

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**

**Facultad de Ciencias Empresariales**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU  
RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN  
LA EMPRESA FRIGORIFICOS KOBFOOD S.A.C. EN EL  
AÑO 2022**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Br. MYLENE FERNANDA VILCA ROJAS**

**ASESOR:**

**Dr. WINSTON CASTAÑEDA VARGAS**

Para optar el título profesional de:  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TACNA-PERÚ**

**2023**

## DEDICATORIA

A dios, por guiar mi camino todos los días, cuidarme siempre y mantenerme por un buen camino.

A mis padres Leopoldo Vilca y Pilar Rojas, los pilares de mi vida. Ellos me enseñaron la perseverancia, la paciencia y que todo se puede en este mundo.

Son mi más grande orgullo, mis sentimientos y mis pensamientos. Mi vida empezó con ustedes y terminara con ustedes hasta el fin de los tiempos.

A mis hermanos Christian, Jheanine y Debby que son la fuente de alegría a mi vida.

A mis abuelos; a mi mamá Jona, papá Milio y mi mamá Marina que estando cerca o lejos me dan fuerza para continuar con mis proyectos.

A mis tías, a mi tía Roxana por retarme y enseñarme que la vida es de constante aprendizaje y a mi tía Sandy que siempre estuvo ahí en mis 5 años de universidad hasta el día de hoy dándome amor, cariño y apoyo en todas sus formas.

A mis amigas que estuvieron en este proceso de elaboración, ya sea acompañándome en madrugadas o incentivando a continuar mi tesis. Kelly, Ruth, Anthonella y Olinda, gracias por formar parte de este gran proyecto en mi vida.

Y a mi ángel guardián, Rabito.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi alma mater la Universidad Privada de Tacna, por brindarme la oportunidad de hacerme profesional. A mi familia por acompañarme siempre en lograr este objetivo apoyándome en todo momento.

A agradezco a todos mis docentes por todos los conocimientos impartidos en cada una de sus clases y porque en cada uno de ellos aprendí no sólo la parte teórica, también con sus experiencias nos enseñaron a enfrentar cada una de las situaciones personales y laborales de la vida.

**TABLA DE CONTENIDO**

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	x
ABSTRAC	xi
INTRODUCCION	12
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. Descripción Del Problema	14
1.2. Formulación Del Problema	17
1.2.1. Problema principal	17
1.2.2. Problemas secundarios	17
1.3. Justificación De La Investigación	18
1.4. Objetivos	20
1.4.1. Objetivo General	20
1.4.2. Objetivos específicos	20
1.5. Hipótesis	21
1.5.1. Hipótesis general	21
1.5.2. Hipótesis específicas	21
CAPÍTULO II	22
MARCO TEÓRICO	22

2.1. Antecedentes	22
2.1.1. Antecedentes Internacionales	22
2.1.2. Antecedentes Nacionales	24
2.1.3. Antecedentes Regionales	26
2.2. Bases teóricas	28
2.2.1. Fundamentación teórica sobre Responsabilidad Social Empresarial....	28
2.2.1.1. Definición	28
2.2.1.2. Elemento de la responsabilidad social empresarial	31
2.2.1.3. Teorías de Responsabilidad social empresarial.	33
2.2.1.4. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial	35
2.2.2. Fundamentación teórica sobre la Competitividad Empresarial	41
2.2.2.1. Definición de competitividad empresarial	44
2.2.2.2. Dimensiones de la competitividad empresarial	48
2.3. Definición de Conceptos Básicos.	57
2.4. Hipótesis	59
2.4.1. Hipótesis General	59
2.4.2. Hipótesis Específicas.	59
2.5. Variable e Indicadores.	60
CAPÍTULO III	62
METODOLOGÍA.	62

3.1. Tipo de Investigación.	62
3.2. Diseño de la Investigación.	62
3.3. Nivel de Investigación.	62
3.4. Ámbito De La Investigación.	63
3.5. Población y Muestra del Estudio.	63
3.6. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos.	64
3.7. Procesamiento y análisis de datos	65
3.8. Selección y validación del instrumento de investigación	66
CAPITULO IV	74
4.1. Descripción del trabajo de campo	74
4.2. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros	75
4.2.1. Prueba de normalidad	75
4.3. Presentación de resultados	77
VI. REFERENCIAS.	96
APÉNDICE.	99

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de la Variable 1: Responsabilidad Social Empresarial.....	60
<b>Tabla 2</b> Operacionalización de la Variable 2: Competitividad Empresarial.....	61
<b>Tabla 3</b> Áreas y cargos del personal de la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.....	63
<b>Tabla 4</b> Validación de juicio de expertos Tesis.....	66
<b>Tabla 5</b> La estructura del cuestionario RSE: Dimensión-Indicador- Ítems.....	67
<b>Tabla 6</b> La estructura del cuestionario Competitividad: Dimensión- Indicadores Ítems.....	68
<b>Tabla 7</b> Escala de medición del estadístico Alpha de Cronbach.....	69
<b>Tabla 8</b> Alpha de Cronbach: Responsabilidad Social Empresarial.....	69
<b>Tabla 9</b> Alpha de Cronbach: Dimensión Responsabilidad Social.....	70
<b>Tabla 10</b> Alpha de Cronbach: Dimensión Responsabilidad Ambiental.....	70
<b>Tabla 11</b> Alpha de Cronbach: Dimensión Responsabilidad Económica.....	71
<b>Tabla 12</b> Alpha de Cronbach: Competitividad Empresarial.....	71
<b>Tabla 13</b> Alpha de Cronbach: Dimensión Performance.....	72
<b>Tabla 14</b> Alpha de Cronbach: Dimensión Recursos.....	72
<b>Tabla 15</b> Alpha de Cronbach: Dimensión Potencial.....	73
<b>Tabla 16</b> Prueba de Normalidad.....	76
<b>Tabla 17</b> Variable responsabilidad social empresarial.....	77
<b>Tabla 18</b> Dimensión Responsabilidad Social.....	78
<b>Tabla 19</b> Dimensión Responsabilidad Ambiental.....	79

<b>Tabla 20</b> Dimensión Responsabilidad Económica.....	80
<b>Tabla 21</b> Variable Competitividad Empresarial.....	81
<b>Tabla 22</b> Dimensión Performance.....	82
<b>Tabla 23</b> : Dimensión Recursos.....	83
<b>Tabla 24</b> Dimensión Potencial.....	84
<b>Tabla 25</b> Rho Spearman de la RSE en su dimensión social y la competitividad.....	85
<b>Tabla 26</b> Rho Spearman de la RSE en su dimensión económica y la competitividad.....	87
<b>Tabla 27</b> Rho Spearman de la RSE en su dimensión ambiental y la competitividad.....	88
<b>Tabla 28</b> Rho Spearman de la RSE y la competitividad.....	89
<b>Tabla 29</b> Matriz de consistencia .....	100



## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> Dimensión de la Responsabilidad Social Empresarial .....	40
<b>Figura 2</b> Modelo de Competitividad Empresarial .....	48

## RESUMEN

**Objetivo:** Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

**Metodología:** Se utilizó un diseño correlacional, está orientado a la determinación del grado de relación existente entre las dos variables de estudio en una misma muestra del grado de relación existente entre dos fenómenos o eventos observados empleando un cuestionario estructurado, aplicado a los empresarios trabajadores de empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

**Resultados:** El análisis realizado nos permite comprobar que la relación entre la responsabilidad social empresarial con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C. y ver si es significativa. La responsabilidad social empresarial si es significativa; asimismo la competitividad empresarial presenta un nivel moderado.

**Conclusión:** Responsabilidad Social Empresarial puede ser considerada como un motor de competitividad empresarial y desarrollo. Es importante que las empresas en este caso del sector alimentaria conozcan sus potencialidades en Responsabilidad Social Empresarial, que generan una gestión responsable en su estrategia, esperando obtener el éxito competitivo que en el trabajo se infiere. Actualmente la Responsabilidad Social Empresarial puede ser el camino para un crecimiento sostenible

**Palabras clave:** competitividad, responsabilidad empresarial, industria alimentaria.

## ABSTRACT

**Objective:** To determine the relationship between corporate social responsibility and business competitiveness in the Frigoríficos Kobefood S.A.C. company.

**Methodology:** A correlational design was used, aimed at determining the degree of relationship between the two variables of study in the same sample of the degree of relationship between two phenomena or events observed using a structured questionnaire, applied to businessmen workers of Frigoríficos Kobefood S.A.C. company.

**Results:** The analysis carried out allows us to verify that the relationship between corporate social responsibility and business competitiveness in the company Frigoríficos Kobefood S.A.C. and to see if it is significant. Corporate social responsibility is significant; likewise, business competitiveness presents a moderate level.

**Conclusion:** CSR can be considered as an engine of business competitiveness and development. It is important that companies, in this case in the food sector, are aware of their potential in CSR, which generates responsible management in their strategy, hoping to obtain the competitive success inferred in the work. Currently, CSR can be the path to sustainable growth.

**Keywords:** competitiveness, corporate responsibility, food indust

## INTRODUCCIÓN

La globalización está creando actualmente un gran nivel de complejidad en la organización comercial, la amplitud del negocio crea nuevas obligaciones y responsabilidades para los clientes. Sin embargo, la tarea principal de los negocios es lograr mayores ganancias y rentabilidad, lo que crea una falta de ética y moralidad. Por lo tanto, el principal problema de la empresa moderna es la búsqueda de ganancias y el deseo de producir resultados a cualquier costo, sin importar las consecuencias, lo que impide que las empresas (empresarios y gerentes) se enfoquen. La responsabilidad por temas que merecen atención social lleva a que los gerentes sean incapaces de alinear las metas del enfoque de responsabilidad social con las metas de la empresa.

Exportar productos veganos es un gran desafío en sí mismo, ya que la globalización obliga a encontrar mercados alternos competitivos y nuevas estrategias para posicionar productos no convencionales de alta demanda en el resto del mundo. Perú no es ajeno a esto, por lo que muchos exportadores se enfocan en su posicionamiento en el mercado y mejoran su desempeño y estrategias de ventas, por lo que cada empresa del sector se vuelve más competitiva en términos de desarrollo exportador.

Por ello, es que se realizará el presente trabajo con la única finalidad de conocer si se existe relación entre la responsabilidad social empresarial y el éxito competitivo de Frigoríficos Kobefood S.A.C.

El trabajo de investigación se divide en cuatro capítulos de la siguiente manera:

La solución al problema se menciona en el primer capítulo de este trabajo. Contiene la descripción, presentación, justificación, objetivo y supuestos del estudio.

El Capítulo 2 discute el marco conceptual-teórico del estudio, incluyendo la justificación del estudio y la base teórica que sustenta la naturaleza y el comportamiento de las variables objeto de estudio, incluyendo definiciones de términos clave.

El Capítulo 3 desarrolla un marco metodológico para tipos y diseños de investigación, poblaciones y muestras, así como métodos y técnicas utilizadas para recopilar datos y procesar e interpretar resultados.

El cuarto capítulo presenta datos estadísticos en forma de tablas y estadísticas, así como hipótesis de investigación contrastadas.

Se concluye con las conclusiones, recomendaciones y bibliografía relacionada con los anexos necesarios que se utilizaron para la realización de este estudio.

## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Descripción Del Problema**

La responsabilidad social comprende no sólo las actividades sociales o ambientales que realiza la organización en la sociedad, sino también el diálogo y la interacción con la sociedad en relación con la capacidad de la empresa para actuar responsablemente desde una perspectiva sistémica y amplia, lo cual es muy importante para que sea capaz de incluir en sus procesos de gestión y convertirse en parte integral de su estrategia de negocio y sistemas de planificación interna. (Calderón, 2015)

La responsabilidad social surge como respuesta a los cambios económicos y sociales observados en el proceso de globalización, donde se visualiza un nuevo concepto de negocio que atienda las necesidades de la sociedad y el mercado de las empresas. Este proceso da lugar a la inclusión voluntaria de normas que crean obligaciones con la sociedad y el medio ambiente, transformándolas en nuevos paradigmas que se introducen en la gestión empresarial como fuente de ventaja competitiva. para las empresas que operan en el mercado.

Según (Cardozo, 2003 enero-junio), señala que el origen de la responsabilidad social empresarial ocurre cuando: “La apertura económica y comercial de los mercados ha planteado nuevos retos para las empresas, destacando esencialmente el de su persistencia frente a la competitividad.”

Según (Solís, 2015), señala que la competitividad es ir más allá de su estricta lógica de bienestar y creación de empleo para cambiar su papel como agente de cambio y desarrollo en la sociedad en la que opera.

Según unos estudios realizados por (José Ventura, 2019) profesor de la universidad ESAN nos dice que, sin una sociedad sostenible, es difícil crear una empresa sostenible. Perú es un país rico sentado en un banco de oro y las empresas tratan de ser socialmente responsables, pero eso lo sabe todo el mundo. Actualmente, según investigaciones de la Universidad ESAN, el cien por ciento de las empresas entienden la responsabilidad social, pero solo el quince por ciento de las empresas son conscientes de que necesitan implementar la responsabilidad social para beneficio personal el cinco por ciento lo usa. Sobre este tema. “En el Perú, hay un cambio a nivel internacional y nacional sobre cómo están funcionando las empresas”.

