la dimensión social como ambiental, ambas van integrar en los procesos de negocio, asimismo teniendo en cuenta la comunicación con los grupos de interés también llamados stakeholders para una mejora continua en las empresas. Por consiguiente, Jiménez (2006), señaló a la gestión de producción como la capacidad instalada de la empresa, la antigüedad de los equipos, el nivel de personal que tiene la empresa, los proveedores de las materias prima con las que trabaja, la estructura de costos de producción, el sistema de inventario que usa, la flexibilidad empresarial y su experiencia productiva. Por esta razón, la responsabilidad social está estrechamente relacionada con la gestión de la producción, ya que implica considerar abordar los impactos sociales y ambientales de las operaciones de una empresa; al integrar la responsabilidad social en la gestión de la producción, se promueve la sostenibilidad, se protege el medio ambiente, se mejora la calidad de vida de los trabajadores y se cumple con los estándares y regulaciones pertinentes.

Acerca del objetivo específico 3, buscar la relación de la responsabilidad social y la gestión financiera de la empresa de calzado Bensa -2022. Se evidenció que, no existe relación significativa ($\text{Sig.}0.082 < 0.05$), entre la responsabilidad social y la gestión financiera de la empresa de calzado Bensa, con un coeficiente Rho de Spearman es bajo 0.307. De este modo Arena Pública (2021), en su investigación titulada responsabilidad social en tercer plano para empleados mexicanos; concluyó que a nivel regional el 94% estiman que cada empresa debe tener mayor contribución tanto en propuesta social y ambiental, 78% prioriza el salario y los beneficios, 47%

las horas de trabajo y vacaciones, 39% de la población considera las políticas de responsabilidad social empresarial, su diversidad y otros esfuerzos semejantes para tomar la decisión en aceptar ofertas laborales y el 78% de las importantes empresas mexicanas invierten sus fondos en RSE. De igual modo Quichca (2018) en su investigación responsabilidad social empresarial y Situación Financiera en Empresas Concesionarias de Alimentos, Distrito De San Martín De Porres 2017; se encontró que existe una relación positiva, muy elevada y significativa entre responsabilidad social empresarial y la situación financiera (ρ de Spearman=0.926 y sig.=0.000). Al igual que, Martén (2005), precisó la responsabilidad social empresarial, como el reflejo de los valores éticos que se manifiesta en el respeto por los demás, el medio ambiente y las normas sociales. De tal manera Jiménez (2006), conciso la gestión financiera, importante para la rentabilidad de la empresa, determinar el valor patrimonial, capacidad de endeudamiento, la liquidez de la empresa, las fuentes de financiamiento que posee, así mismo la prueba ácida y sus cambios en la situación financiera. No obstante, la responsabilidad social se relaciona con la gestión financiera al considerar los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza en las decisiones de inversión, fomentar la transparencia y rendición de cuentas, evaluar los riesgos y oportunidades financieras asociadas a los aspectos sociales y ambientales, integrar los criterios ambientales, sociales y de gobernanza en la toma de decisiones y gestionar el capital humano de manera responsable; al integrar la responsabilidad social en la gestión financiera, se promueve la sostenibilidad financiera a largo plazo y se genera un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Para el objetivo específico 4, determinar la relación de la responsabilidad social y la gestión comercial de la empresa calzado Bensa – 2022. Se demostró que, sí existe relación significativa (Sig.>0.05), entre la responsabilidad social y la gestión comercial de la empresa calzado Bensa, lo cual su coeficiente Rho de Spearman es moderado 0.487. De tal forma que Lara y Sánchez (2021), en su investigación titulada responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México; evidenciaron que las principales ventajas de la RSE son: 61.5% favorecer a

la sociedad, 41.6% refieren que mejorarán su imagen de marca y 39.9% refieren que se mejorará el clima laboral en la empresa. Además, Maxe (2021) en su investigación gestión comercial y su impacto en la Situación Financiera de la empresa Grupo Max S.A.C. periodo 2016-2018, se encontró que la mala gestión comercial hizo que la rentabilidad sobre el patrimonio de la empresa se redujera de 23.26% a 17.04%. Sin embargo, Baltera & Díaz (2005), mencionaron a la responsabilidad social empresarial como nuevas formas de hacer empresa, asimismo se vincula con el desarrollo existente al proceso de globalización de la economía mundial, enfatizando la innovación para el logro de mayor competitividad y la sustentabilidad del comercio. Lo cual Jiménez (2006), detalló la gestión comercial importante para determinar el tipo de mercado en el que opera la empresa, los tipos de clientes a los cuales se dirige, el tipo de producto que ofrece, la demanda de productos que obtiene mensualmente, la política de sus precios, incluyendo liquidaciones, promociones y nuevos lanzamientos. Por ello, la responsabilidad social se relaciona con la gestión comercial al promover prácticas comerciales éticas, satisfacer las necesidades de los clientes, generar valor compartido, comprometerse con la comunidad y ser transparente en las prácticas comerciales; al integrar la responsabilidad social en la gestión comercial, se promueve la reputación de la empresa, se fomenta la confianza de los consumidores y se contribuye al desarrollo sostenible.

Según el objetivo específico 5, indagar la relación de la responsabilidad social en ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa – 2022, lo cual se observó que, sí existe relación significativa ($\text{Sig.} > 0.05$), entre la responsabilidad social y la dimensión ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa, con un coeficiente Rho de Spearman es moderado 0.519. En cuanto, Acuña *et al*, (2019), en su investigación titulada responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva; concluyeron que en la dimensión Competitividad y relación con sus Stakeholders tuvo un desempeño de 4,01 puntos, Calidad de vida 3,30 puntos, Cuidado y Preservación del Medio Ambiente 2,80 puntos y Compromiso en la Comunidad 2,34 puntos. Por consiguiente, Chang (2022) en su investigación tecnologías de la

Información y Comunicación y su influencia en la Gestión Administrativa de los docentes y trabajadores administrativos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Nacional de Ucayali periodo 2020, encontró que el nivel de uso de administrativo de las TIC's es alto en un 54.9% y existe una relación positiva, elevada y significativa entre TIC's y gestión administrativa (ρ de Spearman=0.717 y sig.=0.000). Desde el punto de vista teórico, Barroso (2008), definió a la responsabilidad social como la contribución activa y voluntaria de una empresa en su progreso social, económico y ambiental de la sociedad. Asimismo, durante su crecimiento cumple las leyes. Por lo tanto, Jiménez (2006), aclaró que para la ciencia y tecnología es importante la inversión, las patentes con las que cuente (si las tuviera), y las líneas telefónicas para comunicación fluida con la empresa. Por lo tanto, la responsabilidad social se relaciona con la ciencia y tecnología al promover prácticas éticas en la investigación, desarrollar tecnologías responsables, promover el acceso equitativo, contribuir al desarrollo sostenible y facilitar la divulgación científica y tecnológica; al integrar la responsabilidad social en la ciencia y tecnología, se busca maximizar los beneficios para la sociedad y minimizar los impactos negativos, promoviendo un enfoque ético y sostenible en el avance científico y tecnológico.

