



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Responsabilidad social empresarial y el comportamiento
financiero en empresas agropecuarias, Distrito de Ate
Vitarte, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTOR:

Parra Damaso, Carlos Martin (orcid.org/0000-0002-3451-5585)

ASESOR:

Mg. Zuñiga Castillo, Arturo Jaime (orcid.org/0000-0003-1241-2785)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A mi madre Magalli Soraya Damaso Benavides y familia en general que, con paciencia y esfuerzo, crearon el ambiente propicio para poder iniciar, desarrollar y terminar la tesis.

Agradecimiento

Expreso mis agradecimientos a mis padres Magalli Soraya Damaso Benavides y Carlos Alberto Parra Damaso, que en todo momento me acompañaron y apoyaron en las decisiones que tome desde el inicio de mi carrera.

A la Srta. Janina León Gerente del área contable de la empresa Ilender Perú, quien permitió el desarrollo del trabajo y brindó el tiempo necesario.

A los docentes asesores quienes apoyaron en el desarrollo y estructura del trabajo de investigación.

Índice de Contenido

Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen	xv
Abstract.....	xvi
I. Introducción	1
II. Marco Teórico	3
III. Método	15
3.1 Tipo y diseño de investigación	15
3.1.1 <i>Enfoque</i>	15
3.1.2 <i>Tipo</i>	16
3.1.3 <i>Nivel</i>	16
3.1.4 <i>Diseño</i>	16
3.1.5 <i>Corte</i>	17
3.2 Operacionalización de variables.....	17
3.2.1 <i>Cuadro de Operacionalización</i>	19
3.3 Población, muestra y muestreo	18
3.3.1 <i>Población</i>	18
3.3.2 <i>Muestra</i>	18
3.3.3 <i>Muestreo</i>	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	18
3.4.1 <i>Técnicas de recolección de datos</i>	18
3.4.2 <i>Validez</i>	19
3.4.3 <i>Juicio de expertos</i>	20
3.4.4 <i>Confiabilidad</i>	23
3.5 Procedimiento	25
3.6 Métodos de análisis de datos.....	25
3.7 Aspectos éticos	25
IV. Resultados	27

4.1 Resultados descriptivos	27
4.1.1 <i>Tablas de frecuencia ítem por ítem</i>	27
4.1.2 <i>Tablas de frecuencia con datos agrupadas</i>	57
4.1.3 <i>Tablas de contingencia o cruzadas</i>	64
4.2. Prueba de hipótesis	67
V. Discusión.....	71
VI. Conclusiones	73
VII. Recomendaciones	75
7.1 Recomendaciones a la unidad de estudios.....	75
7.2 Recomendaciones académicas	76
Referencias Bibliográficas	77
ANEXOS	23
Anexo 1: Matriz de consistencia	104
Anexo 2: Cuestionario.....	105
Anexo 3: Validación de instrumentos	108

Índice de Tablas

Tabla 1: Cuadro de Operacionalización.....	17
Tabla 2: Juicio de expertos.....	20
Tabla 3: Validez de contenido a través de la V de Aiken.....	21
Tabla 4: Rangos de fiabilidad.....	24
Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad.....	25
Tabla 6: La empresa reconoce el esfuerzo de sus trabajadores.....	27
Tabla 7: La empresa incentiva el compromiso de sus trabajadores.....	28
Tabla 8: La empresa dispone de condiciones adecuadas para mejorar el desempeño de los trabajadores.....	29
Tabla 9: La empresa está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores.....	30
Tabla 10: La empresa está comprometida con la salud industrial de los trabajadores.....	31
Tabla 11: Optimizar procesos y controles existentes ayudará la adaptación al cambio de los trabajadores.....	32
Tabla 12: Con la adaptación de los trabajadores a los programas de RSE, la empresa será reconocida como agente positivo para la comunidad.....	33
Tabla 13: La adaptación al cambio de los trabajadores afectará en el desempeño de sus funciones.....	34
Tabla 14: El cambio positivo en la empresa se reflejará con la buena relación con los proveedores.....	35
Tabla 15: La empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes.....	36
Tabla 16: Satisfacer las necesidades de los clientes refuerza la relación de estos con la empresa	37

Tabla 17: La buen relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa.....	38
Tabla 18: Una buena relación con los competidores es sinónimo de competencia leal en el mercado.....	39
Tabla 19: La relación con los competidores brindará beneficios socio empresariales a la organización.....	40
Tabla 20: Una buena relación con los competidores empleará una mejora ambiental en el entorno externo.....	41
Tabla 21: La empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad.....	42
Tabla 22: La empresa realiza estudios de mercado previa realización de inversiones.....	43
Tabla 23: La empresa realiza un análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones.....	44
Tabla 24: La empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar opciones de inversión.....	45
Tabla 25: Empresa genera mayor rentabilidad, arriesgando más en sus inversiones.....	46
Tabla 26: La empresa cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo.....	47
Tabla 27: La empresa prefiere financiar sus actividades con recursos propios.....	48
Tabla 28: La empresa analiza condiciones de crédito de diferentes fuentes de financiamiento, previo a la aceptación.....	49
Tabla 29: La empresa evalúa su nivel de endeudamiento, evaluando sobre endeudarse.....	50
Tabla 30: La empresa se ha visto favorecida con el financiamiento de terceros.....	51
Tabla 31: La empresa opta por el financiamiento de terceros, porque garantiza mayor rentabilidad.....	52
Tabla 32: La empresa proporciona productos y servicios analizando el mercado en el que se encuentra.....	53
Tabla 33: La competitividad de la empresa se ve reflejada al analizar a sus competidores y sus productos en el mercado.....	54
Tabla 34: La rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores.....	55
Tabla 35: La empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor	

rentabilidad.....	56
Tabla 36: Entorno Interno (Agrupada).....	57
Tabla 37: Entorno Externo (Agrupada).....	58
Tabla 38: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada).....	59
Tabla 39: INVERSIONES (Agrupada).....	60
Tabla 40: FINANCIAMIENTO (Agrupada).....	61
Tabla 41: OPERATIVIDAD EMPRESARIAL (Agrupada).....	62
Tabla 42: COMPORTAMIENTO FINANCIERO (Agrupada).....	63
Tabla 43: Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada) * INVERSIONES (Agrupada).....	64
Tabla 44: Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada) * FINANCIAMIENTO (Agrupada).....	65
Tabla 45: Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada) * COMPORTAMIENTO FINANCIERO (Agrupada).....	66
Tabla 46: Correlaciones.....	67
Tabla 47: Correlaciones.....	68
Tabla 48: Correlaciones.....	69
Tabla 49: Correlaciones.....	70