Existen cambios tecnológicos que generan modificaciones en las empresas a nivel de modelos de negocio, así como cambios culturales, que exigen a las compañías. También dejó claro que ese 5% está realmente

interesado en la responsabilidad social. Está convencido de que los problemas reales de gobernabilidad benefician a la sociedad, el medio ambiente y el crecimiento económico.

A pesar de la mejor calidad, capacidad organizativa y nivel tecnológico de los factores de producción en los países desarrollados, en los últimos años se ha prestado mayor atención a la competitividad de los países en desarrollo. Sin embargo, a juzgar por los resultados, Perú tiene serios desafíos de competitividad que son esenciales para el crecimiento económico del país. Actualmente, Perú ocupa el puesto 69 entre los países globalmente competitivos debido a la baja competitividad de las empresas exportadoras. (WEF -2016).

Con el análisis realizado se puede señalar que el problema central es que hay muchas empresas en la región tacneña son competitivas, pero no tienen el conocimiento suficiente sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) es objeto de diversos estudios como tal, juega un papel más importante en las empresas que buscan mejorar los aspectos sociales, económicos y ambientales de la sociedad. En otra mano, la competitividad empresarial, que se considera el foco de nuestro estudio, porque el concepto se basa en la competencia entre compañías en la cual se puede distinguir y utilizar, porque forma parte de la responsabilidad comercial de las empresas, porque además de ser un entidad en la misma sociedad de la que recibe insumos y recursos



para la creación de riqueza, lo que significa que aprovecha al máximo dichos recursos al menor costo.

Por ello, es que se realizará la presente investigación con el objetivo de conocer si se existe relación entre la responsabilidad social empresarial y el éxito competitivo en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C

## **1.2. Formulación Del Problema**

Por todo lo descrito, el propósito de este estudio va orientada a analizar la relación que existe entre la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C. 2022.

### ***1.2.1. Problema principal***

¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood S.A.C., 2022?

### ***1.2.2. Problemas secundarios***

- ¿Cuál es la relación entre la dimensión social de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C, 2022?

- ¿Cuál es la relación entre la dimensión económica de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood S.A.C., 2022?
- ¿Cuál es la relación entre la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood S.A.C., 2022?

### **1.3. Justificación De La Investigación**

La presente investigación se justifica a partir de su:

#### **a) Relevancia Económica**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene como objetivo lograr un incremento económico sostenible en un mundo donde la desigualdad es extrema y la actividad económica puede ser irreversiblemente dañina para el planeta. Las empresas se conciencian cada día promoviendo el desarrollo sostenible, que les garantiza el acceso futuro a los recursos ambientales, ya que pueden contribuir a su protección y viabilizar sus actividades.

Por lo cual la investigación nos va a permitir conocer si afecta o no a la economía esto quiere decir que la RSE actúa como un representante para impulsar el crecimiento empresarial sostenible; la mayoría de las empresas y entidades entienden que su crecimiento y

productividad están directamente ligados a una mejora significativa en la calidad de vida de sus comunidades, lo que beneficia a todos.

#### b) Relevancia Práctica

Los resultados de la investigación constituyen aportes importantes para describir y explicar la relación de la Responsabilidad Social Empresarial con la competitividad empresarial.

#### c) Relevancia Social

La presente investigación permitió tener conocimiento sobre la importancia de la responsabilidad social en que se debe considerar las comunidades locales, los residentes, los competidores, proveedores, los clientes, los gobiernos y otros grupos de interés que puedan afectar las operaciones de la empresa en cualquier momento. (Valenzuela Jiménez, 2004)

Se pueden recalcar algunos de los principales elementos de la RSE, tales como: las acciones voluntarias que van más allá del cumplimiento legal, el impulso al emprendimiento y gobierno corporativo y las acciones accidentales sistémicas (Michael, 2007, pág. 14).

En este marco, es posible anotar que teniendo en cuenta las anteriores apreciaciones, se puede lograr la integración de las empresas en su entorno local. Es por esto, que las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en las que se insertan, sobre todo de las comunidades locales.

## **1.4. Objetivos**

### ***1.4.1. Objetivo General***

Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., en el año 2022.

### ***1.4.2. Objetivos específicos***

- Definir la relación entre la dimensión social de las Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022
- Establecer la relación entre la dimensión económica de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022
- Establecer la relación entre la dimensión ambiental de la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022

## **1.5. Hipótesis**

### ***1.5.1. Hipótesis general***

La Responsabilidad social empresarial se relaciona en forma significativa con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood S.A.C., 2022

### ***1.5.2. Hipótesis específicas***

- La responsabilidad social empresarial en su dimensión social se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C, 2022
- La responsabilidad social empresarial en su dimensión económica se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022
- La responsabilidad social empresarial en su dimensión ambiental se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes**

En base a la revisión de trabajos de investigación afines, se destacan los siguientes:

##### ***2.1.1. Antecedentes Internacionales***

(Aristizábal, 2009) en su investigación “la responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX”. Esta tesis para optar el título de administrador de empresas en la pontificia universidad javeriana Bogotá- Colombia. El objetivo describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX. Se concluyó que es evidente que la Responsabilidad Social Empresarial debe ser parte del ADN de la empresa, por ello es necesario que todas las compañías asuman el tema y realicen la implementación contribuyendo de forma positiva al desarrollo de Colombia. HZX toma muy en serio la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, cuenta con todo un equipo dedicado a la organización, implementación, progreso y control del tema en la organización.

Las empresas colombianas se caracterizan por estar preocupadas por los aspectos de Responsabilidad Social Empresarial fuera de la organización y

muy poco hacia adentro, donde se encuentra su estructura fundamental para iniciar siendo responsables socialmente. En cambio, HZX se destaca por realizar su implementación más que todo internamente de la organización, debido a que su intervención social va dirigida en su mayoría a impactar de manera positiva el medio ambiente, la salud seguridad y el bienestar de los empleados, centrada en la integridad moral por la que se rige.

Landaeta Fernanda, Saavedra Lorena y Stevens Orlando (2015) en su investigación “responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa chilena: una revisión a la realidad actual”. Esta tesis es para optar el título de ingeniero comercial mención administración universidad de Chile facultad de economía y negocios escuela de economía y administración Santiago de Chile. El objetivo fue diagnosticar la situación actual de las pequeñas y medianas empresas chilenas con respecto a sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en Reputación Corporativa.

Se concluyó que la Responsabilidad Social Empresarial, ha adquirido relevancia en los últimos años, debido al impacto de las acciones que las empresas realizan tienen en su medio. A raíz de esto, es de especial interés el estudio de las prácticas de la pequeña y mediana empresa en esta materia, debido a la preponderancia en la economía chilena, al generar más del 90% de empleos. Así, el estudio realizado consistió en evaluar la situación de las

Pymes en materia de Responsabilidad Social Empresarial e identificar las dimensiones en las que las desarrollar. Este estudio consistió, en primer lugar, de un Análisis Factorial Exploratorio para determinar las dimensiones del constructo Responsabilidad Social Empresarial para la pequeña y mediana empresa chilena. De acuerdo a las hipótesis planteadas y a los resultados obtenidos, se concluyó que el 58% realiza actividades de Responsabilidad Social Empresarial, dentro de las cuales el 68% de estas las comunican.

#### *2.1.2. Antecedentes Nacionales*

(Hernández Sánchez, 2017) en su investigación “la responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca”. Esta tesis es para optar el título de profesional licenciado en internacional business en la universidad san Ignacio de Loyola-Lima Perú.

El objetivo fue Analizar la influencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. Población y muestra; para el trabajo de investigación se asumirá que la población está conformada por las empresas agroexportadoras de uva fresca del departamento de Ica. Según la Declaración Aduanera de Mercancía, hay 20 empresas dedicadas a la agroindustria y exportación de uva fresca en el departamento de Ica. Se concluyó que la Responsabilidad Social Empresarial puede ser considerada como un motor de competitividad empresarial y desarrollo. Es importante que las empresas en este caso del



sector agroindustrial conozcan sus potencialidades en Responsabilidad Social Empresarial, que generan una gestión responsable en su estrategia, esperando obtener el éxito competitivo que en el trabajo se infiere. Actualmente la Responsabilidad Social Empresarial puede ser el camino para un crecimiento sostenible.

(Flores, 2017) en su investigación “la competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango”. Tesis para optar el título profesional de licenciada en internacional business en la universidad san Ignacio de Loyola Lima- Perú 2017. El objetivo fue analizar en qué medida la competitividad de las empresas influyen en el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango. Se consideran las investigaciones más específicas aquellas que utilizaron como instrumento de recolección de datos a las entrevistas o cuestionarios, con la única condición que las encuestas se hayan realizado a los gerentes y/o al personal responsable de las exportaciones. (Sousa, 2004; Zou & Stan, 1998; Wheeler, Ibeh, & Dimitratos, 2008). Se concluyó que la competitividad de las empresas que integran sus dimensiones (performance, recursos y potencial) están estrechamente relacionadas y pueden mejorar el desempeño exportador debido a su fuerte influencia. Aunque la dimensión del performance está débilmente correlacionada con el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango, si se determinó que, a mejor performance, mayor desempeño. Los recursos fijos como dimensión de

investigación determinan el impacto en el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango.

### 2.1.3. *Antecedentes Regionales*

(Guevara Cabrera, 2018) en su investigación “La gestión de la responsabilidad social empresarial y su influencia en el compromiso organizacional de los funcionarios y profesionales de la empresa de generación eléctrica del sur –Egesur s.a., año2018.”. Tesis para optar el título profesional de ingeniero comercial en la universidad privada de Tacna-Perú 2019. El objetivo es establecer de qué manera la percepción acerca de la gestión de la responsabilidad social empresarial influye en el compromiso organizacional de los funcionarios y profesionales de la Empresa de Generación Eléctrica del Sur –EGESUR S.A. Se concluyó en el caso de EGESUR S.A. la percepción que se tiene de la gestión de la responsabilidad social empresarial influye positivamente en el compromiso organizacional de los funcionarios y profesionales de la empresa.

(Curo, 2020) en su investigación “la responsabilidad social y la competitividad de la sede central del gobierno regional de Tacna – Perú en el año 2020”. Tesis para optar el título profesional de ingeniero comercial en la universidad privada de Tacna-Perú 2022. El objetivo es establecer de qué manera se relaciona la responsabilidad social con la competitividad de

los trabajadores de la Sede Central del Gobierno Regional de Tacna en el año 2020. Se concluyó que la responsabilidad social empresarial se relaciona significativamente con la competitividad de la Sede Central del Gobierno Regional de Tacna en el año 2020. Y que el Gobierno Regional de Tacna, está comprometido con la Responsabilidad Social Empresarial ya que, al ser una entidad pública, impacta de manera significativa en la vida de la sociedad en general de la ciudad de Tacna.

(Paniagua, 2021) en su investigación “Percepción de la responsabilidad social empresarial y su influencia en la calidad de servicio de la entidad prestadora de servicios de saneamiento Tacna 2021”. Tesis para optar el grado académico de doctor en administración en la universidad privada de Tacna-Perú 2022. El objetivo es el determinar la influencia de la percepción sobre la responsabilidad social empresarial en la calidad del servicio de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Tacna S.A., 2021. Se concluyó que La percepción sobre la responsabilidad social empresarial se relaciona significativamente con la calidad del servicio de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento Tacna S.A., 2021.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. *Fundamentación teórica sobre Responsabilidad Social Empresarial***

#### **2.2.1.1. Definición**

Carroll Archie (1979, 1991 y 1999):

Incluye conceptos de expectativas económicas, legales, morales y voluntarias o benéficas que la sociedad espera de una organización en un momento dado. Según este modelo, la RSE tiene cuatro dimensiones y estas cuatro dimensiones son interdependientes.

Cajiga Calderón 2011 define como:

Responsabilidad social empresarial. Es demostrar respeto por las personas, los valores éticos, las comunidades y el medio ambiente, teniendo en cuenta las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos los involucrados, es un compromiso consciente y constante, tanto interno como externo, para cumplir cabalmente con el propósito de la empresa, sirviendo así al bien común que mejor promueve la construcción.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) en su declaración tripartita sobre los principios de la política industrial y social

establece que la responsabilidad social empresarial es un conjunto de acciones que una organización considera de tal manera que sus actividades tienen efectos y consecuencias positivas para la sociedad tanto dentro como fuera de ella. dentro de ella. se interpreta como una estrategia participativa y proactiva que incide en la interacción social en el marco de sus valores y principios éticos.

En 2000, El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), en su informe presentado titulado Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense, define Responsabilidad Social Empresarial como “el compromiso continuo de las empresas de comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico a la vez que mejoran la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en su conjunto”.

El Libro Verde de la Comisión Europea para Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en Europa afirma que “la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión Europea, 2001, p. 7).

Delgado (2005) menciona que:

“Hay quienes sostienen que la percepción moderna de responsabilidad se enmarca en un proceso de toma de conciencia de equilibrar la acción social del Estado y la de las empresas para resolver los ingentes y actuales problemas sociales de interés colectivo”. Ello significa, compartir el esfuerzo de la institucionalidad pública para construir una sociedad con un mayor nivel de calidad de vida para todos.