Sobre el objetivo específico 6, delimitar la relación de la responsabilidad social en la internacionalización de la empresa calzado Bensa – 2022; se demostró que, sí existe relación significativa ($\text{Sig.}>0.05$), entre la responsabilidad social y la dimensión ambiental de la empresa calzado Bensa, su coeficiente Rho de Spearman es moderado 0.563. Dado que, Tapia y Córdova (2020), en su investigación titulada: plan de responsabilidad social empresarial para generar ventaja competitiva en la empresa mbn king kong Lambayeque S.R.L., Chiclayo, 2018, concluyeron que el 47,06% considera que los stakeholders se debe valorar que aportan a la empresa en relación con la responsabilidad social empresarial, el 66,67% está totalmente de acuerdo en que los empaques y bolsas de los productos de la empresa generan contaminación ambiental, y se observa que el 47,06% de las personas encuestadas es un indicador de la capacidad

de los clientes para estar de acuerdo con el servicio. Asimismo, Saavedra y Coaquira (2019) en su investigación la relación entre la responsabilidad social empresarial y la internacionalización de las MYPES del sector textil ubicadas en Lima Metropolitana 2014 – 2018. Encontraron que la responsabilidad social y la internacionalización guardan una relación positiva, fuerte y estadísticamente significativa (ρ de Spearman=0.716 y sig.=000). Por ende, Robbins (2005), refirió la RSE como el compromiso que se debe cumplir según ley y la economía de una empresa con el objetivo de beneficiar a la sociedad, sin contaminar el medio ambiente, sin discriminación y sin publicidad engañosa. En cambio, Jiménez (2006), definió a la internacionalización como importante para las exportaciones de productos y los mercados potenciales, para que la empresa pueda realizar un mejor balance y direccionamiento de sus productos al mercado más comercialmente activo y dirigir su expansión hacia nuevos mercados. Por lo tanto, la responsabilidad social se relaciona con la internacionalización al promover el cumplimiento de normas internacionales, incluir a stakeholders internacionales, contribuir al desarrollo sostenible a nivel global, establecer colaboraciones internacionales y practicar la transparencia y la rendición de cuentas global; al integrar la responsabilidad social en la internacionalización, las empresas pueden crear un impacto positivo en los países y comunidades en los que operan, y contribuir a un desarrollo sostenible a nivel global.

Asimismo, en el objetivo 7, se basa en reconocer el nivel de relación de la RS con el medioambiente percibido en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022. Se aprecia que posee un nivel alto con un promedio de 4.55, lo cual, cuenta con una desviación estándar de 0.66. Según Caro y Salazar (2018), en su investigación titulada la responsabilidad social y la competitividad de las mypes de Tingo María; concluyeron que; los microempresarios demostraron que están ejecutando acciones de RSE teniendo mayor importancia en la dimensión social ($X=3.95$), económica ($X=3.92$) y ambiental ($X=3.70$). El 83% de las empresas están realizando actividades de RSE sin ser reconocidas. En la presente investigación las Mypes realizan acciones de RS de nivel bajo ($r_s = 0.232$), de manera

cotidiana, innatas y por motivación personal de los dueños. Concluyendo que las acciones se desarrollan por Mypes de Tingo María que no aportan a la competitividad empresarial ($R=0.232$; $p<0.05$). De tal manera, Arias (2020) en su investigación “Responsabilidad social empresarial y cuidado ambiental de la empresa Sodimac, Villa El Salvador – 2020”; encontró que el nivel de responsabilidad social empresarial es bajo en un 69%, el nivel de cuidado ambiental es bajo en un 65% y existe una relación positiva, muy alta y significativa entre responsabilidad social y cuidado ambiental. Continuamente, Nieto (2004), precisó la responsabilidad social como el compromiso de las empresas incluyendo valores sociales y ambientales en sus finanzas, también relacionando ambas partes interesadas. A su vez, Prohumana (2006), estableció al medio ambiente como la práctica, política, desarrollo e implementación del sistema de gestión ambiental, lo que fortalece el desarrollo sustentable de la organización. Por lo tanto, la responsabilidad social se relaciona con el medio ambiente al promover la sostenibilidad ambiental, la conservación y protección del medio ambiente, el cumplimiento de las regulaciones ambientales y la transparencia y divulgación ambiental; al incorporar la responsabilidad social en sus operaciones, las organizaciones pueden contribuir a la preservación del medio ambiente y al desarrollo sostenible, minimizando los impactos negativos y maximizando los beneficios para las generaciones presentes y futuras.

En relación al objetivo 8, se demuestra el nivel de relación de la RS con los proveedores percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022. Donde se aprecia que posee un nivel medio con un promedio de 3.71, asimismo cuenta con una desviación estándar de 0.90. De este modo, Fernández (2018), en su investigación titulada la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES de Lima Norte, concluyó que la que la responsabilidad social empresarial es positiva en un 64.35% y la competitividad es buena en un 69.24%. En cambio, Lorren (2019) en su investigación gestión de proveedores para la reducción de costos de exportación de ají páprika molido hacia el mercado de Estados Unidos de la empresa Mecainnova SAC. en los años 2016-2017, encontró que el costo

total por cada saco comprado aumento de 6.99 dólares a 7.10 dólares. Además, Cajiga (2009), determinó la responsabilidad social como el compromiso de la empresa tanto interno como externo, lo cual abordan aspectos económicos, sociales y ambientales. Asimismo, involucran a las personas a participar de ello, generando mayor comunicación y empatía con los valores éticos. Finalmente, Prohumana (2006), delimitó a la relación con los proveedores como aquellos planes donde otorgan equilibrio y posibilidad a los proveedores de desarrollo en un tiempo prolongado. Debido a ello, la responsabilidad social se relaciona con los proveedores al exigir prácticas éticas, el cumplimiento de normas, regulaciones, promoción del desarrollo sostenible, colaboración, mejora continua, transparencia y rendición de cuentas; al trabajar con proveedores responsables, las empresas pueden garantizar una cadena de suministro ética, sostenible y confiable, que contribuya al éxito empresarial, al bienestar de las comunidades y el medio ambiente.