Índice de Figuras

Figura 1. La empresa reconoce el esfuerzo de sus trabajadores.....	27
Figura 2. La empresa incentiva el compromiso de sus trabajadores.....	28
Figura 3. La empresa dispone de condiciones adecuadas para mejorar el desempeño de los trabajadores.....	29
Figura 4. La empresa está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores.....	30
Figura 5. Optimizar procesos y controles existentes ayudara la adaptación al cambio de los trabajadores.....	31
Figura 6. Optimizar procesos y controles existentes ayudara la adaptación al cambio de los trabajadores.....	32
Figura 7. Con la adaptación de los trabajadores a los programas de RSE, la empresaserá reconocida como agente positivo para la comunidad.....	33
Figura 8. La adaptación al cambio de los trabajadores afectara en el desempeño de sus funciones.....	34
Figura 9. La empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes.....	35
Figura 10. La empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes.....	36
Figura 11. Satisfacer las necesidades de los clientes refuerza la relación de estos con la empresa.....	37
Figura 12. La buena relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa	38
Figura 13. Una buena relación con los competidores es sinónimo de competencial en el mercado.....	40
Figura 14. La relación con los competidores brindara beneficios socio empresariales a la organización.....	41

Figura 15. Una buena relación con los competidores empleara una mejora ambiental en el entorno externo.....	42
Figura 16. La empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad.....	43
Figura 17. La empresa realiza estudios de mercado previa realización de inversiones	44
Figura 18. La empresa realiza un análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones.....	45
Figura 19. La empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar por opciones de inversión.....	46
Figura 20. La empresa genera mayor rentabilidad, arriesgando más en sus inversiones.....	47
Figura 21. La empresa cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo.....	48
Figura 22. La empresa prefiere financiar sus actividades con recursos propios...	49
Figura 23. La empresa analiza condiciones de crédito de diferentes fuentes de financiamiento, previo a la aceptación.....	50
Figura 24. La empresa evalúa su nivel de endeudamiento, evitando sobre endeudarse	51
Figura 25. La empresa se ha visto favorecida con el financiamiento de tercero...	53
Figura 26. La empresa opta por el financiamiento de terceros, porque garantiza mayor rentabilidad.....	54
Figura 27. La empresa proporciona productos y servicios analizando el mercado en el que se encuentra.....	55
Figura 28. La competitividad de la empresa se ve reflejada al analizar a sus competidores y sus productos en el mercado.....	56
Figura 29. La rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores.....	57

Figura 30. La empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad.....	58
Figura 31. Entorno Interno (Agrupada).....	59
Figura 32. Entorno Externo (Agrupada).....	60
Figura 33. Responsabilidad social empresarial (Agrupada).....	61
Figura 34. Inversiones (Agrupada).....	62
Figura 35. Financiamiento (Agrupada).....	63
Figura 36. Operatividad empresarial (Agrupada).....	64
Figura 37. Operatividad empresarial (Agrupada).....	65
Figura 38. Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada) * INVERSIONES (Agrupada).....	66
Figura 39. Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada) * FINANCIAMIENTO (Agrupada).....	67
Figura 40. Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada) * COMPORTAMIENTO FINANCIERO (Agrupada).....	68

Resumen

El actual estudio de investigación “Responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero en empresas agropecuarias, distrito de Ate Vitarte”, el cual presenta como objetivo determinar el nivel de relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero, en la unidad de estudio. Se exhibe un enfoque cualitativo, tipo básico, nivel correlacional, diseño no experimental y corte transversal. La técnica que se empleó fue el cuestionario a través de las dimensiones e indicadores de la unidad de estudio, el cual es trasladado al Excel y Spss para su procesamiento y análisis. Después de la recolección de data y análisis de las pruebas de hipótesis específicas se logró como resultado que existe relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero con un p-valor = $0.001 < 0.05$ y un coeficiente de relación = 0,449; por otra parte, las otras hipótesis que tienen relación son: las inversiones y la responsabilidad social empresarial con un p-valor = $0,006 < 0.05$, financiamiento y la responsabilidad social empresarial con un p-valor = $0,016 < 0.05$, operatividad empresarial y la responsabilidad social empresarial con un p-valor = $0,039 < 0.05$.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, comportamiento financiero y operatividad empresarial.

Abstract

The current research study "Corporate social responsibility and financial behavior in agricultural companies, Ate Vitarte district", which aims to determine the level of relationship between corporate social responsibility and financial behavior, in the study unit. A qualitative approach, basic type, correlational level, non-experimental design and cross-section are exhibited. The technique used was the questionnaire through the dimensions and indicators of the study unit, which is transferred to Excel and Spss for processing and analysis. After data collection and analysis of specific hypothesis tests, it was achieved as a result that there is a relationship between corporate social responsibility and financial behavior with a p-value = 0.001 <0.05 and a ratio coefficient = 0.449; on the other hand, the other hypotheses that are related are: investments and corporate social responsibility with a p-value = 0.006 <0.05, financing and corporate social responsibility with a p-value = 0.016 <0.05, business operability and responsibility corporate social with a p-value = 0.039 <0.05

Keywords: corporate social responsibility, financial behavior and business operability.

I. Introducción

En los últimos tiempos, la responsabilidad social empresarial (RSE) ha afectado profundamente las finanzas de las organizaciones que intentan abordar los problemas que deben mantener un avance manejable después de algún tiempo. Esta es la razón por la que se han ejecutado proyectos para asegurar la tierra, la red y la parte presupuestaria. Es significativo.

Las organizaciones, para mejorar su desarrollo monetario, no solo busca brindar una gestión de calidad y elementos que cumplan con las directrices de primera clase, sino que se concentren más, cautivando a la sociedad. En el que se transmiten, se potencian las uniones. De sus clientes con jornaleros y supervisores.

Al tradicional enfoque empresarial de obtener el máximo beneficio satisfaciendo las necesidades del mercado y de los clientes, se le suma ahora la preocupación social que debe tener la gestión dentro de las organizaciones.

En Perú, el deber social corporativo es estimado por los indicadores de obligación social corporativa. ETHOS - Perú 2021, una organización que no persigue el beneficio económico, espera capacitar a más organizaciones para que adopten y actualicen un deber social corporativo.

Según la revisión liderada por los marcadores de la obligación social corporativa ETHOS - Perú 2021, en 2015, habría solo 65 organizaciones llamadas socialmente confiables, la gran mayoría de las cuales son organizaciones grandes, por ejemplo, Alicorp, Backus Johnston, Coca Cola y Scotiabank, hasta hoy, pocas organizaciones agrícolas han actualizado esta metodología.