Porter y Kramer (2006) deducen que:

La Responsabilidad Social Empresarial es parte de una estrategia competitiva de la empresa y la sociedad en donde la empresa se encuentra integrada en un mismo modelo de negocio, atendiendo las demandas de la sociedad, por lo que esto, puede ser una oportunidad de negocio y de beneficio.

### **2.2.1.2. Elemento de la responsabilidad social empresarial**

Basado en AECA (2004) documento no. 1, a continuación, se encuentran los elementos y términos de la RSE que son:

- La responsabilidad es la capacidad de aceptar y en su caso, reaccionar ante las consecuencias de las acciones realizadas consciente y libremente.
- En lo social se refiere a la característica de una persona como parte individual de un sistema social o colectivo.
- La corporación que sean sujetos de interés público, generalmente relacionados con un proyecto económico específico en la empresa.
- En la voluntad, se señala señalar que este aspecto ha suscitado debate, ya que algunos autores opinan que debería ser obligatorio, mientras que otros coinciden en un carácter voluntario, ya que la RSEC va más allá de las obligaciones legales.
- Cuando se trata de una organización, ésta consiste en un grupo estable, institucionalizado y estructurado de personas lo suficientemente competentes para lograr ciertas metas.

Cristina Díaz de la Cruz y José Luis Fernández (2016) afirman que:

La responsabilidad social empresarial surge a partir de una conciencia creciente, sobre todo a lo largo de las últimas décadas, acerca de la gran repercusión social de las actuaciones empresariales. El impacto de estas actuaciones de los empresarios justifica, por tanto, la exigencia de atribuirles un sentido de responsabilidad.

Cristina Díaz de la Cruz y José Luis Fernández (2016) sostienen que “Las herramientas más aplicadas para la gestión de la responsabilidad social empresarial son la ISO 26000, norma SA8000 y SGE21 y el Global Reporting Initiative de Memorias de Sostenibilidad.”

Las Memorias de Sostenibilidad, con alto grado de implantación en la actualidad, dan respuesta a una de las mayores columnas de la gestión de Responsabilidad Social Empresarial, que es el fomento de la transparencia. Según el marco GRI, la elección de la información a incluir en la memoria debe basarse en cuatro principios: la materialidad, la participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad y la exhaustividad, de forma que se deben incluir los aspectos más relevantes de la gestión de la empresa, buenos y malos, situándolos en un contexto de mejora continua.



### **2.2.1.3. Teorías de Responsabilidad social empresarial.**

Existen múltiples teorías y enfoques sobre la responsabilidad social empresarial, que coinciden en planteamientos relacionados con las buenas prácticas, responsabilidad por las acciones realizadas, inserción de las dimensiones social y ambiental en la práctica productiva, sin embargo, como lo señala Nuñez (2003, citado por Flores, 2014) la responsabilidad social es un concepto muy amplio, que está en permanente construcción de acuerdo al contexto y condiciones en donde se la implemente.

Una de las teorías más frecuentes asociadas con la Responsabilidad Social Empresarial es la teoría de las partes interesadas.

1. Teoría de las partes interesadas: Las partes interesadas se definen en términos generales como cualquier individuo, grupo o entidad que pueden ser afectados por las acciones y decisiones de la empresa. Freeman (1984, citado por Tahlil, 2016), de acuerdo con la teoría en mención, “la existencia de las organizaciones depende de su capacidad para integrar las expectativas de las partes interesadas en su estrategia comercial porque las partes interesadas proporcionan recursos y rendimientos esenciales para el funcionamiento exitoso y la supervivencia de las organizaciones” (Tahlil, 2016, p. 209).

Según Freeman dependiendo del tamaño de la empresa, las partes interesadas de la organización pueden incluir desde accionistas, clientes,

empleados, proveedores, comunidad financiera, competidores y autoridades públicas a grupos de defensa, sindicatos, grupos de políticos y grupos de clientes. Con la aparición de la teoría de las partes interesadas, bastantes investigadores han demostrado un interés en el estudio del papel de las partes interesadas en motivar la implementación de iniciativas de RSE y el impacto de los proyectos de RSE en las actitudes y comportamientos de las partes interesadas. (Amarsaikhan, 2014, p. 06)

Según Alfaro (2012)

Las iniciativas de la Responsabilidad Social Empresarial se hicieron más populares porque estaban dirigidas principalmente a los consumidores, las organizaciones se han dado cuenta de que estas iniciativas también pueden tener un impacto positivo en otras partes interesadas, como los empleados. Por ello, organizaciones como la Federación Internacional de Fútbol (FIFA) y Starbucks y han implementado programas de responsabilidad social empresarial que involucran más activamente a sus empleados, como jornadas de voluntariado y/o donaciones a organizaciones sin fines de lucro.

Asimismo, Flores (2014) Elizabeth Garriga y Dominic Melé publicaron en 2004 el siguiente artículo “Responsabilidad social corporativa: un mapa del territorio”, los autores sugieren que las principales teorías y enfoques de la RSE reflejan cuatro dimensiones relacionadas con los intereses, la acción política, las necesidades sociales y los valores morales. En su

estudio, ofrecen un mapeo de las principales teorías y las dividen en cuatro grupos: instrumental, político, sintético y ético.

#### **2.2.1.4. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial**

Actualmente, no existe un consenso sobre las dimensiones más importantes de la RSE, ya que se pueden obtener diferentes clasificaciones según los autores de la consulta. Esta guía cubre las tres dimensiones descritas en el Libro Verde de la UE y otros autores:

- A. Dimensión social: se refiere a todo lo correlacionado con las personas, es decir, la preocupación por los grupos de interés de la empresa y la sociedad en su conjunto. En esta dimensión, cuidar el capital humano de la empresa también es un punto clave y otro valor a considerar.

##### **a) Inversión social**

La inversión social, parte del cambio y la responsabilidad empresarial, es la asignación de recursos de la empresa privada a la inversión social con el objetivo de obtener un rendimiento en el desarrollo y la sostenibilidad de las comunidades a las que afecta su negocio, lo que a su vez le afecta a usted. En otras palabras, la inversión social estratégica responsable genera no

solo retornos sociales, sino también retornos empresariales, creando cambio y valor compartido.

#### **b) Voluntariado empresarial**

El voluntariado corporativo es una serie de actividades fomentadas y apoyadas por las empresas para liberar a los empleados del compromiso y la participación mediante la donación de su tiempo, habilidades y talentos a causas, programas y organizaciones sin fines de lucro.

#### **c) Liderazgo social**

La tarea de la gestión responsable es promover empresas que generen cambios fuera de sus propios intereses, es decir. se enfoca en el bien común de la organización y sus partes interesadas, ya que el liderazgo responsable se logrará mejor cuando haya un alto resultado de bien social corporativo que se refuerce mutuamente a nivel individual, organizacional y social.

B. Dimensión económica: está dirigido a maximizar los intereses financieros de la empresa y de los accionistas, por otro lado, aumentar el valor de la empresa. Explicó que una empresa es una economía, por lo que su objetivo es generar ganancias para los accionistas, brindar buenos trabajos a los empleados y producir productos de la mejor calidad para los clientes.

**a) Productos de calidad**

La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación psicológica de la capacidad percibida por el consumidor para adaptarse a dicho producto o servicio y satisfacer sus necesidades.

**b) Relaciones comerciales**

Una relación comercial es aquella en la que se realiza algún tipo de actividad comercial entre dos o varias partes. La correlación entre proveedor y cliente es una relación comercial.

**c) Proveedores**

El trabajo, los productos y los servicios que aportan no son propiedad de la empresa, y en ocasiones incluso son propiedad exclusiva de la empresa. Incluye a los trabajadores o profesionales a los que se les facturan servicios por no estar vinculados por un contrato de trabajo.

**d) Remuneración económica**

Es un incentivo financiero o monetario que se otorga a los empleados para que trabajen en una empresa. Una contraprestación es cualquier forma de retorno y/o incentivo ofrecido como compensación por la prestación de servicios o la transferencia de activos. Se puede entender por contraprestación cualquier pago o contraprestación entre dos o más partes por la transferencia de un elemento esencial, es decir, el precio pagado por una parte a otra por la prestación de servicios o bienes. En general, el concepto de compensación incluye salarios, pagos o recibos de pago emitidos por un empleador a un empleado para cubrir una vacante y asegurar un puesto.

C. Dimensión medioambiental: La responsabilidad social se refleja principalmente en dos aspectos. El primero se refiere al flujo de entrada de la empresa, es decir, el consumo de recursos, mientras que el flujo de salida es el segundo, es decir, el impacto ambiental de la empresa, como las emisiones y las emisiones atmosféricas. Se comprende por ambiente el entorno que afecta a los seres vivos, en especial el ambiente que determina el desarrollo de las personas o de la sociedad en el mundo. Por esta razón, las compañías deben cumplir con las normas diseñadas para regular este aspecto.

**a) Iniciativas responsables**

Esto incluye el reciclaje, la clasificación de residuos y la comunicación eficaz para lograrlo; medición del consumo de recursos, agua y electricidad; además, las campañas mejoran su uso y labranza adecuada.

**b) Nuevas tecnologías**

Esto incluye un grado de mantenimiento preventivo – reemplazo de la planta y equipo de la empresa que produce emisiones, programas de mejora continua en las áreas de producción y el uso de tecnologías limpias.

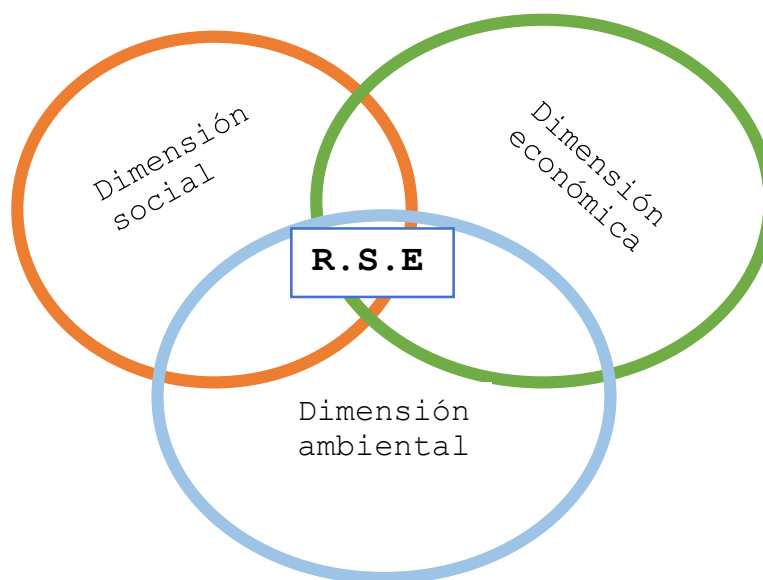
**c) Impacto ambiental**

Está relacionado con el nivel de conocimiento relacionado con el impacto ambiental del entorno de la empresa, la medición y contabilidad de las actividades y la implementación de acciones correctivas.



**Figura 01**

*Dimensiones de responsabilidad social empresarial.*



Nota. Libro verde la comisión Europea

### ***2.2.2. Fundamentación teórica sobre la Competitividad Empresarial***

La competitividad en un nivel más amplio que el de los negocios es un concepto muy debatido entre los académicos, desde su definición adecuada hasta su relevancia (Porter 1998; Krugman 1996; Lal 2001). Sin embargo, existe un mayor consenso a nivel de empresa, y se entiende que la base para construir la competitividad de la empresa, independientemente del impacto en el medio ambiente, la crea la propia empresa.

En teoría, la competitividad empresarial a menudo se relaciona con la capacidad de una empresa para producir un producto de mayor

calidad a un costo menor que el de los competidores y lograr datos finales por encima del promedio de la industria (Porter, 1998; Buckley et al., 1988, 1990; Ambastha y Momaya, 2004). ). Momaya et al., 2007; Momaya, 1998). Por lo cual, una empresa puede ser considerada competitiva frente al mercado si es rentable a largo plazo, basada en un proceso continuo de mejora de su comportamiento, basado en mejoras en la productividad, eficiencia y calidad de los productos y procesos. La competitividad es un proceso que se traduce en un aumento de la productividad en una empresa.

El aumento de productividad en las empresas conduce a un mayor desarrollo económico, sabiendo que es en las empresas donde se crea valor y que son las empresas las que compiten en los mercados internacionales (Porter, 1998). Por lo tanto, mejorar la competitividad de las empresas es un tema candente para cualquier economía, especialmente para los países en vías de desarrollo, como la mayoría de los países iberoamericanos.

Dada la complejidad y las múltiples dimensiones del concepto de competitividad empresarial, parece poco probable que pueda aproximarse a una sola métrica (Buckley et al., 1988).

De esta manera, algunos autores “modelizan” la competitividad de una empresa a partir de un conjunto de variables, entre ellas activos, procesos, performance, potencial, etc., definidas de acuerdo a los enfoques teóricos y metodológicos utilizados en cada estudio (Buckley et al., 2017) al., 1988, 1990; Ambastha y Momaya 2004, Momaya 1998; 6 Deppreu y Cerrato 2005).