CONCLUSIONES

- Se determinó que existe una relación significativa, directa y alta de la responsabilidad social en la competitividad empresarial de la empresa de calzado Bensa – 2022, encontramos el resultado del coeficiente rho de Spearman 0.608 y sig. menor a 0.05.
- Se identificó que no existe una relación significativa de la responsabilidad social en la gestión gerencial de la empresa de calzado Bensa – 2022, obteniendo una sig. mayor a 0.05.
- Se determinó que existe una relación significativa, directa y moderada de la responsabilidad social en la gestión de producción de la empresa de calzado Bensa – 2022, dado el coeficiente rho de Spearman de 0.508 y el sig. menor a 0.05.
- Se evidenció que no existe una relación significativa de la responsabilidad social en la gestión financiera de la empresa de calzado Bensa – 2022, con un valor sig. mayor a 0.05.
- Se evidenció que existe una relación significativa, directa y moderada de la responsabilidad social en la gestión comercial de la empresa de calzado Bensa – 2022, teniendo un coeficiente rho de Spearman de 0.487 y el sig. menor a 0.05.
- Se indagó que existe una relación significativa, directa y moderada entre la responsabilidad social y ciencia y tecnología de la empresa de calzado Bensa – 2022, señalando el coeficiente rho de Spearman de 0.519 y el sig. menor a 0.05.
- Se delimitó que existe una relación significativa, directa y moderada de la responsabilidad social en la internacionalización de la empresa de calzado Bensa – 2022, evidenciando un coeficiente rho de Spearman de 0.563 y el sig. menor a 0.05.
- Se reconoció un nivel alto de relación de la RS con el medioambiente percibido en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022, demostrando un promedio de 4.55, y la desviación estándar de 0.66.
- Se demostró un nivel medio de RS con los proveedores percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa – 2022, confirmado el promedio de 3.71, y la desviación estándar de 0.90.

- La limitación principal del estudio fue tiempo disponible para realizar la investigación debido a los horarios de estudio y la realización de prácticas de porte de las investigadoras. Asimismo, el trabajo es relevante pues profundiza en la relación responsabilidad social y los aspectos administrativos de la empresa.

RECOMENDACIONES

- Comunicar de manera transparente los esfuerzos de responsabilidad social empresarial de la empresa hacia las partes interesadas, incluyendo a clientes, empleados, inversores y la comunidad. La comunicación transparente aumentará la confianza en la empresa y por lo tanto su competitividad.
- Mejorar la gestión gerencial de la empresa mediante la práctica del liderazgo comprometido lo cual implica asignación de recursos, definición de objetivos y promoción de una cultura organizacional ética y sostenible.
- Hacer uso responsable de los recursos productivos usados en la empresa, a través de la adopción de prácticas de producción que optimicen la utilización de insumo intermedios, el agua y luz (relevantes en el sector de calzado).
- Desarrollar la gestión financiera de la empresa mediante una evaluación y gestión de los riesgos financieros que permita identificar, cuantificar, diversificar y mitigar los riesgos relacionados a las decisiones de inversión, operación y financiamiento.
- Mejorar la gestión comercial de la empresa mediante la adopción de un plan estratégico que incluya programas de segmentación de mercado, planes de posicionamiento de productos/servicios, estrategias de precios, mejoras en la distribución y una promoción agresiva en redes sociales. Para ello, se realizará un análisis exhaustivo del mercado en el que opera, además se utilizará herramientas como el análisis PESTEL. La implementación se realizará en un periodo de 6 meses.
- Fomentar el uso de inteligencia de negocios a través de sistemas empresariales y sistemas de gestión de datos, los cuales permitan que la empresa mejore sus relaciones con sus clientes y optimice sus procesos empresariales.
- Buscar certificaciones y adhesiones a estándares internacionales de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial que validen esta práctica empresarial. Estas certificaciones pueden aumentar la confianza de los clientes y socios comerciales potenciales en el extranjero.
- Proporcionar información clara y transparente sobre las prácticas financieras, el impacto de las actividades en la sociedad como en el medio

ambiente; para ello, se debe publicar informes de sostenibilidad, divulgar los esfuerzos y logros en RSE para fomentar la confianza y la rendición de cuentas.

- Fortalecer la relación con los proveedores de la empresa a través de una comunicación abierta y fluida, por lo tanto, es fundamental usar correos electrónicos, llamadas telefónicas o reuniones periódicas, para discutir temas relacionados con la entrega de productos, calidad y pagos.

REFERENCIAS

- Acción RSE (2011). Responsabilidad Social Empresarial: Gobernanza, medición y control de gestión. Santiago, Chile. Recuperado de <http://accionempresas.cl/wcontent/uploads/2017/08/RSEgobernanza.pdf>
- Acuña Moraga, O. E., & Severino González, P. E. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage. The study of small mining companies in Chile/Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva. El estudio de pequeñas empresas mineras de Chile. Encuentros, 17(02). <https://doi.org/10.15665/encuent.v17i02.979>
- Álvarez, L. (2021). Gestión de la producción para mejorar la productividad de la empresa procesadora de agua de mesa San Félix, Tumán – 2020 [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio institucional de la Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8550/Alvarez%20Villalobos%2C%20Luis%20Anthony.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez, A. (2023). Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la reputación corporativa y la competitividad de las empresas peruanas de la región de Lima Metropolitana [Tesis de pregrado, Universidad de Lima]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima.
- Arbaiza, L. (2015). Como elaborar un plan de negocios. Lima, Perú: Universidad ESAN.
- Arena Pública (2021). Responsabilidad social, en tercer plano para empleados mexicanos. Arena Pública. <https://www.arenapublica.com/negocios/responsabilidad-social-en-tercer-plano-para-empleados-mexicanos>

Argandoña, A. (2011). Stakeholder Theory and Value Creation.

Arias, S. (2020). Responsabilidad social empresarial y cuidado ambiental de la empresa Sodimac, Villa El Salvador – 2020 [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1847/Arias%20Ascencio%2c%20Shirley%20Geraldine.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Baltera & Díaz. (2005). Responsabilidad Social Empresarial: Alcances y responsabilidades en materia laboral. En Dirección del trabajo & Departamento de estudios (Eds.), Cuaderno de investigación (25.A ed.). Dirección Del Trabajo. https://www.dt.gob.cl/portal/1629/articles-88984_recurso_1.pdf

Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. Contaduría y Administración, (226), 73-91. <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n226/n226a5.pdf>

Cajiga, J. (2020). El concepto de responsabilidad social empresarial. México: CEMEFI.

Camacho. (2017). LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS PERUANAS DE MANGO [Tesis de grado]. Universidad San Ignacio de Loyola.

Cancino & Morales. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, 1(1), Studocu. <https://www.studocu.com/cl/document/universidad-austral-de-chile/etica-profesional/cancino-morales-2008-articulo-base/31261822>

- Caro Nebenka & Salazar Inocente. (2018). La responsabilidad social y la competitividad de las MYPES de Tingo María. *Balance's*, 6(8), 4-12.
- Chagas, Pachi & Arbex. (2005). Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial [Caracas]. En *RSE para periodistas* (1º). CCyCC, ETHOS, CEDICE. <https://libreriacedice.org.ve/wp-content/uploads/2019/06/RSE-15Ago.pdf>
- Chang, J. (2022). Tecnologías de la Información y Comunicación y su influencia en la Gestión Administrativa de los docentes y trabajadores administrativos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Nacional de Ucayali periodo 2020 [Tesis de doctorado, Universidad Nacional de Ucayali]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Ucayali. http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5310/B4_2022_UNU_DOCTORADO_2022_TD_JACKIE-CHANG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2002). LIBRO VERDE DE LA COMISIÓN EUROPEA. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas (1.a ed., Vol. 1). CCE. https://itemsweb.esade.edu/wi/research/iis/pdfs_web/Libro_Verde.pdf
- Da Costa Pimenta, C. C. (2022). La responsabilidad social corporativa y su papel para la competitividad de las empresas latinoamericanas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, 28(1), 239. <https://doi.org/10.30972/rfce.2815951>
- Escobar-Pérez, J. y Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. En *Avances en Medición*, 6, pp. 27-36. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/302438451_Validez_de_contenido_y_juicio_de_expertos_Una_aproximacion_a_su_utilizacion