En la región de Ate Vitarte, cinco empresas agrícolas han cumplido con su deber social corporativo; sin embargo, un gran porcentaje de las demás empresas no tienen conocimiento de tal deber. Las diferentes organizaciones que lo ejecutan tienen una administración vital fructífera, lo que las hace prácticas y genera beneficios a largo plazo. En la actualidad, las organizaciones con obligaciones sociales corporativas se perciben cada vez más en diversos segmentos.

A este respecto, se debe agregar la variable financiera, fundamental para

el desarrollo de las organizaciones. Las decisiones financieras deben tomarse teniendo en cuenta al entorno y al sistema financiero. Así, en el Perú se puede apreciar cómo determinadas reformas, enfocadas en la innovación, globalización e internacionalización de los mercados, han permitido avances en el sistema financiero.

El sistema financiero de una empresa debe ser considerado en la toma de decisiones de la organización, y los encargados de esta área lo deben considerar en sus resoluciones acerca de cómo administrar los recursos y los activos financieros.

La reducción de la liquidez y la productividad, a pesar de la pérdida de clientes, es notable sin obligación social corporativa. Por ello la presente investigación pretende estudiar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE en adelante) y el comportamiento financiero de la industria agropecuaria del distrito de Ate vitarte, 2019.

II. Marco Teórico

Existe investigación al respecto, entre las cuales podemos destacar a:

Ballena (2016), quien tuvo como objetivo caracterizar el efecto de la RSE en las circunstancias monetarias relacionadas con la organización. En cuanto a la parte metodológica de esta exploración es clara, la población estaba enmarcada por una organización similar, la estrategia utilizada en este estudio es el examen y el mantenimiento. La conclusión de la investigación sostiene que las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial, impacta significativamente en la buena situación financiera – económica lo que contribuye a su desarrollo sostenible, así también la empresa cementos Pacasmayo mantiene una buena situación financiera y económica lo que permite un desarrollo sostenible en favor de sí misma y sus grupos de interés.

En la misma línea de investigación, Molina y Clemente (2010) realizaron un proyecto cuyo objeto de estudio fue determinar cómo determinadas variables financieras operan en las empresas que forman parte del índice de sostenibilidad español FTSE4Good IBEX, como parte de la RSE, y observar qué las distingue de aquellas que están incluidas en otros índices de la IBEX. La principal conclusión muestra que la rentabilidad de las empresas socialmente responsables no disminuye, en comparación con las demás empresas; y que incluso, para el mismo nivel de riesgo sistemático, es superior.

A este mismo respecto, Quichca (2018) realizó una investigación. Para una familia imparcial, es importante examinar la altura de la conexión que existe entre la solicitud social de las organizaciones y la circunstancia relacionada con el dinero de las organizaciones concesionarias de sustento. Con respecto a la base del estudio, la ciudad fue abordada por 10 organizaciones y la periferia por 30 individuos. El sistema utilizado en esteresumen fue la revisión. La conclusión de la presente investigación indica que la teoría que está totalmente identificada con la delimitación relacionada con el dinero de las organizaciones concesionarias de la ingestión, por lo que se suma a la expansión de la productividad y al incremento de los ejercicios, debido a la falta de rendimiento del comandode los componentes y el fuerte aplazamiento de la condición. Un decente desarrollo factible en la

legitimidad.

El trabajo realizado por Lapa (2014) muestra que los errores continuos gestionan el resumen y los resultados que pueden resultar de la no utilización del deber social de la organización, otro que coordina un número cada vez mayor de diversos factores, según lo indiquen los cambios a nivel mundial, a pesar de la solicitud. El hecho de que se incluyan en nuevos campos parece estar dispuesto hacia una evaluación cada vez más amplia de la red y el elemento experto. En la medida en que se aplicó la descripción general, 25 organizaciones y 20 localidades de fresa y callao metropolitanos hablaron de la región, el signo es agente y grupo irregular para 150 personas; los sistemas conectados fueron la visita y las revisiones. Obviamente, se ha demostrado que la RSE es progresivamente significativa para la agresividad empresarial. La conclusión de la presente investigación demuestra que las organizaciones socialmente confiables son cada vez más atractivas para los clientes, los trabajadores y los especuladores.

La tesis doctoral realizada por Viñán (2017) tuvo como objetivo principal estudiar el impacto en la gestión de responsabilidad social de las cooperativas de ahorro y crédito ecuatorianas al poner en funcionamiento los indicadores ETHOS. En cuanto a la parte metodológica de esta exploración es clara. La población de estudio la constituyen tres cooperativas, mientras que el instrumento utilizado es una encuesta estructurada. La conclusión de la presente investigación detalla que la dualidad es de aplicación práctica en todos los ámbitos del saber y el tema tratado sobre la responsabilidad social empresarial no es la excepción.

Rodríguez (2017) cuya finalidad fue conocer la relación entre la RSE y el posicionamiento y competitividad de las MiPymes peruanas en el periodo 2005-2014. Para ello, se tuvo en cuenta una muestra de MiPymes formales. Para realizar el estudio se consideró como insumo principal los documentos, base de datos y textos informativos de diferentes instituciones como la SUNAT, Produce, ministerio de Trabajo, así como datos recogidos a través de encuestas a micro y pequeñas empresas. Una vez realizado el estudio, se pudo observar que existe una relación entre el posicionamiento de las micro, pequeña y mediana empresa y la responsabilidad social empresarial.

Sainz (2017) una investigación sobre comportamiento financiero, análisis

empírico del crecimiento y crisis de morosidad. Considerando el impacto del crecimiento en el desarrollo de la industria de las microfinanzas, el objetivo propuesto por el autor fue analizar su crecimiento y crisis. Para llevar a cabo el análisis se trabajó con los informes de las Pymes del sector, a partir de una muestra del IMF en países en desarrollo. La principal conclusión muestra que es posible realizar un análisis empírico del crecimiento y la crisis de dicho sector, lo cual permite tener una mirada global respecto de anteriores estudios en países determinados.

Hernández y Saltos (2015) realizó una investigación similar a la de Sainz (2017). Para este caso, se estudió el comportamiento financiero y su impacto en la toma de decisiones en el proceso de captación de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito educadores de Chimborazo LTDA, periodo 2013. Su objetivo fue realizar un manual de políticas y procedimientos, considerando los entornos legal, organizacional y administrativo de estas cooperativas. Ello permitió realizar un diagnóstico de la situación actual de las captaciones en estas entidades. La principal conclusión muestra que es imperioso considerar los factores administrativos, legales y organizacionales al momento de elaborar una estrategia que permite mejorar el desempeño de las organizaciones en cuanto a las captaciones.