De esta manera, Buckley, Pass y Prescott (1988, 1990) crearon un modelo que denominaron "3Ps" basado en tres variables principales: performance, potencial y proceso. Para ellos, el potencial describe la contribución a un proceso de construcción competitivo, el desempeño describe los resultados y el proceso describe la gestión operativa.

Utilizando un enfoque similar, Momaya (1998) propuso un modelo en el que dividió las fuentes de competitividad en tres grupos: activos, desempeño y procesos. Por otro lado, Deppreu y Cerrato (2005) propusieron un nuevo esquema para visualizar la competitividad de las corporaciones multinacionales basado en Buckley et al. Como el desempeño de la empresa en los mercados extranjeros (luego competitividad), y agregue un nuevo conjunto de variables que reflejen el grado de internacionalización de la empresa.

### **2.2.2.1. Definición de competitividad empresarial**

Según Aguilar et al. (2005)

La competitividad se puede interpretar desde tres niveles diferentes, pero están estrechamente relacionados: el nivel nacional, el nivel de la industria y el nivel de la empresa. Cada uno de estos niveles tiene reglas de juego que afectan o limitan las acciones en otros niveles.

La competitividad empresarial es un término que ha sido muy utilizado en los últimos años. Se considera competitividad empresarial a la capacidad de las organizaciones para crear y mantener ventajas competitivas, así como la capacidad de mejorar su posición especial en el entorno socioeconómico en el que operan. (Aeca, 1992).

La competitividad de la empresa es la realización de ventajas competitivas. De esta forma, la evaluación de la ventaja competitiva se incluye en la evaluación de la competitividad. En este sentido, el concepto de ventaja competitiva ha recibido mucha atención en la disciplina de la gestión estratégica, pero no está definido con precisión porque no tiene una sola dimensión, sino una estructura compleja que consta de varias dimensiones.

En su investigación se pueden identificar dos patrones principales dominantes. Por un lado, el modelo estructural propuesto por Bain (1956) pero revisado y actualizado por Porter (1982) articula

un modelo competitivo en el que las empresas formulan estrategias competitivas que les permiten encontrar un lugar en su industria para hacerlo mejor. resistir las fuerzas competitivas en la industria, o puede canalizarlas a su favor. Esto quiere decir que las características de la industria determinan la ventaja competitiva que una empresa puede lograr para que pueda lograr la superioridad sobre sus competidores.

Otros modelos más relevantes para la competitividad de las empresas se han desarrollado en campos como el marketing, la gestión estratégica y la economía empresarial. Encontramos esto en la literatura recopilada.

Basándose en el modelo anterior, Jerusali y Camacho (2007) proponen un modelo que se basa en teorías anteriores y combina los diversos enfoques propuestos. Por tanto, el modelo propuesto simula el proceso de determinación de la competitividad utilizando tres variables: desempeño, recursos y potencial, y considera que la competitividad de una empresa dependerá de estas variables y de las interrelaciones entre ellas.

En la lógica del modelo propuesto, se puede decir que el entorno de la empresa contiene un conjunto de recursos con los que opera en el mercado. A través de estos recursos para "competir" (cooperar) y lograr un determinado rendimiento. Si la empresa ha logrado y logrado tales

resultados que le permiten permanecer en el mercado, solo se puede decir con seguridad que la empresa ha sido competitiva en el pasado.

La competitividad ahora y en el futuro dependerá de la capacidad de la empresa para sostenerse en el mercado en el futuro, lo que dependerá del potencial competitivo de la empresa. Esta lógica de construcción de competitividad es común a todas las empresas e involucra tres variables principales: desempeño, recursos y potencial.

De otra manera: los indicadores de desempeño de la empresa (performance), con los que la empresa actualmente tiene que competir en el presente (recursos) y con los que la empresa actualmente tiene que competir en el futuro (potencial).

Cada una de estas tres variables es importante por derecho propio en la construcción de la competitividad, pero también es importante debido a las interrelaciones con otras variables: el uso de recursos genera desempeño, el desempeño genera recursos y los recursos pueden usarse. Úselo para construir potencial, recursos de producción potenciales, etc.

Bueno y Morcillo (1993).

Este trabajo muestra un modelo de interpretación de datos sobre la competitividad que permite integrar las diversas consideraciones teóricas y prácticas que subyacen al concepto de competitividad, con el objetivo de dotar a las empresas españolas de una herramienta que les permita examinar, explicar y mejorar la competitividad. El modelo identifica las siguientes variables o dimensiones de la competitividad: a) externas, que corresponden a diversos aspectos que conforman el estado de la economía del país, y b) internas, conjunto de aspectos que explican la existencia de una ventaja competitiva de una empresa. Según Buckley et al., 1988, 1990, Ambastha y Momaya, mide la competitividad de una empresa incluyendo variables como procesos, activos, desempeño y potencial.

Según Buckley et 1988, 1990, Ambastha y Momaya, mide la Competitividad Empresarial, con variables como procesos, activos, performance y potencial.

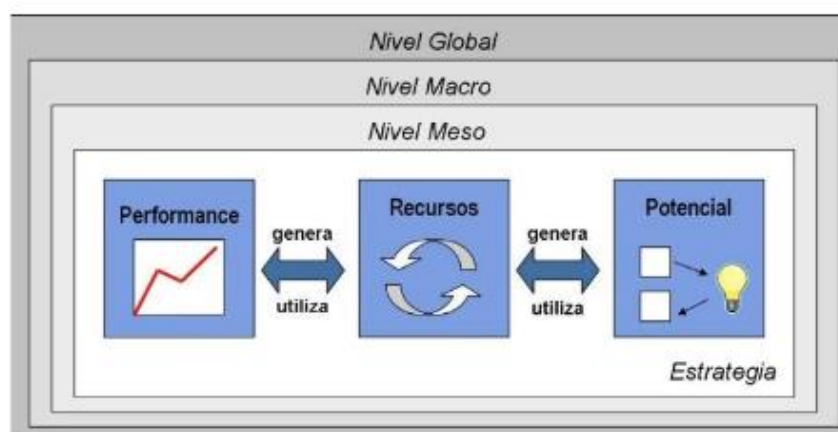
Buckley, Pass y Prescott y Deppreu, 1990 construyeron un modelo 3P con las siguientes variables Desempeño - Potencial - Proceso de construcción competitiva y Momaya 1998 propusieron un modelo que divide la competitividad en 3 grupos, este modelo muestra que una organización tiene un conjunto de recursos con los cuales coopera en el mercado, recursos, con los que "compite" y por lo tanto

logra el rendimiento. Si la organización tiene un historial, muestra que la empresa ha mantenido con éxito su presencia en el mercado.

Como conclusión: el desempeño de la empresa (performance), lo que posee actualmente la empresa para competir en el presente (recursos), y lo que posee actualmente la empresa para competir en el futuro (potencial).

**Figura 02**

*Modelo de competitividad empresarial*



*Nota. Jerusalmi y Camacho (2007)*

#### **2.2.2.2. Dimensiones de la competitividad empresarial**

Los modelos propuestos por Jerusalén y Camacho representan conceptos que crean competitividad. El modelo trata de reflejar las consideraciones teóricas del concepto de competitividad, su multidimensional, la dinámica temporal y las relaciones mutuas que existen entre los diferentes entornos competitivos.



## A. Performance

El concepto de desempeño dentro de este modelo son los resultados de desempeño pasados y presentes de la empresa. El concepto de desempeño a menudo se confunde con el de competitividad: se dice que una empresa que ha tenido un buen desempeño en el pasado y lo está haciendo bien ahora es competitiva.

De hecho, cuando se trata de competitividad, el concepto clave a considerar es la relación entre el desempeño (el desempeño pasado y presente de una empresa) y el desempeño futuro. Debe incluirse la idea de que un buen desempeño pasado no significa necesariamente un buen desempeño futuro y, por lo tanto, competitividad a largo plazo. Por el contrario, un desempeño deficiente no significa un desempeño futuro deficiente o una falta de competitividad a largo plazo. El buen desempeño es un aspecto necesario para la competitividad de una empresa, pero no es suficiente.

De hecho, un buen desempeño pasado o actual no conduce directamente a un buen desempeño futuro, o la competitividad a largo plazo está estrechamente relacionada con lo que comúnmente se denomina la “tiranía del éxito” (Tushman y O'Reilly, 2002). Las empresas que han tenido éxito en el pasado pueden volverse resistentes al cambio, exhibir inercia en sus estructuras y procesos, o

ser propensas a un optimismo inflado al evaluar situaciones posibles, maximizar los beneficios potenciales y minimizar los riesgos potenciales de la acción. (Lovallo y Kahneman, 2003).

Por lo tanto, la importancia del performance depende de la capacidad de aprendizaje de la empresa (la competencia pertenece a los recursos de la empresa, como veremos más adelante). La experiencia, incluso mala, es importante para la competencia, siempre que pueda convertirse en información y conocimiento.

En conclusión, el performance es importante para generar resultados y asegurar recursos (económicos, de información, de experiencia, etc.). Sin embargo, no es sinónimo de competitividad en sí mismo y debe verse en el contexto de otras variables.

#### **a) Desempeño laboral**

Esto se llama la ligereza de cualquier dispositivo en relación con su propósito previsto. Así, por ejemplo, un trabajador es tan bueno como su diligencia, y una empresa es tan buena como lo bien que proporciona la calidad del servicio en función del costo. El término desempeño laboral se refiere a lo que un empleado

realmente hace, no solo a lo que sabe hacer, y por lo tanto se refiere a lo siguiente: habilidades (la eficiencia, calidad y productividad con las que realiza las actividades laborales asignadas durante un período de tiempo), comportamiento Disciplina, (aprovechamiento de la jornada laboral, cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo, especialmente las normas de trabajo) y cualidades personales requeridas para desempeñar determinadas profesiones o cargos, por tanto, indican idoneidad.

#### **b) Aprendizaje organizacional**

Las habilidades de aprendizaje organizacional incluyen habilidades instrumentales como la capacidad de analizar, reflexionar críticamente, buscar información relevante, resolver problemas o tomar decisiones. El aprendizaje organizacional es un proceso que permite mejorar el desempeño organizacional mediante el desarrollo y mejora de nuevos conocimientos. La cultura que se desarrolla en una organización puede promover o dificultar el aprendizaje organizacional.

## B. Recursos

Los procesos de recursos pertenecientes a una organización incluyen: procesos organizacionales, atributos, información, conocimiento, activos, capacidades, etc. Es importante señalar aquí que los "recursos" de una empresa, tal como se definen en este modelo, incluyen sus capacidades, prácticas, cultura, etc., que, aunque mal definidos, a menudo son la fuente de ganancias. (Grant 1991, Nelson 1991). A menudo, la razón del éxito de muchas empresas no se puede definir con precisión porque se desarrolla combinando muchos recursos, incluidos aquellos que no se pueden imitar, lo que a menudo se denomina "ambigüedad de oportunidad" (Collis y Montgomery, 1995). Los recursos, incluida la capacidad única de una empresa para realizar actividades mejor que sus competidores, pueden crearse o desarrollarse con el tiempo. (Nelson, 1991; Teece, Pisano y Shuen, 1997). La adquisición de la inversión, habilidades y el aprendizaje, entonces, se vuelven aspectos estratégicos clave, que son desarrollados a través del potencial.

**a) Procesos organizacionales**

Son un conjunto de acciones que los miembros de la organización deben realizar para alcanzar las metas establecidas. Estos procesos son: autoridad, liderazgo, toma de decisiones, conflicto, innovación, cambio.

**b) Capacidad empresarial**

Explica cómo las empresas utilizan los datos para facilitar la toma de decisiones. Esto incluye la comprensión del desempeño actual de la empresa, así como la predicción de eventos futuros para proporcionar conocimientos que respalden las decisiones comerciales.

**C. Potencial**

El potencial es la capacidad de la empresa para desarrollar y crear recursos que sean una fuente de ventaja competitiva. Es un término muy relacionado con la investigación y el desarrollo (I+D), pero más amplio que el que tradicionalmente utilizan las empresas. La capacidad incluye todas las interrelaciones que existen entre los recursos y la creación de conocimiento (BI, 2007), incluidas todas

las actividades, como la formación de recursos humanos, la investigación de mercado, la elaboración de informes, la auditoría, etc.

Sin embargo, la creación de conocimiento en sí misma no es potencial, porque si se genera conocimiento, pero la empresa no lo utiliza, entonces ya se ha recorrido la mitad del camino hacia la competitividad. De hecho, la innovación, que implica la transformación del conocimiento en recursos, es tan importante como la investigación y el desarrollo como elemento de construcción de la competitividad. La capacidad de una empresa para innovar es parte de sus recursos y, por lo tanto, es una capacidad dinámica que las empresas deben esforzarse por mejorar con el tiempo (Teece, Pisano y Shuen, 1992).