Esser, K. y otros (1996), "Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política", Revista CEPAL, No 59 (LC/G.1931-P), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Esteve-Moltó, J. E. (2011). "Los Principios Rectores sobre las empresas transnacionales y los derechos humanos en el marco de las Naciones Unidas para «proteger, respetar y remediar»: ¿hacia la responsabilidad de las corporaciones o la complacencia institucional?", Anuario de Derecho Internacional, XXVII, 317-351

EXPOK. (2016). EXPOK Comunicación de sustentabilidad y RSE. Recuperado de <http://www.expoknews.com>

Fernández Malpartida (2018). Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES de Lima Norte. [Tesis para optar por el Grado Académico de Maestro en Administración con mención en Administración]. Universidad nacional de educación "Enrique Guzmán y Valle".

Fernández, E.; Vázquez, C. & Montes, J. (1997). La competitividad de la empresa: un enfoque basado en la teoría de recursos. Dialnet. https://rebiun.baratz.es/rebiun/doc?q=84-7468-978-3+%7C%7C+8474689783&start=0&rows=1&sort=score%20desc&fq=msstored_mlt172&fv=LIB&fo=and&redo_advanced=false

Fernández, W. (2018). Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en MYPES [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

Freeman, R. E. (2010). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Cambridge University Press.

Fundación PROHumana (2006), Manual de RSE para pymes. Santiago de Chile: Confederación de la producción y el comercio.

Gallardo, D., Valdez, L. y Caastuera, A. (2019). Corporate Social Responsibility as an Antecedent of Innovation, Reputation, Performance, and Competitive Success: A Multiple Mediation Analysis. *Pacific-Basin Financial Journal*, 68(2), 1-28. <https://doi.org/10.3390/su11205614>

Gestión y Carpio, B. (2016). ¿Cómo ayuda la responsabilidad social a las pymes? | Mercados | Gestión. <https://gestion.pe/economia/mercados/ayuda-responsabilidad-social-pymes-120053-noticia/>

Gestión & Risso. (2020). La Influencia de la Responsabilidad Social Corporativa en la Productividad y en el Desempeño Financiero | Blogs | GESTIÓN. Gestión. Recuperado 28 de noviembre de 2020, de <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2020/11/la-influencia-de-la-responsabilidad-social-corporativa-en-la-productividad-y-desempeno-financiero.html/>

Gestión y Romero. (2022, 20 marzo). Qué son los stakeholders. Gestión. <https://gestion.pe/tendencias/que-son-los-stakeholders-nnda-nnlt-noticia/>

Giansante, P. (2012). La certificazione etica d'impresa. La norma SA 8000 quale contributo allo sviluppo della responsabilità sociale dell'impresa. Edizioni Univ. Romane.

Guibert. (2009). Responsabilidad social empresarial: Competitividad y casos de buenas prácticas en pymes (1.^a ed., Vol. 1) [E-book]. Universidad de Deusto. <https://www.casadellibro.com/libro-responsabilidad-social-empresarial-competitividad-y-casos-de-bue-nas-practic-as-en-pymes/9788498301977/1253874>

- Gupta, K., y Krishnamurti, C. (2021). Corporate social responsibility, competition, and firm value. *Sustainability*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2021.101622>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.
- International Organization for Standardization (ISO). 2010. Norma Internacional ISO 26000: Guía de responsabilidad social. Ginebra: ISO.
- Jiménez Ramírez, M. H., (2006). Modelo de competitividad empresarial. *Umbral Científico*, (9), 115-125.
- KOWSZYK, Y., CASTRO, M., MAHER, R. & GUIDOLIN, A. (2019). *Responsabilidad Social Empresarial y Objetivos de Desarrollo Sostenible en la Unión Europea, América Latina y el Caribe*. Fundación EU-LAC. https://eulacfoundation.org/es/system/files/responsabilidad_social_y_objetivos_de_desarrollo_sostenible_en_ue_y_lac.pdf (1.a ed., Vol. 1).
- Labarca, N., (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184.
- Landázuri Aguilera, Y., Hinojosa Cruz, A. V. & Aguilar Morales, N. (2019). Responsabilidad Social Empresarial: un instrumento para medir la implementación en las empresas del índice de sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. *Cuadernos de Contabilidad*, 19(48), 1-16. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc19-48.rsei>
- Lara Manjarrez, Itzel Alejandra, & Sánchez Gutiérrez, José. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y negocios*, 22(43), 97-118. Epub 01 de agosto de 2022. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>

- LIRA SEGURA. (2016, 19 septiembre). Conozca la opinión de las empresas peruanas sobre la responsabilidad social. *Gestión*. <https://archivo.gestion.pe/empresas/conozca-opinion-empresas-peruanas-sobre-responsabilidad-social-2170405>
- Lorren, I. (2019). Gestión de proveedores para la reducción de costos de exportación de ají páprika molido hacia el mercado de Estados Unidos de la empresa Mecainnova SAC. en los años 2016-2017 [Tesis de pregrado, Universidad San Martn de Porres]. Repositorio institucional de la Universidad San Martn de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/6426>
- Lozano, V. (2021). Sostenibilidad: tema prioritario para las empresas en América Latina. *E I P e r u a n o*. <https://elperuano.pe/noticia/120415-sostenibilidad-tema-prioritario-para-las-empresas-en-america-latina>
- Mamani Paredes, J. y Cotacallapa Gutiérrez, H. (2018). Rendimiento y calidad nutricional de avena forrajera en la región de Puno. *Revista de Investigaciones Altoandinas -Journal of High Andean Research*, 20(4), 385-400. <https://doi.org/10.18271/ria.2018.415>
- Martn, I. (2005). *Económicas* (Documentos de Trabajo N 106). Colegio de Madrid. <https://privado.cemad.es/revistas/online/Revistas/0106.pdf/124>
- Maxe, Y. (2021). *Gestión comercial y su impacto en la Situación Financiera de la empresa Grupo Max S.A.C. periodo 2016-2018* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio institucional de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4071/1/TL_MaxeMilianYessica.pdf
- Mayen, Astrid (2016) *Cul es el estado de la RSC en el Perú? Perú 2021*. Corporación Ekos. <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/4/temas/50091.pdf>