El trabajo realizado por la Asociación Española de Economía Aplicada (2014), titulado *El efecto de la capacidad de asociación astral en la señal de hipótesis de las pymes. Esto ha sido utilizado en la revista Estudios de Economía Aplicada, en la aprobación de los estudios de negocios de la Universidad Politécnica de Cartagena*. El objetivo refiere a la posición de la tierra de la PYME, al igual que su fase con los especialistas monetarios de su espacio afecta su estructura presupuestaria. El examinador está conectado, la ciudad estaba formada por 399 PYME durante la etapa 2012-2007 situada en la zona de Murcia y tomadadel documento de información SABI (Sistema Ibérico de Balance Anual). Esta casilla de información contiene una rareza comparativa. La conclusión del presente trabajo detalla que ha recibido más atención, y las herramientas de la crítica literaria están más perfiladas y se utilizan para ayudar a construir la metodología de las ciencias sociales, pero otras formas de creación artística

también están influidas por las ideas económicas, porque consideramos que el hecho de que estén más alejadas de la forma de expresión habitual de los académicos no quiere decir que sean menos importantes e influyentes.

El trabajo realizado por Duarte et al. (2016) enfatiza los elementos competitivos del comportamiento y bienestar financiero y su incidencia en el personal académico de una institución de educación superior. Se ha conectado en el mercado de la sátira y los negocios: investigación y análisis de la Universidad de Guadalajara. Lo que es razonable es proclamar el resumen entre el acuerdo bancario y el cumplimiento del presupuesto. Cuya alteración del examen es cuantitativa y no exploratoria; el asiento fue el término específico en el que el amor utilizó recursos que emiten títulos competentes de la Universidad Autónoma de Yucatán, el método utilizado en esta revisión por el estudio fue el de la escala de Likert. A partir del modelo de regresión lineal, la investigación llega a la conclusión de que el 40.5 % del bienestar financiero percibido por los empleados de la Universidad Autónoma de Yucatán es explicado por el comportamiento financiero. Así, se concluye también que existen otros factores (atributos objetivos desarrollados por Porter y Thomas, 1993) que inciden en el bienestar financiero.

El trabajo realizado por Figuerola (2016) titulada *Comportamiento financiero de las empresas en Chile*. En la capacidad de aspectos financieros y de negocios, Universidad de Chile. Con respecto al equilibrio para pensar econométricamente, utilizamos la parte financiera de las organizaciones chilenas que abarca los determinantes de la obligación y las conexiones entre las opciones presupuestarias y las opciones relativas al reconocimiento de una indicación de organizaciones. Se utilizó el informe de activos esenciales de 129 organizaciones abiertas y el segmento anota los registros nacionales. La conclusión de la presente investigación detalla que este trabajo ha intentado modelar el comportamiento financiero de las empresas en Chile, en 1980, sobre la base de la experiencia empírica de estudios anteriores a otros países, y limitaciones que el estado actual de la teoría financiera impone a la estimación econométrica.

A continuación, se detalla el marco histórico, el conceptual y los modelos teóricos para la presente investigación:

La obligación social corporativa es una unión del elemento del bazo en el ojo

público al igual que sus trabajadores. Responsabilidad social empresarial ofrece nuevas aperturas de negocios; Del mismo modo, mirar la calidad y productividad en la clase y agregar a la mejora social, financiera y natural. Para encontrar el origen de la responsabilidad social que hoy deben tener las organizaciones, hay que irse al mundo antiguo, donde la reflexión filosófica griega y el derecho romano ponen el acento en la igual condición de los ciudadanos, la responsabilidad cívica y el respeto por las leyes.

Queta (2016) afirma que a partir de las décadas de 1960 y 1970, la academia empieza a reflexionar y debatir sobre la finalidad de las organizaciones y el rol que cumplen los valores y la ética en sus objetivos. Ello es el producto de la obra Howard R. Bowen desarrollada años atrás (1953), cuando acuña el concepto de Responsabilidad Social Empresarial al reflexionar sobre la interdependencia y complementariedad entre la empresa y la sociedad; es decir, que la empresa no solo persiga beneficios económicos, sino que ofrezca beneficios sociales.

Además de promover la reputación e imagen de una organización, la RSE ayuda a las empresas a ser más atractivas en términos de inversión, puesto que las demandas del mercado exigen ahora más empresas socialmente responsables.

La apropiación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la alteración del negocio se convierte en la recepción de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la racionalización de reservas. Este tema ha adquirido una notoriedad reconocida en el curso de los últimos años, ya que existe una necesidad apremiante de buscar técnicas y prácticas con un intercambio de negocios más prominente para el jubilado, las reuniones de consideración distintiva, incluida la comisión que las hace crecer. El ejercicio de la rama demuestra que la RSE es una de las maravillas sociales y jerárquicas más trascendentales de nuestra nación y, en su estructura incipiente, en nuestro territorio. (Pérez et al., 2016, p. 170)

El negocio de la responsabilidad social se extiende y con eso, la perseverancia y la naturaleza multifacética de los sistemas son cada vez más

sorprendentes. Esto ha llevado a la obligación social corporativa, aunque algunas asociaciones le han dado algunas implicaciones, sin embargo, las Naciones Unidas sostienen que esto debe ser opcional.

La obligación social corporativa presenta el inconveniente de la acción de la bestia para los operadores con los que se conecta: representantes, proveedores, clientes, compradores, trabajadores, contendientes, gobiernos y redes. Es una idea relacionada con la visita que las opciones y las consecuencias de los ejercicios de las organizaciones logran un campo de operadores sociales más amplio que el de los cómplices o los inversionistas. El cambio de la RSE demuestra que un término asombroso puede permitir a las organizaciones construir su exposición y su fortaleza mental, y es más probable que paguen a sus inversores. Dado que se comprende que un ambiente de negocios capaz puede evaluar las cargas y los choques e incrementar la notoriedad de la organización. El deber social de la empresa depende de diferentes columnas, por ejemplo, capacidad de administración, información e instrumentos, por ejemplo, informes de evaluación de privilegios para cuantificar la decepción de los procedimientos relacionados con cada acuerdo interno de sus programas de obligación social corporativa. (Barbachan, 2017, p. 56)

La responsabilidad social es la afirmación de unos objetivos empresariales que se sitúen más allá de lo crematístico o lucrativo; es el balance entre la persecución de objetivos económicos y prioridades sociales. Así, las empresas deberían atender los diferentes problemas sociales que surgen en la industria a la que pertenecen. La Organización Internacional de Estandarización (ISO) menciona que la eficacia puede medirse por el nivel de involucramiento de las empresas con las problemáticas del sector en que operan, siendo ello cada vez más importante al momento de evaluar los rendimientos.