En resumen, la fortaleza competitiva de una empresa está directamente relacionada con su nivel de recursos, nivel de desempeño y nivel de potencial, ya que, si una empresa quiere lograr competitividad, debe contar con un conjunto suficiente de recursos; demostrar buenos resultados pasados y presentes; y se debe desarrollar la capacidad para hacer frente a la competencia futura. Se debe esperar que las empresas que tienen niveles más altos de recursos, potencial y desempeño, y que ajustan mejor las

interrelaciones de estas variables, entreguen productos de mayor valor al mercado a costos más bajos y logren resultados superiores a los esperados. Promedio, promedio de la industria, sostenible en el tiempo.

Por lo tanto, para probar el modelo, debe hacer las siguientes suposiciones:

La competitividad de la compañía está muy correlacionada positiva con la interacción entre el performance, el potencial y los recursos de una empresa.

#### **a) Innovación**

Es la mejora del modelo de negocio propiedad de la empresa, que es un cambio organizativo, productivo o tecnológico de gran envergadura propuesto por la empresa al mercado, con el único fin de aumentar la eficiencia y lograr una mejor posición en el mercado.

**b) Investigación de mercados**

Es una de las actividades de marketing que es responsable de obtener y proporcionar datos e información para la toma de decisiones, como comprender las necesidades o deseos que existen en un mercado en particular, cuáles son o podrían ser.

Se puede definir como sistemático o inequívoco Recopilar y analizar información sobre negocios y mercados para tomar decisiones de marketing estratégicas y operativas de manera efectiva. En definitiva, es una poderosa herramienta que brinda a las empresas la información que necesitan para desarrollar las políticas, metas, programas y estrategias que mejor sirvan a sus intereses.



### **2.3. Definición de Conceptos Básicos.**

Para una mejor comprensión de este trabajo de investigación, se mencionan a continuación algunas definiciones esenciales:

#### **A. Responsabilidad social empresarial**

El concepto de responsabilidad social empresarial se basa en un proceso que combina la promoción de la competitividad de las empresas con el mantenimiento de la solidaridad, la cohesión social y el respeto por el medio ambiente; también incluye aspectos legales, éticos, filantrópicos y financieros, ya que las empresas deben considerar los tres para maximizar su impacto positivo como negocio. (Fernández & Velasco & Gondra)

#### **B. Competitividad empresarial**

La competitividad es la capacidad de entregar productos y servicios de manera más eficiente que sus competidores. (Argudo, 2017)

#### **C. Ética empresarial**

Tiene su origen en necesidades sociales que anteceden al comportamiento empresarial no ético y es un mecanismo para distinguir entre empresas con

organización formal y jerárquica que incorporan estándares éticos y económicos en sus operaciones. (Zan, 2017)

#### D. Servicio

Cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra es intangible y no puede ser propiedad, es un acto utilitario para satisfacer las necesidades específicas del cliente. (Duque Oliva, 2015)

#### E. Economía social

La socioeconomía se refiere a todas las actividades realizadas por una organización o grupo de organizaciones para generar empleo, crecimiento sostenible y distribución equitativa del ingreso y la riqueza. Intentos de combinar la rentabilidad con la inclusión social y un sistema de gobierno democrático. (Ayuda en Accion)

## **2.4. Hipótesis**

### **2.4.1. *Hipótesis General***

La Responsabilidad social empresarial se relaciona en forma significativa con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood S.A.C., 2022

### **2.4.2. *Hipótesis Específicas.***

- La responsabilidad social empresarial en su dimensión social se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C, 2022
- La responsabilidad social empresarial en su dimensión económica relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022
- La responsabilidad social empresarial en su dimensión ambiental se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022

## 2.5. Variable e Indicadores.

Identificación de las variables

Dónde:

variable 1: Responsabilidad Social Empresarial

variable 2: Competitividad empresarial

Tabla 1

*Operacionalización de la Variable 1: Responsabilidad Social Empresarial*

VARIABLE	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Responsabilidad Social Empresarial	(2008)		Inversión social	ORDINAL
	Wright Siegel y McWilliams, la responsabilidad Social Empresarial se determina como:	Responsabilidad Social	Voluntariado empresarial	
	“situaciones donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley”.	Responsabilidad Ambiental	Liderazgo social	
			Iniciativas responsables	
			Nuevas tecnologías	
			Impacto ambiental	
			Productos de calidad	
		Responsabilidad Económica	Relaciones comerciales	
			Proveedores	
			Remuneración económica	

Nota: La tabla muestra la Operacionalización de la variable 1 Responsabilidad Social Empresarial, señalando sus indicadores. Elaboración propia.

Tabla 2

*Operacionalización de la Variable 2: Competitividad Empresarial*

VARIABLE	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Competitividad Empresarial	Stoner (2013), Por competitividad se entiende por la de competencia de una organización ya sea privada o pública, de mantener ventajas comparativas que le permitan obtener, mantener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.	Performance	Desempeño	ORDINAL
			Aprendizaje organizacional	
		Recursos	Procesos organizacionales	
			Capacidad empresarial	
Potencial	Innovación	Investigación de mercados		

Nota: La tabla muestra la Operacionalización de la variable 2 Competitividad Empresarial, señalando sus indicadores. Elaboración propia.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA.**

#### **3.1. Tipo de Investigación.**

El tipo de investigación es básica o pura, dado que la investigación estuvo destinada a recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento teórico, respecto a la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial, con el único objetivo de ampliar el conocimiento teórico del tema de investigación.

#### **3.2. Diseño de la Investigación.**

La presente investigación es de tipo no experimental en donde busco determinar el grado de relación entre las dos variables la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad Empresarial. Además, la investigación es de Corte Transversal, ya que la recolección de los datos se realizó en un único momento en el tiempo y espacio para toda la muestra.

#### **3.3. Nivel de Investigación.**

El nivel de investigación es relacional o correlacional, ya que el objetivo de la investigación fue determinar si existe o no relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad Empresarial siendo la variable independiente la causa y la variable dependiente la consecuencia.

### 3.4. **Ámbito De La Investigación.**

Para la presente investigación, se ha tomando en cuenta el pequeño número de la población, lo cuales llegan a ser 32 colaboradores.

### 3.5. **Población y Muestra del Estudio.**

#### 3.5.1. *Población*

En la presente investigación, la población se encuentra conformada por un total de 32 trabajadores que laboran para la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

A continuación, se muestra la distribución de todos los colaboradores según las áreas y/o cargos dentro de la Organización:

**Tabla 3**

*Áreas y/o cargos del personal de Frigoríficos Kobefood S.A.C.*

Áreas de FKF	N° de Trabajadores
Director	1
Gerente General	1
Gerente Regional	1
Asistente Administrativo	1
Área Contable	1
Área de logística	1
Jefa de Planta	1
Jefe de Mantenimiento	1
Supervisora Almacenes	1
Supervisora de Producción	2
Supervisora de Calidad	1
Operarios	11
Saneamiento	2
Técnico de Mantenimiento	4
Frigorista	3
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>

Nota: La tabla muestra la asignación de las diferentes áreas, así como los variados cargos institucionales que ocupan los trabajadores. Así como también la cantidad de trabajadores que laboran en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

### **3.5.2. Muestra**

Se tomó en cuenta el pequeño número de la población, lo cuales llegan a ser 32 colaboradores, se determinó realizar un censo en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

### **3.6. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos.**

Técnica.

Para el desarrollo de esta investigación se tomó en cuenta que lo fundamental aplicar métodos de encuesta con el objetivo de recabar información de los trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C. que son empleadores de la población a estudiar, con el propósito de categorizar los datos que se requiere para la verificación de las hipótesis.

Instrumento.

Estas herramientas fueron elaboradas por investigadores en coordinación con el asesor, los cuales fueron validadas a través de evaluaciones de expertos (se aprecia en el anexo) y la revisión bibliográfica adecuada; se aplicó el instrumento que es un cuestionario enviado a los empleados de Frigoríficos Kobefood S.A.C. La primera variable es la responsabilidad social empresarial y la segunda es la competitividad de las empresas.



### 3.7. Procesamiento y análisis de datos

En la investigación, se aplicó la prueba de normalidad para la distribución de datos. Además, se hizo uso de la estadística inferencial, para la comprobación de hipótesis, dado que el nivel de escala es ordinal, de esta forma se busca demostrar relación entre las dos variables, dependiendo de los resultados de la prueba de normalidad, se utilizó correlación de Pearson o Rho Spearman. Para el procesamiento y análisis estadístico se aplicará el software estadístico SPSS.

Para la estadística inferencial; se utilizó el programa estadístico SPSS versión 24,0 en español; a través del cual se utilizó las siguientes técnicas estadísticas:

- Tablas de frecuencias.
- Figuras estadísticas
- Las medidas de posición central y de dispersión.

Así también se realizó sus respectivos análisis e interpretaciones, que mostraron los resultados de la información obtenida.

### 3.8. Selección y validación del instrumento de investigación

#### 3.8.1. Validación

Con el fin de validar los instrumentos (encuestas) utilizados en este estudio, los mismos fueron validados según normas de expertos, considerando tres personas con experiencia en el tema.

**Tabla 4**

*Validación de expertos*

Ítem	Grado de Estudio	Experto	Opinión
Experto 1	MBA	Ruben Huancapaza Coa	Favorable
Experto 2	Licenciado	Wilfredo Velasquez Yupanqui	Favorable
Experto 3	Licenciado	Franler Rejas Giglio	Favorable

Nota: Extracto del Formato de Confirmación de Juicio Experto

#### 3.8.1.1. Encuesta sobre la responsabilidad social empresarial

Se utilizaron el método de encuesta para recopilar información; el instrumento se diseñó para conocer la responsabilidad social empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

Teniendo en cuenta la estructura de la variable responsabilidad social empresarial, se diseñó un cuestionario segmentado en 3 grupos de ítems que se corresponden con las dimensiones de la variable. Se considero un total de 41 ítems para la variable responsabilidad social empresarial.

En el siguiente cuadro la distribución de los ítems por cada dimensión:

**Tabla 5***La estructura del cuestionario RSE: Dimensión-Indicador- Ítems*

<b>DIMENSION</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>
1.responsabilidad social	Inversión social	1,2,3,4
	Voluntariado empresarial	5,6,7,8,9
	Liderazgo social	10,11,12,13,14,15
2. responsabilidad ambiental	Iniciativas responsables	16,17,18,19
	Nuevas tecnologías	20,21,22,
	Impacto ambiental	23,24,25
	Productos de calidad	26,27,28,29,30
3. responsabilidad económica	Relaciones comerciales	31,32,33,34
	Proveedores	35,36,37,38
	Remuneración económica	39,40,41

Nota: La tabla muestra la estructura del cuestionario: Dimensión -indicador-ítems de la variable 1 Responsabilidad Social Empresarial. Elaboración propia.

### **3.8.1.2. Encuesta sobre la competitividad empresarial**

Este instrumento se diseñó para conocer sobre la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C. Para recoger información de la segunda variable competitividad empresarial, se tomó en cuenta la estructura de esta variable, y se diseñó y aplicó un cuestionario segmentado en tres grupos de Ítems que se corresponden con las dimensiones de la variable competitividad empresarial de la empresa

Frigoríficos Kobefood S.A.C. en esta investigación. En total se ha considerado 27 ítems para la variable competitividad empresarial.

**Tabla 6**

*La estructura del cuestionario Competitividad: Dimensión- Indicadores – Ítems:*

DIMENSION	INDICADORES	ÍTEMS
Performance	Desempeño	1,2,3
	Aprendizaje organizacional	4,5,6,7,8
Recursos	Procesos organizacionales	9,10,11,12
	Capacidad empresarial	13,14,15,16,17
Potencial	Innovación	18,19,20,21,22
	Investigación de mercados	23,24,25,26,27

Nota: La tabla muestra la estructura del cuestionario: Dimensión -indicador-ítems de la variable 2 Competitividad Empresarial. Elaboración propia.

### 3.8.2. Validación de instrumentos

La herramienta está validada por la prueba de confiabilidad estadística alfa de Cronbach y los resultados se encuentran en un rango aceptable. El mensaje es el siguiente:

**Tabla 7**

*Escala de medición del estadístico Alpha de Cronbach*

<b>Escala</b>	<b>Significado</b>
-1 a 0	No es confiable
0.01 – 0.49	Baja confiabilidad
0.50 – 0.69	Moderada confiabilidad
0.70 – 0.89	Fuerte confiabilidad
0.90 – 1.00	Alta confiabilidad

Nota: La tabla muestra la escala de Alpha de Cronbach.

Reporte de confiabilidad del cuestionario sobre responsabilidad social empresarial.

**Tabla 8**

*Alpha de Cronbach: Responsabilidad Social Empresarial*

<b>Alfa de cronbach</b>	<b>Elementos</b>
0.884	41

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

El resultado del coeficiente resultante es de 0,884, lo que significa que el instrumento aplicado a la variable “responsabilidad social empresarial” es altamente fiable.

Reporte de confiabilidad del cuestionario por dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial:

Responsabilidad Social

**Tabla 9**

*Alpha de Cronbach: Dimensión Responsabilidad Social*

<b>Alfa de cronbach</b>	<b>Elementos</b>
0.799	15

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

El valor del coeficiente obtenido es de 0,799, lo que indica que la confiabilidad del instrumento aplicado a la dimensión “responsabilidad social” es relativamente alta.