- Michael E. Porter & Mark R. Kramer. (2007). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Strategic Direction*, 23(5). <https://doi.org/10.1108/sd.2007.05623ead.006>
- Moneva & AccountAbility (Eds.). (2008). Norma de Principios de AccountAbility AA1000APS (2008) (1.ª ed., Vol. 1). AccountAbility. <http://www.masbusiness.com/docs/AA1000APS%20esp.pdf>
- Nieto, I., y Solá, J. (2004). Económicas (Documentos de Trabajo N° 104). Colegio de Madrid. <https://privado.cemad.es/revistas/online/Revistas/0104.pdf/154>
- Noriega, R. (2019). La responsabilidad social y la gestión empresarial en la empresa encargada de la inspección de la capacidad de tanques de carga montados sobre vehículos automotores semirremolques y remolques destinados al transporte de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos en Trujillo 2019 [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23622/Noriega%20Montoya%2c%20Renzo%20Arturo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organización de las Naciones Unidas (2011). Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos: Puesta en práctica del marco de las Naciones Unidas para “proteger, respetar y remediar”. Consejo de Derechos Humanos. http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_SP.pdf
- Pérez, A. (2017, enero 2). Diamante de Porter componentes, usos y beneficios | OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/diamante-de-porter-componentes-usos-y-beneficios>

- Quichca, Z. (2018). Responsabilidad Social Empresarial y Situación Financiera en Empresas Concesionarias de Alimentos, Distrito De San Martín De Porres 2017 [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23388/Quichca_HZA.pdf?sequence=1
- Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., y García C. (2012). Responsabilidad social empresarial (1a ed.). Pearson. https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/ebooks/Responsabilidad%20social%20empresarial.pdf
- Riquelme Leiva, Matias (2015, Junio). Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa. Santiago, Chile. Retrieved from <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Robbins, S., y Coulter, M. (2005). Administración (8a ed.). Prentice Hall.
- Saavedra, M. y Coaquira, J. (2019). La relación entre la responsabilidad social empresarial y la internacionalización de las mypes del sector textil ubicadas en Lima Metropolitana 2014 – 2018 [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/643ba89a-34b2-4f42-a709-be4b05b59b44/content>
- Sastre Castillo, Miguel Ángel y Aguilar Pastor, Eva María, Dirección de Recursos Humanos. Un enfoque estratégico, Madrid, Edit. McGraw-Hill, 2003, 411 pp
- Solleiro, J. & Castañón, R. (2005). Competitiveness and innovation systems: the challenges for México's insertion in the global context. *Technovation*, 45 (2005), 1059-1070.

- Tapia Palomino, L. E. & Córdova Chirinos, J. W. (2020). PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA GENERAR VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA MBN KING KONG LAMBAYEQUE S.R.L., CHICLAYO, 2018. HORIZONTE EMPRESARIAL, 7(1), 1-14. <https://doi.org/10.26495/rce.v7i1.1346>
- Vergara Bracamonte, G. C. (2017). Relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de las micro y pequeñas empresas en el distrito de Huanchaco periodo 2012. Universidad Privada Antenor Orrego.
- World Economic Forum. (2016). The Global Competitiveness Report 2016–2017. En Schwab & Sala-i-Martin (Eds.), [Insight Report](https://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf) (1era ed., Vol. 1). https://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf
- Zevallos, J., y Sulla, M. (2021). La responsabilidad social empresarial y su relación con el resultado empresarial en las organizaciones del sector textil de la provincia Arequipa, 2019 [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio institucional de la Universidad Tecnológica

ANEXOS

ANEXO 1

Elaborado por: Fundación PROHumana (2006)

Modificado por: Fernández (2018)

CUESTIONARIO

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Instrucciones: Por favor lea cada una de las afirmaciones y responda marcando con una X la alternativa que usted crea conveniente considerando lo siguiente:

Indicaciones: Marque la respuesta que crea conveniente. La encuesta está basada en la escala de Likert, siendo las respuestas:

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

Nombre: _____

Edad: _____

Fecha: _____

| | Marque con un aspa (X) dentro del recuadro según su opinión: 1, 2, 3, 4, 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 1. Valores y coherencia | | | | | |
| 1 | En mi empresa se ha elaborado un Código de Ética que guía nuestras acciones y la forma en cómo debemos relacionarnos con los distintos públicos de interés. | | | | | |
| 2 | En mi empresa se han definido un modelo y las funciones del Gobierno Corporativo. | | | | | |
| 3 | En mi empresa se manejan libros contables y se publican los resultados del Balance General, de manera que sean conocidos por todos sus miembros. | | | | | |
| 4 | En mi empresa se participa en asociaciones u organizaciones de interés común, en las que se mantienen diálogos con nuestros competidores. | | | | | |
| 5 | En mi empresa se elabora y publica un Reporte de Sustentabilidad donde se integran aspectos sociales, económicos y ambientales. | | | | | |
| | 2. Público interno | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 6 | En mi empresa se ha elaborado un manual de seguridad e higiene. | | | | | |
| 7 | En mi empresa se cuenta con ambientes saludables y agradables para trabajar | | | | | |
| 8 | En mi empresa se promueve la conformación de sindicatos o formas de organización de los trabajadores. | | | | | |
| 9 | En mi empresa existe una política de contratación diseñada bajo criterios objetivos, transparentes e igualitarios. | | | | | |
| 10 | En mi empresa existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador. | | | | | |
| 11 | En mi empresa la política de beneficios es conocida por todos los trabajadores y se está al tanto de las formas de acceso a ellos. | | | | | |
| 12 | En mi empresa se ha elaborado una política de conciliación vida personal y vida laboral, se han implementado flexibilidad de horarios. | | | | | |
| 13 | En mi empresa se han desarrollado iniciativas de apoyo psicológico mediante charlas o cursos orientadas a que los trabajadores que van a jubilar sepan cómo enfrentar este proceso. | | | | | |
| 14 | En mi empresa los procedimientos implementados para prevenir y sancionar el acoso sexual son conocidos por todos sus miembros. | | | | | |
| 15 | En mi empresa los procedimientos orientados a prevenir las situaciones de discriminación son conocidos por todos los trabajadores. | | | | | |
| | 3. Relación con los Proveedores | | | | | |
| 16 | En mi empresa se mantiene un registro completo de las características de los proveedores. | | | | | |
| 17 | En mi empresa se mantiene un contacto permanente con otras similares y con otros proveedores que forman | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| | parte del encadenamiento productivo en el que nos insertamos. | | | | | |
| 18 | En mi empresa existen canales de denuncia en casos en que se sorprende a los proveedores trabajando con mano de obra infantil y/o forzada. | | | | | |
| 19 | En mi empresa se ha exigido que las empresas contratistas o subcontratistas informen del cumplimiento de la legislación vigente en la contratación de su personal, específicamente los aspectos relacionados con pago de salario, previsión, e higiene y seguridad. | | | | | |
| | 4. Relación con los Consumidores | | | | | |
| 20 | En mi empresa se han establecido mecanismos de atención a los consumidores, orientados a recoger sus reclamos y sugerencias. | | | | | |
| 21 | En mi empresa se ha elaborado una política de publicidad bajo criterios éticos, que contempla un código y procedimientos para elaborar la publicidad. | | | | | |
| 22 | En mi empresa han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido. | | | | | |
| | 5. Relación con la Comunidad | | | | | |
| 23 | En mi empresa se ha elaborado una política de relación con los distintos públicos de interés, tales como sus clientes, proveedores, comunidad, etc. | | | | | |
| 24 | En mi empresa se han diseñado e implementado proyectos de inversión social con la comunidad. | | | | | |
| 25 | En mi empresa se han organizado actividades con la comunidad en que han participado trabajadores. | | | | | |
| | 6. Medioambiente | | | | | |
| 26 | En mi empresa se ha participado en grupos de trabajo o equipos de discusión en torno a temas ambientales, | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | aportando y recogiendo ideas que fomentan la responsabilidad ambiental. | | | | | |
| 27 | En mi empresa se han implementado formas de ahorro energético, de agua, y manejo de residuos o desechos. | | | | | |
| 28 | En mi empresa se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución. | | | | | |