La RSE es un tipo de administración autorizada del consejo, que percibe progresivamente su trabajo clave para el logro a largo plazo de la organización. Según lo indicado por ISO, 2010 es un ímpetu principal para el avance

empresarial, en busca de desarrollo financiero sin corromper los activos actuales en un entorno desconcertante. Más que un área que se incluye en las organizaciones, la RSE se encuentra distribuida en los objetivos de todas las áreas. Es el principio a partir del cual opera la organización. Así, los modelos de gestión están enfocados éticamente en los grupos de gestión, que son quienes se ven afectados por las operaciones empresariales (Bermúdez & Mejía, 2018).

Es la relación existente entre los colaboradores y gerentes de la organización donde laboran, para la identificación de las causas y consecuencias de cada uno de ellos en su quehacer dentro de un marco de gestión estratégica. En otras palabras, es la confianza depositada en la empresa por clientes, proveedores, socios comerciales, accionistas y la opinión pública en general, de acuerdo con la reputación y reputación de honestidad y responsabilidad de los empleados.

Las empresas no son ni directa ni nada más responsables de gestionar los problemas sociales; no obstante, si lo son, en eclosión, de descifrar los problemas que con su importación le ocasionan a la asociación. Es agudo que el cabecilla rol que adeudo jugar el justillo privado como miembro del instituto es el de suscitar utilidades; igualmente que la contraprestación económica y redistributiva que deben hacer efecto las empresas es la de sufragar los impuestos que les corresponde, para que la dirección, con criterio de honestidad, los invierta en la provocación de abundancia social, garantizando la aguachirle de la calidad y el nivel de fortaleza de los ciudadanos. (Roccheti et al., 2014, p. 82)

La obligación social de la empresa se caracteriza como la integración de sus diversas operaciones llevadas a cabo en el montaje transformándolas en procesos responsables. Las preocupaciones sociales y ambientales generan que la entidad tenga más lista de interlocutores y genere diversión para las diferentes preocupaciones que tienen.

Actualmente, se han puesto en marcha iniciativas globales para promover la integración del concierto social corporativo con el balance de componer un desarrollo sostenible, así como para suavizar y revitalizar las acciones responsables de informar a las comunidades. Gran parte de esta CSR se refleja

radicalmente en el embalaje de plásticos que ahora soy biodegradable. Como saben, la nueva generación de Millennials que, según las fuentes del INEI representan el 62.2% de la escuela, apoya las colaboraciones de la compañía con el campo del placer y se siente más atraída por el gerente de la agencia de tipos.

La responsabilidad social también tiene un sentido interno y debe ser el punto de partida para las demás políticas de la organización. De esta manera, la responsabilidad social deberá asegurar los derechos de los trabajadores y las directrices de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), al tiempo que fortalece los lazos con los trabajadores y promueve un equilibrio entre sus funciones laborales y el tiempo en familia.

Reyno (2006) añade que el aspecto interno de la RSE debe considerar dentro de sus políticas a todos los miembros de la organización, desde los directivos, inversionistas y dueños hasta los administrativos y empleados de menor rango; así como el ambiente en que opera la organización y en el que se toman las decisiones de la empresa.

La RSE debe concebirse como elemento transversal de la estrategia organizacional, para aplicarla a los objetivos de la gestión de recursos humanos y a todos sus procesos. Con ello, la RSE se plasmará en los objetivos y en la filosofía de la empresa, para luego materializarse en programas y acciones que tengan como objetivo satisfacer las necesidades sociales de naturaleza interna y aportarles valor a los grupos de interés de la organización. Ello no sería posible si no se modifica la cultura corporativa.

Guzmán (2012) sostiene que la RSE interna promueve la productividad de los trabajadores al actuar como un aliciente que mejora el compromiso laboral.

Así, es la gerencia la que debe llevar a cabo estos objetivos, considerando siempre el compromiso social al que apuntan, para coadyuvar a la mejora continua del entorno social y tener satisfacciones a largo plazo.

Vista la responsabilidad social de esta manera, constituye un compromiso con su entorno, pues inevitablemente forman parte, actúan e impactan en él. Ello resultará en mejoras a nivel interno y colectivo, y redundará en una actuación por convicción propia y no por presiones externas o de tipo social.

Sin embargo, la puesta en práctica de este tipo de responsabilidad social

necesita considerar variables como el entorno externo complejo y las diferentes exigencias que tienen los grupos de interés afectados. A este respecto, es importante señalar cómo la tecnología, con todo su potencial benéfico, puede constituirse en un importante factor de deterioro ecológico, lo cual debe ser tomado en cuenta por los gerentes de las organizaciones.

Reyno (2006) afirma que las actividades u operaciones de una organización deben llevarse a cabo considerando a los diferentes actores que, de una u otra forma, se relacionan en ella: clientes, proveedores, socios comerciales, competidores, autoridades políticas, individuos. Así, en cuestiones medioambientales, todos deben trabajar en pro de su preservación. Por lo tanto, la RSE con enfoque en los actores externos también es importante para cumplir con los objetivos de satisfacer a los clientes y ser una organización con rostro social.

La responsabilidad social en las empresas constituye, entonces, un nuevo modelo de negocio. Es el esfuerzo de las organizaciones por aportar valor a la sociedad, teniendo en cuenta los diferentes grupos de interés que son afectados por la actividad empresarial. De esta manera, la RSE es hoy un factor decisivo para los inversionistas, pues aporta un valor ético que es percibido positivamente por la comunidad. Pero la RSE es un activo importante de toda empresa que la asuma *motu proprio*, y no por imposición del gobierno de turno.

En la actualidad la toma de decisiones de las empresas viene acompañada por algún incentivo u evento que motive el cambio de perspectiva de las organizaciones; esto podemos resumirlo solo dando a entender el nombre de comportamiento financiero; engloba una serie de actitudes financieras de las empresas; matices observados en las decisiones financieras, con esto quiero especificarme en los 3 flujos de efectivo de la empresa; la inversión, el financiamiento y la operatividad empresarial.

Sin envidia, en las empresas y en cualquier entusiasmo social, es necesario ejercer ciertos hábitos que permitan obtener resultados más interesantes, comenzando por la estructuración misma, tanto para los empleados como para los clientes y proveedores.