Reporte de confiabilidad del cuestionario por dimensiones de RSE:

Responsabilidad Ambiental

**Tabla 10**

*Alpha de Cronbach: Dimensión Responsabilidad Ambiental*

<b>Alfa de cronbach</b>	<b>Elementos</b>
0.806	10

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

El valor del coeficiente obtenido es de 0.806, lo que indica que la confiabilidad de la escala aplicada a la dimensión “responsabilidad ambiental” es relativamente alta.

Reporte de confiabilidad del cuestionario por dimensiones de RSE:  
Responsabilidad Económica

**Tabla 11**

*Alpha de Cronbach: Dimensión Responsabilidad Económica*

Alfa de cronbach	Elementos
0.557	16

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

El valor del coeficiente obtenido es de 0.557, lo que significa que la variable “Responsabilidad económica” tiene confiabilidad media para el instrumento apropiado.

Reporte de confiabilidad del cuestionario sobre Competitividad  
Empresarial.

**Tabla 12**

*Alpha de Cronbach: Competitividad Empresarial*

Alfa de cronbach	Elementos
0,739	27

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

El valor del coeficiente resultante es de 0.739, lo que significa que el instrumento aplicado a la variable "competitividad empresarial" es altamente confiable.

Reporte de confiabilidad del cuestionario por dimensiones de Competitividad Empresarial: Performance

**Tabla 13**

*Alpha de Cronbach: Dimensión Performance*

<b>Alfa de cronbach</b>	<b>Elementos</b>
0.697	8

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

El valor del coeficiente obtenido es de 0,697, lo que significa que el instrumento aplicado a la dimensión "Performance" tiene una confiabilidad media.

Reporte de confiabilidad del cuestionario por dimensiones de Competitividad Empresarial: Recursos

**Tabla 14**

*Alpha de Cronbach: Dimensión Recursos*

<b>Alfa de cronbach</b>	<b>Elementos</b>
0.537	9

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24



El valor del coeficiente resultante es de 0,537, lo que significa que la herramienta aplicada a la dimensión "recursos" tiene una fiabilidad moderada.

Reporte de confiabilidad del cuestionario por dimensiones de Competitividad Empresarial: Potencial

**Tabla 15**

*Alfa de Cronbach: Dimensión Potencial*

<b>Alfa de cronbach</b>	<b>Elementos</b>
0.602	10

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

El valor del coeficiente obtenido es de 0,602, lo que significa que la herramienta utilizada para la dimensión "Potencial" tiene una fiabilidad moderada.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Descripción del trabajo de campo

La información procesada se presenta según el siguiente orden:

a) Planificación del trabajo de campo

- Descripción de las actividades programadas

Primero se realizó las encuestas y se dio la validación de las mismas.

A continuación, se realizó una reunión interna dentro de la planta Frigoríficos Kobefood S.A.C, donde se realizaron las encuestas respectivas. Todo este tipo de actividades se detalla en el cronograma previamente realizado.

b) Organización de la investigación

- Descripción de la organización de los equipos de trabajo

En este punto se tomó en cuenta que el tiempo es fundamental para todos tanto para el área operativa como para administrativa.

c) Ejecución del proceso de la investigación

- Descripción del procedimiento de la aplicación de las encuestas

Se realizo conforme a lo establecido en el cronograma, en los cual el jefe de área realizo una reunión en donde participo todo el personal de la empresa. Seguido a eso personalmente realice una breve explicación sobre cada pregunta de la encuesta para que al realizarla no tengan inconvenientes. La resolución de la encuesta duro aproximadamente entre 5 a 10 minutos. Ya finalizada la encuesta pase a retirarme a agradecer por el tiempo adquirido.

## **4.2. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros**

### **4.2.1. Prueba de normalidad**

La prueba de normalidad determina si los datos siguen o no una distribución normal.

- $H_0$ : Sig. > 0.05: Los datos siguen una distribución normal
- $H_1$ : Sig. < 0.05: Los datos no siguen una distribución norma

Regla de decisión:

Si el p-valor es mayor a 0.05 se acepta  $H_0$  y se rechaza  $H_1$ .

Si el p-valor es menor a 0.05 se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$

**Tabla 16***Prueba de Normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
DIMENSION_SOCIAL	,193	32	,004	,921	32	,023
DIMENSION_AMBIENTAL	,176	32	,013	,894	32	,004
DIMENSION_ECONOMICA	,182	32	,009	,933	32	,049
RSE	,169	32	,021	,907	32	,010
DIMENSION_PERFORMAN CE	,173	32	,016	,935	32	,053
DIMENSION_RECURSOS	,099	32	,200*	,953	32	,179
DIMENSION_POTENCIAL	,157	32	,045	,956	32	,215
COMPETITIVIDAD	,090	32	,200*	,984	32	,897

\*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

**Conclusión:**

Como se puede observar en la Tabla 16, Responsabilidad Social Empresarial el p valor es menor que 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta H1 y a la par se puede identificar que la variable Competitividad y la dimensión recursos que es una dimensión de la variable competitividad cuenta con normalidad. siguen una distribución normal. Por ello, se utiliza una prueba no paramétrica, en este caso el coeficiente de correlación de Rho Spearman, para determinar el grado de asociación entre ambas variables.

### 4.3. Presentación de resultados

#### 4.3.1. Resultados de la variable 1: Responsabilidad Social Empresarial

**Tabla 17**

*Variable responsabilidad social empresarial*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Moderadamente de acuerdo	5	15,6	15,6	15,6
Válidos Bastante de acuerdo	27	84,4	84,4	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota. Resultado extraído del Software SPSS 24

#### **Interpretación:**

Con respecto al análisis visto en la tabla 11, se observa que 15.6% de mi población de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC consideran Moderadamente de acuerdo la responsabilidad social empresarial en la empresa, asimismo, 84.4% trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC consideran muy buena la responsabilidad social empresarial en la Empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

#### 4.3.1.1. Dimensión Responsabilidad Social

**Tabla 18**

*Dimensión Responsabilidad Social*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente de acuerdo	8	25,0	25,0	25,0
Válidos Bastante de acuerdo	24	75,0	75,0	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota. Resultado extraído del Software SPSS 24

#### **Interpretación:**

Sobre el análisis mostrado en la tabla 18, se observa que 25 % de mi población de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC consideran Moderadamente de acuerdo con la responsabilidad social que se maneja en la empresa, por otro lado, el 75 % de trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC están bastante de acuerdo con la responsabilidad social en la Empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

#### 4.3.1.2. Dimensión Responsabilidad Ambiental

**Tabla 19**

*Dimensión Responsabilidad Ambiental*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente de acuerdo	10	31,3	31,3	31,3
Válidos Bastante de acuerdo	22	68,8	68,8	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

#### **Interpretación:**

Sobre el análisis mostrado en la tabla 19, se observa que 31.3 % de mi población de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC consideran Moderadamente de acuerdo la responsabilidad ambiental que se maneja en la empresa, por otro lado, el 68.8% de trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC están bastante de acuerdo con la responsabilidad ambiental en la Empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

#### 4.3.1.3. Dimensión Responsabilidad Económica

**Tabla 20**

*Dimensión Responsabilidad Económica*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bastante de acuerdo	29	90,6	90,6	90,6
Válidos Muy de acuerdo	3	9,4	9,4	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

#### **Interpretación:**

Sobre el análisis mostrado en la tabla 20, se aprecia que 90.6 % de mi población de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC consideran bastante de acuerdo con la responsabilidad económica que se maneja en la empresa, por otro lado, el 9.4 % de trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC están bastante de acuerdo con la responsabilidad económica en la Empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.



#### 4.3.2. Resultados de la variable 2: Competitividad Empresarial

**Tabla 21**

*Variable Competitividad Empresarial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Bastante de acuerdo	31	96,9	96,9	96,9
Válidos	Muy de acuerdo	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota. Resultado Elaborado en el Software SPSS 24

#### **Interpretación:**

Sobre el análisis mostrado en la tabla 21, se aprecia que 96.9 % de mi población de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC consideran bastante de acuerdo con la competitividad empresarial que se maneja en la empresa, por otro lado, el 3.1 % de mi población de trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC está muy de acuerdo con la competitividad empresarial de la Empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

#### 4.3.2.1. Dimensión Performance

**Tabla 22**

*Dimensión Performance*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente de acuerdo	1	3,1	3,1	3,1
Bastante de acuerdo	29	90,6	90,6	93,8
Muy de acuerdo	2	6,3	6,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota. Resultado extraído del Software SPSS 24

#### **Interpretación:**

Sobre el análisis mostrado en la tabla 22, se aprecia que el 3.1 % de la población de los trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC considera estar moderadamente de acuerdo con la Performance de la empresa, por otro lado, el 90.6 % trabajadores de la empresa consideran estar bastante de acuerdo con la performance que maneja la empresa y el 6.3 % de trabajadores están muy de acuerdo con la performance de la Empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

#### 4.3.2.2. Dimensión Recursos

**Tabla 23**

*Dimensión Recursos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Moderadamente de acuerdo	3	9,4	9,4	9,4
Válidos Bastante de acuerdo	29	90,6	90,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Nota. Resultado extraído del Software SPSS 24

**Interpretación:**

Sobre el análisis mostrado en la tabla 23, se aprecia que el 9.4 % de la población de trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC consideran estar bastante de acuerdo con los recursos que maneja la empresa, por otro lado, el 90.6 % de trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC está moderadamente de acuerdo con los recursos de la Empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

### 4.3.2.3. Dimensión Potencial

**Tabla 24**

*Dimensión Potencial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Bastante de acuerdo	10	31,3	31,3	31,3
Válidos	Muy de acuerdo	22	68,8	68,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Nota. Resultado extraído del Software SPSS 24

#### **Interpretación:**

Sobre el análisis mostrado en la tabla 24, se aprecia que el 31.3 % de trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC consideran estar bastante de acuerdo con el potencial de la empresa, por otro lado, el 68.8% de trabajadores de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC está muy de acuerdo con la potencia de la Empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

## 4.4. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

### 4.4.1. Verificación de hipótesis específicas

#### Hipótesis Específica 01

- Ho: La responsabilidad social empresarial en su dimensión social no se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C, 2022
- Ha: La responsabilidad social empresarial en su dimensión social se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C, 2022

**Tabla 25**

*Rho Spearman de la RSE en su dimensión social y la competitividad*

		DIMENSION_ SOCIAL	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	DIMENSION_SOCIAL		
		Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	,732**
		N	32
COMPETITIVIDAD			
		Coefficiente de correlación	,732**
		Sig. (unilateral)	1,000
		N	32

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (unilateral).

**Interpretación:**

Para el análisis de la Tabla 25, el SPSS da como resultado un coeficiente de correlación positiva alta de 0.732 y un nivel de significancia unilateral de 0.000 siendo menor al 0.01, por consiguiente, se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis del investigador, lo que confirma que la RSE en su dimensión social se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

**Hipótesis Específica 02**

- Ho: La responsabilidad social empresarial en su dimensión económica no se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022
- Ha: La responsabilidad social empresarial en su dimensión económica se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022

**Tabla 26***Rho Spearman de la RSE en su dimensión económica y la competitividad*

		COMPETITIVI DAD	DIMENSION_ ECONOMICA
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	,450**
		N	38
	DIMENSION_ECONOMIC A	Coeficiente de correlación	,450**
		Sig. (unilateral)	,005
		N	32

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (unilateral).

**Interpretación:**

Para el análisis de la Tabla 26, el SPSS da como resultado un coeficiente de correlación positiva moderada de 0.450 y un nivel de significancia unilateral de 0.005 siendo menor al 0.01, por consiguiente, se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis del investigador, confirmando que la RSE en su dimensión económica se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C. .

### Hipótesis Específica 03

- Ho: La responsabilidad social empresarial en su dimensión ambiental no se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022
- Ha: La responsabilidad social empresarial en su dimensión ambiental se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C., 2022

**Tabla 27**

*Rho Spearman de la RSE en su dimensión ambiental y la competitividad*

		COMPETITIV IDAD	DIMENSION_ AMBIENTAL
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	,000
	N	38	
	DIMENSION_AMBIEN TAL	Coefficiente de correlación	,766**
		Sig. (unilateral)	,000
	N	32	

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (unilateral).

### Interpretación:

Para el análisis de la Tabla 27, el SPSS da como resultado un coeficiente de correlación positiva alta de 0.766 y un nivel de significancia unilateral de 0.000 siendo menor al 0.01, por consiguiente, se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis del investigador, confirmando que la RSE en su dimensión



social se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.

#### 4.4.2. Verificación de hipótesis general

##### Hipótesis General

- Ho: La Responsabilidad social empresarial no se relaciona en forma significativa con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood S.A.C., 2022
- Ha: La Responsabilidad social empresarial se relaciona en forma significativa con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood S.A.C., 2022

**Tabla 28**

*Rho Spearman de la RSE y la competitividad*

		COMPETITIVIDAD	RSE
		AD	
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD		
	Coefficiente de correlación	1,000	,770**
	Sig. (unilateral)	.	,000
	N	38	32
	RSE		
	Coefficiente de correlación	,770**	1,000
	Sig. (unilateral)	,000	.
	N	32	32

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (unilateral).