Adaptado de la Confederación de Producción y Comercio y la Fundación PROhumana (2006). Manual de responsabilidad social empresarial para PYMES

<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/2349/TM%20AD-Ad%203819%20F1%20-%20Fernandez%20Malpartida.pdf?sequence=1>

ANEXO 2

Elaborado por: Jiménez (2006)

CUESTIONARIO

Modificado por: Fernández (2018)

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Instrucciones: Por favor lea cada una de las afirmaciones y responda marcando con una X la alternativa que usted crea conveniente considerando lo siguiente:

Indicaciones: Marque la respuesta que crea conveniente. La encuesta está basada en la escala de Likert, siendo las respuestas:

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

Nombre: _____

Edad: _____

Fecha: _____

| | Marque con un aspa (X) dentro del recuadro según su opinión: 1, 2, 3, 4, 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
| | 1. Gestión Gerencial | | | | | |
| 1 | Los gerentes/ dueños de mi empresa demuestran tener educación superior. | | | | | |
| 2 | Los gerentes/ dueños de mi empresa demuestran tener experiencia en el rubro de la empresa. | | | | | |
| 3 | Los gerentes/ dueños de mi empresa hablan idiomas extranjeros. | | | | | |
| | 2. Gestión de Producción | | | | | |
| 4 | Mi empresa cuenta con maquinaria de producción actualizada. | | | | | |
| 5 | Mi empresa cuenta con un personal calificado. | | | | | |
| 6 | Mi empresa cuenta con diversos proveedores de materias primas. | | | | | |
| 7 | Mi empresa tiene una estructura definida de sus costos de producción. | | | | | |
| 8 | Mi empresa posee un sistema de inventarios. | | | | | |
| 9 | Mi empresa es flexible y adaptable a los cambios y demandas de producción. | | | | | |
| | 3. Gestión Financiera | | | | | |
| 10 | Mi empresa es rentable. | | | | | |
| 11 | Mi empresa tiene acceso a varias fuentes de financiación. | | | | | |
| 12 | Mi empresa se adapta a los cambios de la situación financiera local o internacional. | | | | | |
| 13 | Mi empresa tiene un buen historial crediticio. | | | | | |
| | 4. Gestión Comercial | | | | | |
| 14 | Mi empresa se enfoca a varios tipos de clientes o segmentos. | | | | | |
| 15 | Mi empresa ofrece productos y servicios diferenciados de la competencia. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 16 | Los productos y servicios de mi empresa tienen demanda en el mercado. | | | | | |
| 17 | Mi empresa tiene definida su política de precios de sus productos y servicios. | | | | | |
| 18 | Mi empresa establece diversos canales de comercialización. | | | | | |
| 19 | Mi empresa invierte en publicidad. | | | | | |
| 20 | Mi empresa aplica el 'e-commerce'. | | | | | |
| | 5. Ciencia y Tecnología | | | | | |
| 21 | Mi empresa cuenta con patentes de sus productos o servicios. | | | | | |
| 22 | Mi empresa invierte en investigación y desarrollo. | | | | | |
| | 6. Internacionalización | | | | | |
| 23 | Mi empresa exporta sus productos/ servicios. | | | | | |
| 24 | Mi empresa tiene acceso a nuevos mercados. | | | | | |

Adaptado de Jiménez, M. (2006). Modelo de competitividad empresarial. Umbral Científico, núm. 9, 2006, pp. 115-125 Universidad Manuela Beltrán. Bogotá, Colombia

<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/2349/TM%20AD-Ad%203819%20F1%20-%20Fernandez%20Malpartida.pdf?sequence=1>

ANEXO 3

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALPHA DE CRONBACH

Tabla: Clasificación de los niveles de fiabilidad según el Alfa de Cronbach

| Índice | Nivel de fiabilidad | Valor de Alfa de Cronbach |
|--------|---------------------|---------------------------|
| 1 | Excelente |]0.9 - 1] |
| 2 | Muy bueno |]0.7 - 0.9] |
| 3 | Bueno |]0.5 - 0.7] |
| 4 | Regular |]0.3 - 0.5] |
| 5 | Deficiente | 0 - 0.3] |

VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 15 | 100.0 |
| | Excluido ^a | 0 | .0 |
| | Total | 15 | 100.0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de elemento

| | Media | Desviación estándar | N |
|-----|-------|---------------------|----|
| P1 | 3.13 | .990 | 15 |
| P2 | 3.07 | 1.100 | 15 |
| P3 | 2.87 | .834 | 15 |
| P4 | 3.60 | .828 | 15 |
| P5 | 2.33 | .724 | 15 |
| P6 | 4.20 | .676 | 15 |
| P7 | 4.33 | .816 | 15 |
| P8 | 1.87 | .640 | 15 |
| P9 | 4.47 | .516 | 15 |
| P10 | 3.33 | .617 | 15 |
| P11 | 4.33 | .816 | 15 |
| P12 | 4.47 | .834 | 15 |

| | | | |
|-----|------|------|----|
| P13 | 1.53 | .516 | 15 |
| P14 | 2.80 | .862 | 15 |
| P15 | 4.40 | .828 | 15 |
| P16 | 4.60 | .507 | 15 |
| P17 | 1.73 | .458 | 15 |
| P18 | 1.60 | .507 | 15 |
| P19 | 2.67 | .488 | 15 |
| P20 | 2.20 | .676 | 15 |
| P21 | 3.13 | .516 | 15 |
| P22 | 4.80 | .414 | 15 |
| P23 | 4.60 | .828 | 15 |
| P24 | 2.27 | .704 | 15 |
| P25 | 2.40 | .507 | 15 |
| P26 | 2.53 | .743 | 15 |
| P27 | 4.60 | .828 | 15 |
| P28 | 1.80 | .414 | 15 |

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
|------------------|---|----------------|
| .858 | .861 | 28 |

Se procedió a determinar la consistencia interna del instrumento utilizando el coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach, dando como resultado 0.858; a partir de este valor y considerando el trabajo investigativo de AVECILLAS Y LOZANO (2016), que describe escalas de clasificación de los niveles de fiabilidad al utilizar el Alfa de Cronbach, que se muestra en la tabla 1, se concluyó que el valor obtenido indica que el instrumento tiene un nivel de fiabilidad **muy bueno**.