Para mejorar la salud financiera, es importante repensar las costumbres que ajustan el presupuesto singular y comenzar el proceso para dejarlas de

lado. Idealmente, cuando se propone ingresar en un régimen presupuestario equilibrado, es convertir los hábitos negativos en acciones positivas que conduzcan a la estabilidad económica. (Martínez, 2013, p. 1)

En otra área de la monstruosidad, la goma financiera y las actividades comerciales también información sobre buenos hábitos de negocios. Ambos deben insistir en los reproches de los profesionales o especialistas en cada espacio. Además, es muy apropiado probar y asimilar periódicamente los resultados obtenidos en relación con el programa. El auge de una empresa no puede ser improvisado. Muy por el oponente, es el resultado de un proyecto correcto y el linchamiento de todas las actividades destinadas a durar los objetivos propuestos.

Para la economía, una inversión es toda utilización de recursos -costes asociados- para conseguir un beneficio. Estos recursos pueden ser el trabajo, el capital o el tiempo; por tanto, cuando se utiliza alguno de estos recursos en pro de un beneficio, se está realizando una inversión.

Para exponer el hábito de la impresión, es bueno revisar de vez en cuando su conocimiento de un área específica de su negocio y evaluar en qué nivel se encuentran. Es principal estudiar el hecho de que, si un químico ejerce una profesión independiente, es razonable que complete su conocimiento a través de una oficina conocida o una recitación en otros campos, con la emoción de aumentar sus ganancias conjuntas.

“El aprendizaje financiero es una forma de provocar a la población en el sentido de un mejor gesto en el crédito, pero que el aumento del concepto financiero en sí mismo Romanza no siempre conduce a cambios en la atmósfera” (Lyon et al., 2006, p.20).

Las razones para que las organizaciones definan, implementen y guíen políticas de desarrollo sostenible están relacionadas con las expectativas de uso de las regulaciones ambientales.

El problema surge cuando se toman en cuenta los escenarios, pues se debe elegir aquel que se imponga por sobre todos; y cuando se tiene que permanecer a pesar de los cambios que surgen. Existen determinados factores que condicionan el accionar de las organizaciones. Así, para asignar presupuestos

para determinados objetivos, se podrían considerar tres tipos de presupuestos: uno frío o negativo, otro caliente o positivo, y el equilibrado.

Es importante también considerar variables como los factores externos de la economía que pueden variar y que obligan a las organizaciones a tomar medidas drásticas. Una eventual hiperinflación, o los cambios que origina la globalización, la tecnología o la competitividad cada vez más demandante.

Durante la década que va desde 1976 hasta nuestros días, superó la symbol de valorización de activos financieros y reales (empresas y proyectos) en un espacio donde reinan las aflicciones y la violencia. Por lo tanto, las teorías de Black y Scholes han dado una ventaja a la ingeniería financiera que ha estado ocupada planeando, transformando y posicionando modelos y personajes financieros como valores, valores y nuevos tipos de modelos financieros. Contratos, o incluso progreso en las pruebas. Conceptos financieros derivados, como opciones, contratos a plazo, futuros, contratos swap, que buscan minimizarla expansión. El trabajo de Litzenberg, Ramaswany y Sosin (1980) sobre el tema de la PAC en un contexto internacional también se destaca en un período excepcional. (Flórez, 2012, p.58)

Una vez que ello sucede, se puede estar ante dos situaciones: o bien la empresa cuenta con liquidez o bien necesita capital. En ambos casos se debe proceder con tiento en los negocios, para así asegurar, en el caso del capital, la conveniencia de un crédito o la necesidad de inversionistas, y en el caso de la liquidez, su adecuada administración y destino.

Dentro de las organizaciones, la motivación es fundamental, pues implica tener un estado de ánimo propicio para la acción. Así, los trabajadores pueden identificar objetivos y, a través de incentivos, cumplir con las necesidades de la organización.

Como la cara visible de la empresa son sus trabajadores, es importante que se encuentren motivados. Por ello, la motivación debe estar presente en los diferentes niveles de la empresa, particularmente en aquellos en los que se toman decisiones, como el área operativa (García & Patjane, 2005).

A continuación, se detalla el problema general de investigación propuesto, a

fin de determinar la relación entre la RSE y el comportamiento financiero.

¿Cuál es el nivel de relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero de las empresas agropecuarias, del distrito de Ate Vitarte, 2019?

Asimismo, se tienen los siguientes problemas:

¿Cuál es el nivel de relación entre las inversiones y la responsabilidad social empresarial de las empresas agropecuarias, del distrito de Ate vitarte, 2019?

¿Cuál es el nivel de relación entre el financiamiento y la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, del distrito de Ate vitarte, 2019?

¿Cuál es el nivel de relación entre la operatividad empresarial y la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, del distrito de Ate vitarte, 2019?

El presente proyecto se justifica en la práctica, porque de acuerdo con los objetivos de estudios, permitirá a las empresas agropecuarias como también a otras empresas aplicar

de manera correcta la responsabilidad social empresarial, siendo así poder tener un mayor reconocimiento por parte de los clientes y empresas competidoras del sector.

Para responder a las interrogantes mencionadas líneas arriba, se expondrá un boceto con las principales definiciones y conceptos relacionados con la materia; así, se podrá tener un marco a partir del cual analizar la relación entre la RSE y el comportamiento financiero en empresas de la agroindustria en Ate Vitarte, 2019.

Los datos recogidos a través de las técnicas de la encuesta y las teorías y definiciones esbozadas en la presente investigación aportan para lograr el objetivo final de determinar cuál es la relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero de las agropecuarias de Vitarte en el periodo 2019.

Las hipótesis de investigación son las siguientes:

La responsabilidad social empresarial se relaciona con comportamiento financiero en empresas agropecuarias, del distrito de Ate Vitarte 2019

Hipótesis específicas:

Las inversiones se vinculan con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, del distrito de Ate Vitarte 2019

El financiamiento se vincula con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias del distrito Ate Vitarte 2019

La operatividad empresarial se vincula con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias del distrito de Ate Vitarte 2019.

La presente investigación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero tuvo como objetivo general de estudio:

La responsabilidad social empresarial se relaciona con el comportamiento financiero en las empresas agropecuarias del distrito de Ate Vitarte 2019.

Así mismo, este estudio de acuerdo con su objetivo general establece los siguientes fines específicos:

Las inversiones se relacionan con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, del distrito de Ate vitarte 2019.

El financiamiento se relaciona con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, del distrito de Ate Vitarte, 2019.