**Interpretación:**

Para el análisis de la Tabla 28, el SPSS da como resultado un coeficiente de correlación positiva alta de 0.770 y un nivel de significancia unilateral de 0.000 siendo menor al 0.01, por consiguiente, se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis del investigador, confirmando que la Responsabilidad social empresarial se relaciona en forma significativa con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood S.A.C., 2022

## CONCLUSIONES

PRIMERA: se determinó que existe relación entre las variables Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad Empresarial dentro de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC, 2022 según el resultado de la tabla 28, puesto que las dos variables tuvieron un grado de correlación positiva fuerte de 77% y un nivel de significancia unilateral de 0,000 siendo menor a 0.01

SEGUNDA: se determinó que existe relación entre la Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión Social y la Competitividad Empresarial dentro de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC, 2022 según el resultado de la tabla 25, puesto que las dos variables tuvieron un grado de correlación positiva fuerte de 73% y un nivel de significancia unilateral de 0,000 siendo menor a 0.01

TERCERA: con el resultado se determinó la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica y la Competitividad Empresarial dentro de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC, 2022 según el resultado de la tabla 26, puesto que las dos variables tuvieron un grado de correlación positiva moderada de 45% y un nivel de significancia unilateral de 0,005 siendo menor a 0.01

CUARTA: se determinó que existe relación entre la Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión Ambiental y la Competitividad Empresarial dentro de la empresa Frigoríficos Kobefood SAC, 2022 según el resultado de la tabla 27, puesto que las dos variables tuvieron un grado de correlación positiva fuerte de 76% y un nivel de significancia unilateral de 0,000 siendo menor a 0.01

## RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se sugiere a la empresa Frigoríficos Kobefood SAC, involucrarse e implementar una Política netamente de responsabilidad social empresarial, ya que es imprescindible para cualquier empresa del siglo XXI. No se trata de una cuestión de imagen sino de compromiso real de la empresa con la comunidad y el entorno en el que opera. Las políticas de RSC que debe de implementar la empresa son la fórmula que tiene para devolver a la sociedad parte de lo que le da. De tal manera que la política de RSE debe de ir orientado en sus tres dimensiones; por el lado ambiental (reutilización de recursos, reducción de consumo de productos, sistemas eficientes, etc.) por lo social (participación de los empleados en la empresa, desarrollo de diversos sectores en la sociedad, buen ambiente laboral, implementación de gobierno corporativo, etc.) y económico (rentabilidad, generación de valor para los accionistas, etc.). En ese sentido la RSE desbloquea el valor compartido generando rentabilidad y creando inversiones en elementos sociales que aumentan la competitividad en la empresa. Se comprueba que la Responsabilidad Social Empresarial potencia y genera ventajas competitivas frente a sus competidores lo cual aumenta la competitividad empresarial. Por lo cual, si la Responsabilidad Social Empresarial es aplicado en los procesos operacionales, la empresa logrará un mejoramiento en la

optimación de sus recursos, una mejor gestión de sus residuos, logrando una disminución de costo que brindaría una ventaja competitiva. Es importante resaltar la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial mediante el directorio ya que la Responsabilidad Social Empresarial genera competencia para seguir con la mejora continua y poder desarrollar mayores estrategias tanto para el área de producción, administración, mantenimiento, etc.

SEGUNDA: Relacionada a la dimensión social, se sugiere a la empresa Frigoríficos Kobefood realizar y llevar una buena homologación de proveedores, ya que estos influyen de manera directa con los procesos operacionales, además de incentivar a que haya una verdadera participación de los stakeholder en el proceso logísticos. De la misma manera fomentar la cultura de responsabilidad social empresarial en su región (Tacna) o realizar programas estratégicos los cuales culturicen tanto a sus trabajadores como a los ciudadanos aledaños a la empresa sobre la Responsabilidad Social. Finalmente, la buena gestión busca programas de bienestar para los empleados, como la conciliación de la vida personal y laboral, la formación continua y los programas de seguridad y salud en el trabajo, que permitan a los empleados aumentar su sentido de pertenencia y poner toda su energía en el trabajo. Esto se refleja en la satisfacción del cliente final.

**TERCERA:** Con respecto a la dimensión económica, se sugiere que inviertan en certificaciones tanto nacionales como internacionales las cuales les den una mayor imagen de calidad. Estas puedan darle un gran impulso a cualquier estrategia de responsabilidad social empresarial con la finalidad de que será observada de manera positiva por los mercados internacionales. Asimismo, se recomienda siempre fomentar las relaciones comerciales con mercados nacionales e internacionales que signifiquen una mayor notoriedad como empresa responsable en el rubro. Las empresas que logren demostrar una ventaja competitiva gracias a la responsabilidad empresarial serán un gran ejemplo para los directivos o emprendedores que aún no dan ese gran paso de cambio.

**CUARTA:** Con respecto a la dimensión ambiental, se sugiere que tengan siempre su plan de contingencia frente a cualquier incidente en la planta, la par tomar medidas preventivas y capacitaciones al personal sobre la buena segregación de residuos sólidos, aspectos ambientales, etc.

## VI. REFERENCIAS.

- Aristizábal, P. C. (2009). La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva HZX. Bogotá, Colombia: PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- Cardozo, M. (2003 enero-junio). Las empresas y su responsabilidad en el campo social, . *Economía, Sociedad y Territorio*, vol. IV, No. 13, .
- Chiavenato, I. (2009). *Gestion del Talento Humano*.
- Chino, L. (2016). *El Endomarketing y su influencia en el compromiso organizacional en el personal del Banco de Credito del Peru- agencia bolognesi*. Tacna.
- Flores, M. J. (2017). La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango. Lima, Perú: Universidad San Ignacio De Loyola.
- Fuentes, P. (2008). *Marketing Interno: convergencias y divergencias de lineas de pensamiento*. Bolivia.
- Fuentes, P. A. (2015). *Compromiso Organizacional: Contribución de una gestion estrategica de recursos humanos sobre una perspectiva de Marketing*. Sevilla.
- Guevara Cabrera, N. (2018). La Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial y su Influencia en el Compromiso Organizacional de los Funcionarios y



Profesionales de la Empresa de Generación Eléctrica del Sur – EGESUR

S.A. Tacna , Perú: Universidad Privada de Tacna .

- Jerusalmi, C.; Camacho, M. (2007): “Índice de Competitividad de Empresas Exportadoras: Un avance para su medición”. “Exportación Inteligente, Unpuente entre el sector Exportador y la Academia” pp 39-66. Banco de la República Oriental del Uruguay y Unión de Exportadores.
- Jung, A. (2004): “Competitividad, Inserción Externa y Activos Intangibles: Aplicación al sector del vino en Uruguay”. Working Paper
- B+I strategy (2007): “La Cometa de la Innovación”, B+I Strategy, Bilbao, España.
- Barney, J. (1991): “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, Journal of management, 1991, Vol. 17, No. 1, pp 99-120
- Mintzberg, H. & Quinn, J. (1993).El proceso estratégico.México: Prentice Hall
- Dobbs, m. E. (2012). Porter's five forces in practice: templates for firm and case analysis.Competition forum,10(1), 22-33. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1189673886?accountid=43847>
- Europea, C. (2001). *libro verde de la comision europea* . sobre la responsabilidad social empresarial. 2001 p 7.
- García-vega, e. (2011). Competitividad en el Perú: diagnóstico, sectores a priorizar y lineamientos a seguir para el período 2011-2016/ competitiveness in Peru2011-2016: competitividad en Peru: diagnóstico, sectores prioritarios e orientações a seguir para el período 2011-2016.Revista de globalización, competitividad y gobernabilidad,5(1), 112-141.Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/884218285?accounti>

- Hernández Sánchez, D. E. (2017). *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca*. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Huaman, F. M. (2015). *Relacion de la gestion del talento humano basada en el endomarketing para la retencion de personal de la empresa maestro peru tienda*. Huancayo.
- Jimenez, L., & Gamboa , R. (2016). *El endomarketing aplicado al talento clave interno en el sector salud*.
- José Ventura, K. J. (2019). *Responsabilidad Social y sostenibilidad empresarial*. Lima : Pearson .
- Peña, C. (2015). *La motivacion laboral como herramienta de gestion en las organizaciones empresariales*. Madrid.
- Prieto, P. G. (2013). *Modelo de gestion del talento humano como estrategia para retencion del personal*. Medellin.
- Regalado, Otto ; Allpacca, Roy ; Baca, Luisa ; Geronimo. (2011). *Endomárketing: Estrategias de Relación*. Peru-Lima.
- Solís, J. I. (Enero - Junio de 2015). *Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas*. Ciudad de México, México.
- Trinidad, L. M. (2016). *Endomarketing y compromiso organizacional en la unidad ejecutora 404 Hospital II-2*. Tarapoto.
- Valenzuela Jiménez, L. F. (2004). *Perspectivas de la responsabilidad social empresarial con enfoque ambiental*. Manizales, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

## APÉNDICE.

- (A) Matriz de Consistencia
- (B) Cuestionarios
- (C) Encuestas validadas por Expertos

Tabla 29

## Matriz de Consistencia.

PROBLEMAS		OBJETIVOS		HIPOTESIS		VARIABLES		DIMENSIONES	ESCALA	POBLACIÓN Y MUESTRA
PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE							
¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la competitividad empresarial en la empresa frigoríficos kobefood sac, 2022?	Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad empresarial en la empresa frigoríficos kobefood sac, 2022.	La Responsabilidad social empresarial se relaciona en forma significativa con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood sac, 2022	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	Responsabilidad Social	Ordinal	Escala de Likert	POBLACIÓN La población se encuentra conformada por un total de 32 trabajadores que laboran para la empresa Frigoríficos Kobefood S.A.C.			
				Responsabilidad Económica						
				Responsabilidad Ambiental						
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBEJTIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES		MUESTRA La muestra consta de 32 trabajadores				
¿Cuál es la relación entre la dimensión social de la RSE y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood sac, 2022?	Definir la relación entre la dimensión social de las RSE y la competitividad empresarial en la empresa frigoríficos kobefood sac, 2022	La responsabilidad social empresarial en su dimensión social se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood sac, 2022	COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Performance	Ordinal					
				Recursos						
¿Cuál es la relación entre la dimensión económica de la RSE y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood sac, 2022?	Determinar la relación entre la dimensión económica de la RSE y la competitividad empresarial en la empresa frigoríficos kobefood sac, 2022	La responsabilidad social empresarial en su dimensión económica relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa frigoríficos kobefood sac, 2022	COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Potencial	Ordinal					
¿Cuál es la relación entre la dimensión ambiental de la RSE y la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood sac, 2022?	Establecer la relación entre la dimensión ambiental de la RSE y la competitividad empresarial en la empresa frigoríficos kobefood sac, 2022.	La responsabilidad social empresarial en su dimensión ambiental se relaciona significativamente con la competitividad empresarial en la empresa Frigoríficos kobefood sac, 2022		COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL		Potencial	Ordinal			

Nota: La tabla muestra la consolidación de todo el Plan de Tesis. Elaboración propia

**CUESTIONARIO PARA MEDIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL  
EMPRESARIAL  
CUESTIONARIO**



Adaptado de: (CURO, 2020) (HUANACUNE, 2019)

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**Presentación:**

OBJETIVO: La presente encuesta con respecto a la RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL que se aplica a los trabajadores de la empresa Frigoríficos kobefood SAC, tiene fines estrictamente académicos, permitirá a la Bachiller Mylene Vilca Rojas elaborar su trabajo de investigación titulado: "La Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la Competitividad Empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood SAC en el año 2022" conducente a obtener el título de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales.

Por favor, evalúe el grado de satisfacción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un círculo el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

**INSTRUCCIONES**

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuestas, deberá elegir la que más se adecue a su entidad. Cada opción tiene un número, marque el número correspondiente a la opción elegida, de acuerdo a la siguiente forma:

Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Moderadamente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	3 X	4	5

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

N°	Ítems	1	2	3	4	5
	<b>Inversión social</b>					
1	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC, fomenta la formación y el desarrollo profesional de los trabajadores tanto administrativos como los operadores de planta.					
2	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC, se encuentra comprometido con la creación de nuevos puestos de trabajo.					
3	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC, emplea mecanismos para medir la satisfacción de sus trabajadores y proveedores.					