VARIABLE: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**Resumen de procesamiento de casos**

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 15 | 100.0 |
| | Excluido ^a | 0 | .0 |
| | Total | 15 | 100.0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de elemento

| | Media | Desviación estándar | N |
|-------|-------|---------------------|----|
| PCE1 | 4.20 | .414 | 15 |
| PCE2 | 4.33 | .816 | 15 |
| PCE3 | 1.73 | .458 | 15 |
| PCE4 | 4.40 | .828 | 15 |
| PCE5 | 4.67 | .488 | 15 |
| PCE6 | 4.13 | .743 | 15 |
| PCE7 | 4.33 | .816 | 15 |
| PCE8 | 4.20 | .941 | 15 |
| PCE9 | 4.20 | .775 | 15 |
| PCE10 | 4.20 | 1.014 | 15 |
| PCE11 | 4.73 | .458 | 15 |
| PCE12 | 3.60 | .507 | 15 |
| PCE13 | 4.27 | 1.033 | 15 |
| PCE14 | 4.07 | .594 | 15 |
| PCE15 | 4.40 | .828 | 15 |
| PCE16 | 3.73 | .458 | 15 |
| PCE17 | 4.27 | .799 | 15 |
| PCE18 | 3.73 | .799 | 15 |
| PCE19 | 2.07 | .704 | 15 |
| PCE20 | 3.47 | .516 | 15 |
| PCE21 | 2.67 | .488 | 15 |
| PCE22 | 1.73 | .458 | 15 |
| PCE23 | 2.33 | .488 | 15 |
| PCE24 | 4.53 | .516 | 15 |

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
|------------------|---|----------------|
| .868 | .874 | 24 |

Se procedió a determinar la consistencia interna del instrumento utilizando el coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach, dando como resultado 0.868; a partir de este valor y considerando el trabajo investigativo de Avecillas y Lozano (2016), que describe escalas de clasificación de los niveles de fiabilidad al utilizar el Alfa de Cronbach, que se muestra en la tabla 1, se concluyó que el valor obtenido indica que el instrumento tiene un nivel de fiabilidad **muy bueno**.

Avecillas, D. X., & Lozano, C. (2016). *Medición de la Confiabilidad del Aprendizaje del Programa RStudio Mediante Alfa de Cronbach*. Revista Politécnica, 37(1).

ANEXO 4

REPORTE TRIBUTARIO FICHA RUC



REPORTE TRIBUTARIO

BENITES ALAYO PABLO SAMUEL

RUC: 10182210868

| INFORMACIÓN DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES | |
|--|---|
| Información al 04/02/2013 | |
| DATOS GENERALES | |
| Tipo de Documento | DNI 18221086 |
| Nombre Comercial | - |
| Fecha de Inscripción | 09/09/2005 |
| Fecha de Inicio de Actividades | 09/09/2005 |
| Estado del Contribuyente | ACTIVO |
| Condición del Contribuyente | HABIDO |
| Domicilio Fiscal | - MZA. 13 LOTE. 14 A.H. NUEVO PORVENIR LA LIBERTAD - TRUJILLO - EL PORVENIR |
| Profesión u Oficio | - |
| Actividad de Comercio Exterior | 00 SIN ACTIVIDAD |
| Actividad Económica | FABRICACIÓN DE CALZADO |
| INFORMACIÓN SOBRE SISTEMA DE FACTURACIÓN Y LLEVADO DE REGISTROS | |
| Sistema de Emisión de Comprobante | MANUAL |
| Sistema de Contabilidad | MANUAL |
| Comprobantes de Pago Autorizados | FACTURA RECIBO POR HONORARIOS BOLETA DE VENTA GUIA DE REMISION - REMITENTE |
| Sistema de Emisión de Electrónica | FACTURA PORTAL DESDE 05/31/2022 BOLETA PORTAL DESDE 05/29/2022 |
| Afiliado al PLE* desde | |

*PLE: Programa de Libros Electrónicos.

ANEXO 5

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo, Benites Alayo, Pablo Samuel identificado con DNI 18221086, en mi calidad de Gerente general del área de Gerencia de la empresa/institución Calzado Bensa con R.U.C N°10182210868, ubicada en la ciudad de Trujillo - El Porvenir.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A las señoritas:

Reyes Lucas, Yamili Maddaley identificado con DNI N° 73806512

Sánchez Mantilla, Cecilia Milagros identificado con DNI N°72914746

Estudiantes de la carrera profesional del Programa de Administración para que utilice la siguiente información de la empresa: Toda la información necesaria para su desarrollo de tesis (información básica de la empresa, reporte tributario y otros documentos).

con la finalidad de que pueda desarrollar su () Trabajo de Investigación, (x) Tesis

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

() Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

(x) Mencionar el nombre de la empresa.



Firma y sello del Representante Legal **

DNI: 18221086

CELULAR: 978850852

**Este documento debe ser firmado por un representante inscrito en SUNAT y debe adjuntar una copia de su documento de identidad (DNI) para verificar la firma.

Las estudiantes declaran que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, las estudiantes serán sometidas al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirán toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Firma del estudiante

DNI: 73806512

Firma del estudiante

DNI: 72914746

ANEXO 6

BASE DE DATOS

VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL

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

| N | D1 | | | | | D2 | | | | | | | | | | D3 | | | | D4 | | | D5 | | | D6 | | | SUMA | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 116 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 116 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 113 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 115 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 107 |
| 6 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 98 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 106 | |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 119 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 108 | |
| 10 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 104 | |
| 11 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 112 | |
| 12 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 105 |
| 13 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 110 | |
| 14 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 97 | |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 120 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 123 | |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 109 | |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 101 | |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 122 | |
| 20 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 109 | |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 108 | |
| 22 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 116 | |
| 23 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 113 | |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 119 | |
| 25 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 120 | |
| 26 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 113 | |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 115 | |
| 28 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 119 | |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 113 | |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 116 | |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 120 | |
| 32 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 120 | |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 125 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Media | 4.5455 | 4.030 | 4.4848 | 3.0909 | 3.5152 | 4.697 | 4.6364 | 3.1818 | 4.6061 | 4.5152 | 4.1212 | 4.0909 | 2.8485 | 4.5758 | 4.4848 | 4.5152 | 4.0606 | 3.030 | 3.2424 | 4.697 | 4.0909 | 3.7273 | 3.8182 | 3.121 | 3.5758 | 4.0909 | 4.8182 | 4.7273 | 112.94 |
| DE | 0.6657 | 1.1315 | 0.6185 | 1.0417 | 0.6185 | 0.4667 | 0.5488 | 1.2613 | 0.4962 | 0.5075 | 0.9273 | 0.9799 | 0.8337 | 0.5607 | 0.5075 | 0.5075 | 0.9334 | 0.9838 | 1.1734 | 0.4667 | 1.0713 | 1.0085 | 1.1027 | 0.8572 | 1.1189 | 1.0713 | 0.3917 | 0.5168 | |
| MEDIDAS DE INDICADOR | 3.9333 | | | | | 4.1758 | | | | | | | | | | 3.7121 | | | | 4.1717 | | | 3.5051 | | | 4.5455 | | | |
| NIVEL | MEDIO | | | | | ALTO | | | | | | | | | | MEDIO | | | | ALTO | | | MEDIO | | | ALTO | | | |