La operatividad empresarial se relaciona con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, del distrito de Ate Vitarte, 2019.

III. Método

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Enfoque

La exploración realizada es una metodología cualitativa, ya que los resultados obtenidos después del uso de los sondeos para la prueba de investigación se estiman numéricamente utilizando la programación mensurable de SPSS v.24, con el objetivo de evaluar cada factor. Además, obtiene un nivel adecuado de reacción. Que deciden la conexión actual o no existente entre la obligación social corporativa y la conducta presupuestaria en empresas agrarias en el distrito de Ate Vitarte, 2019.

El estudio mantiene una estructura cuantitativa y que su grana da una nota

compuestas o hablada del encuestado, en todo caso, todo el procedimiento requiere un dispositivo fundamental llamado participación (Merino et al., 2015).

3.1.2 Tipo

El presente trabajo es de tipo básico, pues su fin es aportar al conocimiento teórico sobre la materia e iniciar nuevas líneas de investigación que sirvan para futuros estudios tanto a nivel nacional como internacional.

Dependiendo de la naturaleza desprejuiciada del examen, podemos decidir el tema del examen con el que se compara. Esta cinta debe hacerse antes de aprobar la tarea de examen, a fin de reconocer poco de lo que uno supone excavar y lo que cada nuevo deseo de exhibir. (Carrasco, 2017, p.43)

3.1.3 Nivel

La investigación tiene un nivel descriptivo. Como afirman Hernández et al. (2014), en este tipo de investigaciones se describe el fenómeno estudiado a partir de sus características y rasgos más importante. Así, la realidad y los hechos se estudian con una perspectiva científica, donde las variables constituyen el punto de partida de este análisis descriptivo.

En cuanto a la investigación de tipo correlacional, esta tiene por objeto el estudiar la relación de dos o más variables para refutar o confirmar una hipótesis inicial.

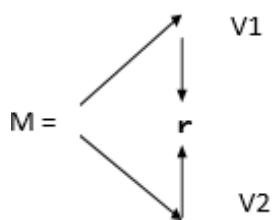
De modo tal que, para el presente estudio, el nivel y tipo de investigación será el descriptivo-correlacional.

3.1.4 Diseño

La investigación tiene un diseño no experimental, puesto que, como señala la literatura, no se manipularán las variables de estudio (responsabilidad social empresarial y comportamiento financiero) y el investigador no interferirá ni intervendrá para llevar a cabo los objetivos. Es, en síntesis, un estudio descriptivo.

No se modifican los hechos ni la realidad, sino que la investigación se limita a observar, investigar y describir las anomalías del fenómeno de estudio (Pino, 2008).

La descripción gráfica a continuación:



Dónde:

M → Representa 5 empresas agropecuarias (10 trabajadores) pertenecientes al distrito de Ate Vitarte.

V1 → Representa a la variable Responsabilidad Social empresarial V2 → Representa a la variable Comportamiento Financiero.

R → Representa la relación de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero del distrito de Ate Vitarte.

3.1.5 Corte

El análisis de la relación existente entre las variables se realizará en un momento determinado (Ate Vitarte, 2019), razón por la cual la presente investigación es de corte transversal; pues su pretensión no es abarcar todo el universo temporal en donde puede operar el fenómeno, sino tan solo un determinado periodo de él.

Para Alvares y Delgado (2015), este tipo de investigación permite la observación del fenómeno en un momento específico. Muy usual son las investigaciones relacionadas con la salud, pues se suelen estudiar la prevalencia de determinadas enfermedades en una población durante un tiempo concreto.

3.2 Operacionalización de variables

La operacionalización de las variables es el proceso por el que atraviesa cada una de las variables (para este caso, RSE y Comportamiento Financiero) al momento de ser medidas y analizadas.

También se puede definir como aquellos procesos lógicos (definiciones operativas) que se realiza a las variables para llevar a cabo la investigación. Además, la operacionalización incluye indicadores que aportan información necesaria y pertinente (Reguant & Martínez, 2014). Por último, el proceso llevado a cabo a partir de los indicadores es relevante, puesto que permite la lógica

deductiva. En las ciencias sociales dicho proceso es imprescindible.

Variable 1: Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial (RSE) es una de las variables cuyo análisis se realizó a partir de dos dimensiones con ocho indicadores. Estos indicadores han sido medidos a partir de 15 ítems reunidos bajo la escala de Likert. Esta escala tiene valores que van desde: nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre.

Variable 2: Comportamiento financiero

La otra variable, comportamiento financiero, es cualitativa y tiene tres dimensiones y cinco indicadores. Del mismo modo, la escala de medición es Likert, y los valores son: nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre, siempre.

3.2.1 Cuadro de Operacionalización

Tabla 1

Cuadro de Operacionalización

HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
Responsabilidad Social Empresarial y el Comportamiento Financiero en las empresas agropecuarias, del distrito de Ate Vitarte 2019	Responsabilidad social empresarial	Es un compromiso que involucra a toda la empresa y cuyo objetivo es promover el respeto por las leyes, la igualdad, la justicia y el bien común (Cajiga,2012).	Entorno interno	Gestión de recursos humanos	Reconocimiento al trabajador	6	Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) Algunas veces (4) Casi siempre (5) Siempre
					Compromiso al trabajador	2-3	
					Salud ocupacional	4	
					Seguridad industrial		
					Adaptación al cambio		
					Relación con los proveedores	6-7-8	
						9-10	
	Comportamiento financiero	<i>“Las finanzas conductuales son el estudio de cómo la psicología afecta las decisiones financieras y los procesos de los mercados financieros.”</i>	Entorno externo		Relación con los clientes	11-12-13	
					Relación con los competidores	14-15	
					Inversiones a corto plazo	16-17	
					Inversiones a largo plazo	18-19	
					Inversiones rentables	20-21	
					Fondos propios	22-23-24	
					Fondos de terceros	25-26	
Operatividad empresarial	27-28-29-30						

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

El universo de análisis para la presente investigación la constituyen las empresas agropecuarias de Ate Vitarte, tal y como figuran en el registro de la Municipalidad. En total son 10 empresas, de manera que se estudiarán cada una de ellas. En estas compañías trabajan 107 personas, las mismas que serán tomadas en cuenta en el presente estudio.

3.3.2 Muestra

La muestra la conforman cinco empresas del sector junto con sus 50 trabajadores. Para ello, fue necesario aplicar el muestreo no probabilístico. La muestra es, entonces, una representación, y los resultados que se deriven de ella servirán para representar al conjunto de la población (Pino, 2018).