4	La empresa Frigoríficos Kobefood, valora la inclusión de personas por lo que existe una política de contratación diseñada bajo criterios, objetivos, transparentes e igualitarios.					
<b>Voluntariado empresarial</b>						
5	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC, toma medidas con sus colaboradores cuando hay una sobrecarga laboral					
6	La empresa contribuye a campañas y proyectos que fomentan el bienestar de la sociedad.					
7	La empresa Frigoríficos Kobefood, realiza la participación constante de actividades al aire libre para sus trabajadores					
8	La empresa Frigoríficos Kobefood promueve y facilita a que sus colaboradores realicen acciones de proyección social favor de la sociedad					
9	Considera usted que las organizaciones sin ánimo de lucro es una condición básica para desarrollar responsabilidad social.					
<b>Liderazgo social</b>						
10	En su entorno laboral, usted está satisfecho con el trato recibido por parte de su jefe directo.					
11	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC da a conocer los principios sobre los que su organización basa sus acciones de RSE como capacitando sobre programa de voluntariado, la inocuidad en los procesos, etc.					
12	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC capacita e informa al personal sobre la RSE					
13	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC promueve programas de apoyo que ofrece el equilibrio entre la vida y el trabajo como: vestimenta adecuada dentro de las instalaciones, horarios flexibles, política de familia e hijos.					
14	Cree usted que su jefe directo inspira, motiva, comunica y toma decisiones pensando en el bien mayor.					
15	En Frigoríficos Kobefood SAC existe una política de capacitación, que ofrece formación a todo tipo de trabajador					
<b>Iniciativas responsables</b>						
16	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC fomenta y capacita sobre la buena segregación de residuos sólidos tanto peligrosos como no peligrosos y/o RAAE					
17	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC implementa programas para proteger el medio ambiente					
18	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC, procura reducir el consumo de energía, agua y productos tóxicos					
19	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC concientiza a sus colaboradores con la recolección de residuos y el reciclaje					
<b>Nuevas tecnologías</b>						
20	Cree usted que el mantenimiento preventivo de equipos en la empresa Frigoríficos Kobefood es determinante para el correcto desarrollo de la responsabilidad ambiental.					

21	La empresa cuenta con el equipo, la tecnología e infraestructura necesaria para reducir sus efectos ambientales					
22	Considera usted que la mejora continua es determinante para desarrollar responsabilidad ambiental.					
	<b>Impacto ambiental</b>					
23	En Frigoríficos Kobefood se ha elaborado una política ambiental que contempla un plan de gestión ambiental y personas responsables de su ejecución					
24	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC participa en actividades que pretenden proteger y mejorar la calidad del medio ambiente.					
25	En Frigoríficos Kobefood se implementaron formas de ahorro energético, de agua y manejo de residuos.					
	<b>Productos de calidad</b>					
26	Cree usted que la calidad de un producto o servicio es base para desarrollar responsabilidad económica.					
27	Uno de los principales principios de la empresa Frigoríficos Kobefood es proporcionar productos de calidad a sus clientes					
28	Los productos de la empresa cumplen con las normas de calidad nacional e internacional					
29	La empresa Frigoríficos Kobefood proporciona información completa y exacta sobre su producto					
30	En la empresa Frigoríficos Kobefood se han establecido mecanismos de atención a los consumidores orientados a recoger sus reclamos y sugerencias					
	<b>Relaciones comerciales</b>					
31	La empresa Frigoríficos Kobefood respeta los derechos de los clientes y responde a sus reclamaciones					
32	Considera usted que la actividad comercial es determinante para desarrollar responsabilidad económica.					
33	Cree usted que la relación con el proveedor es base para desarrollar responsabilidad económica.					
34	En Frigoríficos Kobefood han realizado seguimiento de los efectos, en el largo plazo, del producto o servicio ofrecido.					
	<b>Proveedores</b>					
35	En Frigoríficos Kobefood se mantiene un registro completo de las características de los proveedores.					
36	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC, se preocupa por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con nuestros proveedores					
37	Son los proveedores un componente relevante para la responsabilidad económica.					
38	En Frigoríficos Kobefood se mantiene un contacto permanente con otras similares y con otros proveedores que forman parte del encadenamiento productivo en el que nos insertamos.					
	<b>Remuneración económica</b>					
39	Considera usted que el incentivo económico es determinante para desarrollar responsabilidad económica.					
40	La empresa siempre paga las remuneraciones, gratificaciones y CTS de manera regular y continúa respetando las fechas.					

41	La empresa Frigoríficos Kobefood proporciona a sus trabajadores el salario suficiente para mantener una buena calidad de vida.					
----	--	--	--	--	--	--

Gracias

## CUESTIONARIO PARA MEDIR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Adaptado de: (CURO, 2020) (HUANACUNE, 2019)



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

### Presentación:

**OBJETIVO:** La presente encuesta con respecto a la COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL que se aplica a los trabajadores de la empresa Frigoríficos kobefood SAC, tiene fines estrictamente académicos, permitirá a la Bachiller Mylene Vilca Rojas elaborar su trabajo de investigación titulado: “La Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la Competitividad Empresarial en la empresa Frigoríficos Kobefood SAC en el año 2022” conducente a obtener el título de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales.

Por favor, evalúe el grado de satisfacción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un círculo el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

### INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuestas, deberá elegir la que más se adecue a su entidad. Cada opción tiene un número, marque el número correspondiente a la opción elegida, de acuerdo a la siguiente forma:

Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Moderadamente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo
1	2	<del>3</del>	4	5

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

N°	Ítems	1	2	3	4	5
<b>Desempeño laboral</b>						
1	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC cuenta con proyectos que ofrezcan mayor valor a la organización.					
2	La empresa Frigoríficos Kobefood SAC cuenta con un ambiente laboral bueno que ayuda que se establezcan relaciones interpersonales entre los colaboradores					
3	En el desempeño laboral el sentimiento de pertenencia del personal puede afectar su compromiso con la empresa Frigoríficos Kobefood SAC					
<b>Aprendizaje organizacional</b>						
4	La empresa Frigoríficos Kobefood cuenta y capacita sobre su misión					



5	La empresa Frigoríficos Kobefood cuenta y capacita sobre su visión					
6	La empresa Frigoríficos Kobefood cuenta y capacita sobre sus objetivos					
7	La empresa Frigoríficos Kobefood cuenta y capacita sobre sus metas					
8	Usted cree que el tener la capacidad de aprendizaje en la empresa es base para desarrollar un buen performance (entiéndase como desempeño de la empresa)					
	<b>Procesos organizacionales</b>					
9	Las metas alcanzadas por el área donde labora contribuyen en el alcance de los objetivos estratégicos de la entidad.					
10	Su desempeño laboral contribuye en el potencial de la empresa para enfrentar la competencia en el futuro.					
11	La empresa Frigorífico Kobefood ofrece un entrenamiento adecuado para que usted pueda realizar su trabajo					
12	El tener los objetivos establecidos en la organización es un componente base para los recursos					
	<b>Capacidad empresarial</b>					
13	Cree usted que la comprensión del funcionamiento de la empresa es base para desarrollar recursos.					
14	Considera usted que su jefe proporciona formas de solucionar problemas.					
15	Considera usted que su jefe es símbolo de eficiencia y eficacia.					
16	Conoce y aplica el ciclo básico del proceso administrativo (planeación, organización, dirección y control) en sus diferentes actividades y proyectos de trabajo					
17	En el área donde labora se define los objetivos de la empresa y las acciones y recursos a emplear para cumplir con dichos objetivos					
	<b>Innovación</b>					
18	Considera usted que el área donde labora contribuye en la mejora continua de la empresa.					
19	Considera usted que los cambios tecnológicos son base para desarrollar el potencial de la empresa.					
20	Frigoríficos Kobefood SAC, cumple con una serie de normas y requisitos que aseguran su buena calidad y que cumplan con las funciones para las que han sido diseñados.					
21	Considera usted que la empresa Frigoríficos Kobefood Implementa la tecnología de la información en los procesos administrativos de la entidad.					
22	Frigoríficos Kobefood es una empresa pionera en innovación y desarrollo de línea de productos a nivel Regional.					
	<b>Investigación de mercados</b>					
23	La empresa Frigoríficos Kobefood analiza los potenciales mercados exportadores					
24	Considera usted que el conocer las necesidades y deseos de un mercado son base para desarrollar el potencial.					
25	La empresa Frigoríficos Kobefood tiene un programa de investigación de nuevos productos y procesos					
26	La empresa Frigoríficos Kobefood cuenta con una buena reputación					

27	La empresa Frigoríficos Kobefood cuenta con certificados internacionales y con programas de calidad					
----	---	--	--	--	--	--

Gracias

## APENDICE ( C ) : JUICIO DE EXPERTOS

Tacna, 20 de octubre 2022

**Señor (a)**

Licenciado Franler Rejas Giglio

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. Para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedores de su trayectoria académica y profesional molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA EMPRESA FRIGORIFICOS KOBEOOD S.A.C. EN EL AÑO 2022", para optar el título de licenciado en Administración de Negocios Internacionales

El instrumento tiene como objetivo medir las variables **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**, por lo que, con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicitamos marcar con una X el grado de evaluación a los indicadores para los Ítems del instrumento, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.

Agradeceremos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,

Bach. Mylene Fernanda Vilca Rojas

**INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y Nombres del informante: Rejas Giglio Franler
- 1.2 Grado académico: Magister
- 1.3 Profesión: Lic. Administración de Empresas
- 1.4 Institución donde labora: UPT - FACEM
- 1.5 Cargo que desempeña: Docente
- 1.6 Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7 Autor del instrumento: Mylene Vilca Rojas

**II. VALIDACION**

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los Ítems del instrumento	Muy malo	Malo	regular	Bueno	Muy bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y la calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					24	
SUMATORIA TOTAL		24				

**III. RESULTADO DE LA VALIDACION**

3.1 Valoración total cuantitativa: \_\_\_\_\_ 24 \_\_\_\_\_

3.2 Opinión FAVORABLE: \_\_\_\_\_ X \_\_\_\_\_

DEBE MEJORAR: \_\_\_\_\_

NO FAVORABLE: \_\_\_\_\_

## 3.3 3.3 Observaciones

---

---

---

---

---

Tacna, 20 de octubre de 2022



Firma

Tacna, 20 de octubre 2022

**Señor (a)**

Licenciado Wilfredo Velasquez Yupanqui

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. Para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedores de su trayectoria académica y profesional molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA EMPRESA FRIGORIFICOS KOBEEFOOD S.A.C. EN EL AÑO 2022”, para optar el título de licenciado en Administración de Negocios Internacionales

El instrumento tiene como objetivo medir las variables **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**, por lo que, con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicitamos marcar con una X el grado de evaluación a los indicadores para los Ítems del instrumento, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.

Agradeceremos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,

Bach. Mylene Fernanda Vilca Rojas

**INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y Nombres del informante: Velasquez Yupanqui, Wilfredo B.  
 1.2 Grado académico: Magister en Administración  
 1.3 Profesión: Licenciado en: Administración y Educación  
 1.4 Institución donde labora: UPT  
 1.5 Cargo que desempeña: Encargado del Área de RESU-FACEM  
 1.6 Denominación del instrumento: Cuestionario  
 1.7 Autor del instrumento: Mylene Vilca Rojas

**II. VALIDACION**

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los Ítems del instrumento	Muy malo	Malo	regul	Buen	Muy buen
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y la calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					24	
SUMATORIA TOTAL		24				

**III. RESULTADO DE LA VALIDACION**

3.1 Valoración total cuantitativa: \_\_\_\_24\_\_\_\_

3.2 Opinión FAVORABLE: \_\_\_\_X\_\_\_\_

DEBE MEJORAR: \_\_\_\_\_

NO FAVORABLE: \_\_\_\_\_

## 3.3 3.3 Observaciones

---

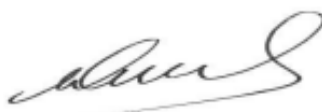
---

---

---

---

Tacna, 20 de octubre de 2022

\_\_\_\_\_  
Firma

Tacna, 20 de octubre 2022

**Señor (a)**

Magister Rubén Jaime, Huancapaza Cora

Presente. -

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. Para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, conocedores de su trayectoria académica y profesional molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA EMPRESA FRIGORIFICOS KOBEEFOOD S.A.C. EN EL AÑO 2022”, para optar el título de licenciado en Administración de Negocios Internacionales

El instrumento tiene como objetivo medir las variables **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**, por lo que, con la finalidad de determinar la validez de su contenido, solicitamos marcar con una X el grado de evaluación a los indicadores para los Ítems del instrumento, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjunta el instrumento y la matriz de operacionalización de la variable considerando dimensiones, indicadores, categorías y escala de medición.

Agradeceremos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,

Bach. Mylene Fernanda Vilca Rojas



## INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Mg. Rubén Huancapaza Cora
- 1.2. Grado Académico: Magister.
- 1.3. Profesión: Ingeniero Comercial
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Privada de Tacna
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente de la Universidad Privada de Tacna.
- 1.6. Denominación del Instrumento: Cuestionario para medir "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA EMPRESA FRIGORIFICOS KOBEOOD S.A.C. EN EL AÑO 2022".
- 1.7. Autor del instrumento: Mylene Vilca Rojas

### II. VALIDACION

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los Ítems del instrumento	Muy malo	Malo	regul	Buen	Muy buen
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y la calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					24	
SUMATORIA TOTAL		24				

**1) RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**

a) Valoración Cualitativa:

Deficiente ( )

Regular ( )

Bueno ( x )

b) Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR  NO FAVORABLE Nombre: Rubén Huancapaza CoraDNI N°: 00443454Teléfono: 915148896

Tacna, 20 de octubre de 2022



---

Firma