ANEXO 7

BASE DE DATOS

VARIABLE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

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

| N | D1 | | | D2 | | | | | D3 | | | | D4 | | | | | D5 | | D6 | | SUMA | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | | P22 | P23 | P24 |
| 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 112 |
| 2 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 112 |
| 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 111 |
| 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 113 |
| 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 88 |
| 6 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 92 |
| 7 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 98 | |
| 8 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 112 |
| 9 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 5 | 95 |
| 10 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 84 |
| 11 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 102 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 93 |
| 13 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 93 |
| 14 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 90 |
| 15 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 113 |
| 16 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 112 |
| 17 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 5 | 95 |
| 18 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 92 |
| 19 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 112 |
| 20 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 88 |
| 21 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 113 |
| 22 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 105 |
| 23 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 99 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 96 |
| 25 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 99 |
| 26 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 102 |
| 27 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 113 |
| 28 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 105 |
| 29 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 110 |
| 30 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 110 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 107 |
| 32 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 105 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 114 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|-------------|----------|------------|------------|--------|
| Media | 4.6364 | 4.788 | 2.727 | 4.636 | 4.758 | 4.545 | 4.030 | 4.606 | 4.182 | 4.788 | 4.697 | 4.182 | 4.721 | 4.667 | 4.758 | 4.424 | 4.364 | 4.212 | 3.848 | 3.69 | 3.818 | 2.36 | 4.33 | 4.78 | 102.58 |
| DE | 0.48850421 | 0.41514875 | 1.32930262 | 0.48850421 | 0.43519414 | 0.61699418 | 0.95147414 | 0.49619766 | 0.95047835 | 0.41514875 | 0.46669372 | 0.76870611 | 0.45226702 | 0.54006172 | 0.43519414 | 0.66286797 | 0.82227511 | 0.89294372 | 1.1489455 | 1.2370541 | 1.044465941 | 2.454462 | 0.73598007 | 0.41514875 | |
| MEIDAS DE INDICADOR | 4.0505 | | | 4.460 | | | | | 4.598 | | | | 4.281 | | | | | 3.091 | | 4.561 | | | | | |
| NIVEL | ALTO | | | ALTO | | | | | ALTO | | | | ALTO | | | | | MEDIO | | ALTO | | | | | |

ANEXO 8

MATRIZ DE CONSISTENCIA

| MATRIZ DE CONSISTENCIA | | | | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|---|--|--|
| Título del proyecto: “Responsabilidad social y competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa – 2022” | | | | | | | | |
| Autores: Reyes Lucas, Yamili Maddaley y Sánchez Mantilla, Cecilia Milagros | | | | | | | | |
| PROBLEMA | OBJETIVO GENERAL | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | DIMENSIONES | INDICADORES | HIPÓTESIS | TIPO DE INVESTIGACIÓN | POBLACIÓN | MARCO MUESTRAL |
| ¿Existe relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa - 2022? | Determinar la relación entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa de calzado Bensa - 2022. | 1) Identificar la relación de la RS en la gestión gerencial de la empresa calzado Bensa - 2022. 2) Determinar la relación de la RS en la gestión de producción de la empresa calzado Bensa - 2022. 3) Buscar la relación de la | . Dimensión Valores y coherencia . Dimensión Público Interno . Dimensión Relación con los Proveedores . Dimensión Relación con los Consumidores . Dimensión Relación con la Comunidad | Códigos de ética Políticas de capacitación Políticas de beneficio Desarrollo de proveedores Aspectos laborales Relación con los consumidores Vinculación comunidad/inversión social | <ul style="list-style-type: none"> • Hipótesis General: - Hipótesis de investigación (H1): Existe relación alta y significativa entre la responsabilidad social y la competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa - 2022 • Hipótesis Nula: Hipótesis nula (H0): No existe relación entre la responsabilidad social y la | <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Es cuantitativa porque se orienta en cuantificar o evaluar la cantidad o dimensión del objeto o sujeto de estudio. • Finalidad: Aplicada, la finalidad de una investigación se refiere a la orientación del estudio, de acuerdo con el carácter del problema planteado, el cual puede ser práctico o teórico. • Alcance: Descriptivo correlacional. | Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones, las personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2020). Correspondiente a 33 trabajadores de la empresa de calzado Bensa – 2022. | Este marco poblacional abarca a las diferentes instancias, lo que agrupa a 33 personas, las cuales se distribuyen de la siguiente manera: <input type="checkbox"/> Gerente general: 1 trabajador. <input type="checkbox"/> Asistente administrativo: 1 trabajador. <input type="checkbox"/> Contadora: 1 persona <input type="checkbox"/> Armadores: 9 personas <input type="checkbox"/> Perfiladoras: 9 personas |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|-----------------------------------|---|---|---|--|---|
| | | RS en la gestión financiera de la empresa calzado Bensa - 2022. | | Voluntariado Corporativo | competitividad empresarial de la empresa calzado Bensa - 2022 | Es descriptiva porque el objetivo principal de la investigación descriptiva se centra en definir las características de un fenómeno particular sin necesariamente indagar en las causas que lo producen. Es correlacional porque tiene la finalidad de identificar la relación entre dos o más variables dentro de su campo de estudio. | | <input type="checkbox"/> Cortadores: 3 personas |
| | | 4) Evidenciar la relación de la RS en su dimensión de la gestión comercial de la empresa calzado Bensa - 2022. | . Dimensión Medio Ambiente | Prácticas ambientales Sistema de gestión medio ambiental | | | | <input type="checkbox"/> Empaquetadores: 3 personas |
| | | 5) Indagar la relación de la RS en ciencia y tecnología de la empresa calzado Bensa - 2022. | . Dimensión Gestión comercial | Demanda | | • Diseño: Es no experimental porque se orienta simplemente a observar, generalmente se trata de estudios estadísticos o demográficos, en los que el investigador no interviene de manera directa, sino que limita su análisis a la medición de variables definidas para el estudio. | | <input type="checkbox"/> Devastadores: 3 personas |
| | | | . Dimensión Gestión financiera | Rentabilidad Liquidez | | | | <input type="checkbox"/> Vendedoras: 3 personas |
| | | 6) Delimitar la relación de la RS en la internacionalización de la empresa | . Dimensión Gestión de producción | Sistema de inventarios | | | | |
| | | | . Dimensión Ciencia y tecnología | Patente Líneas telefónicas | | | | |
| | | | . Dimensión Internacionalización | Exportaciones Mercados potenciales | | | | |
| | | | . Dimensión Gestión gerencial | Experiencia | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|--|--|---------------------------------|--|--|--|--|
| | | <p>calzado Bensa - 2022.</p> <p>7) Reconocer el nivel de RS percibida en los trabajadores de la empresa calzado Bensa - 2022.</p> <p>8) Conocer las acciones de RS y competitividad empresarial desarrollada de la empresa calzado Bensa - 2022.</p> | | <p>Conocimiento del negocio</p> | | | | |
|--|--|--|--|---------------------------------|--|--|--|--|