3.3.3 Muestreo

Como se señaló, el muestreo será no probabilístico. Así, para Otzen y Manterola (2017), el muestreo probabilístico depende del azar en la elección, mientras que el segundo tipo depende del criterio del investigador y de la naturaleza de la investigación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

3.4.1 Técnicas de recolección de datos

Para llevar a cabo la investigación y cumplir con el objetivo propuesto, se escogió la técnica de la encuesta, a partir de la cual se recabará información útil y relevante sobre el comportamiento financiero de las empresas agropecuarias de Ate Vitarte en el periodo 2019.

La encuesta es una técnica propicia para recoger o reunir información, pues su contenido y sus interrogantes están enfocados en aquello que se pretende medir y analizar (Casas, 2014). Así, la encuesta reúne información acerca de la población estudiada, para contrastar, analizar, medir y describir cada una de sus características y rasgos más significativos y funcionales para la investigación. En síntesis, se formulan preguntas sobre el tema principal de la investigación.

3.4.1.1 Técnica de la encuesta. Para el presente estudio, se escogió la encuesta como técnica de recolección de datos, a fin de obtener información relevante sobre la relación que media entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero, ambas variables aterrizadas en la población de las empresas agropecuarias de Ate Vitarte en el 2019.

El instrumento se utiliza para concentrarse y trabajar lo que se mira. Es esencial conformarse con una declaración de guía confiable y sustancial, será una estructura de relajación defectuosa, una negociación a escala de Likert con 5 niveles de reacción, los nuevos factores se adquirirán y de este modo se dejarán a cargo del área de descanso. Investigando.

López y Fachelli (2015) afirman que la encuesta sirve para reunir información. Su procedimiento es formal y se formulan preguntas para ir respondiendo los ítems más importantes y, a la vez, útiles para el afán investigativo. Asimismo, los autores afirman que la identidad de las personas encuestadas es una marca registrada.

3.4.2 Validez

Estas herramientas elegidas y utilizadas para recabar información no tendrían validez sin la aprobación de los expertos. El juicio de expertos, entonces, aporta credibilidad a la escogencia de las técnicas.

3.4.2.1 Validez de contenido. Dicha validez pretende determinar si los indicadores y las ítems o preguntas se relacionan de manera adecuada y pertinente. Los ítems representan aquello que se va a medir o analizar a través de preguntas (Vara, 2015).

3.4.2.2 Validación del constructo. Este tipo de validez considera que no solo los instrumentos sean pertinentes, sino que el tema y la esencia de lo que se quiere estudiar sea conocido por el investigador. En otras palabras, que quien realiza la investigación tenga conocimiento de causa acerca del tema y los criterios para estudiarlo (Carrasco, 2017).

3.4.2.3 Validez de expertos. Tiene el objetivo de determinar qué tan atinado o prudente es el instrumento elegido para cumplir con los objetivos de la investigación, al tiempo que evalúan el contenido que deben tener las preguntas (Carrión et al., 2015).

3.4.3 Juicio de expertos

Para determinar la viabilidad y fiabilidad de una investigación, siempre es útil contar con el método del juicio de expertos. Para esta investigación, el juicio de expertos aportará credibilidad a los instrumentos cuando se reúnan y procesen los datos. En consecuencia, se han elegido tres profesionales con el grado de maestro en la especialidad.

Tabla 2

Juicio de expertos

Expertos	Grado	Especialista
Mg. Collahua Enciso Jorge	Magister	Temático
Mg. Ponce Cáceda Juan Manuel Mg.	Magister	Temático
Gonzales Matos Marcelo Dante	Magister	Temático

Como se muestra, los expertos son todos magister y su ámbito temático o especialidad es el tema escogido para esta investigación (ver Tabla 2).

El coeficiente elegido para validar el contenido fue el V de Aiken, que cuantifica la pertinencia de cada uno de los ítems o preguntas en relación al contenido analizado, considerando siempre la valoración de los jueces. Es un método de medición estadístico que combina la facilidad del cálculo y la determinación de los resultados (García, 2018).

En la Tabla 3 se puede apreciar el nivel de confianza (90 %) alcanzado a partir del grado de acuerdo entre los jueces.

Tabla 3*Validez de contenido a través de la V de Aiken*

N° Items		\bar{X}	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
Item 2	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
Item 3	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
Item 4	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
Item 5	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
Item 6	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
Item 7	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
Item 8	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89

	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
Item 9	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
Item 10	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
Item 11	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
Item 12	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
Item 13	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 14	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
Item 15	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
Item 16	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
Item 17	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 18	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 19	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
Item 20	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
Item 21	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 22	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78

Item 23	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
Item 24	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.666666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
Item 25	Relevancia	3.666666667	0.58	0.89
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
Item 26	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
Item 27	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
Item 28	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.333333333	0.58	0.78
Item 29	Relevancia	3.333333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333333	0.58	0.78
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89
Item 30	Relevancia	4	0.00	1.00
	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.666666667	0.58	0.89

3.4.4 Confiabilidad

La confiabilidad es el criterio que va a permitir tener resultados exactos y ciertos respecto de los objetivos que se persiguen con la aplicación de los instrumentos (Hernández et al., 2014).

Para aplicar el instrumento de confiabilidad se utilizó el padrón de estadística de Alpha de Cronbach, a partir del cual se puede realizar y comprobar el análisis de los datos de la siguiente manera:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{S_r^2} \right]$$

Dónde:

K: El número de ítems

Si2: Sumatoria de Varianzas de los Ítems

St2: Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Así, con la observación de consistencia interna de Alpha de Cronbach, se puede apreciar cómo ello se aplica en función de las variables de la investigación. Se tiene un resultado superior al 0.8 de fiabilidad en cada categoría. A juicio de Hernández y Mendoza (2018), esta medición facilita que se repitan los resultados cuando de apliquen estos instrumentos o técnicas reiteradas veces sobre determinada población.

Se estudio, con ello, el nivel o grado de exactitud y coherencia de los resultados obtenidos, de modo tal que, si se vuelve a aplicar, se tendrá similar correlación. Una vez obtenidos estos valores, se podrá utilizar el sistema SPSS.

Tabla 4

Rangos de Fiabilidad

Criterio	Rango
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0,01 a 0,49
Moderada confiabilidad	0,50 a 0,75
Fuerte confiabilidad	0,76 a 0,89
Alta confiabilidad	0,90 a 1

Nota. Adaptado de "Metodología de la investigación", por Hernández et al., 2018.

Interpretación:

Los rangos y criterios de fiabilidad son cinco: no es confiable, baja, moderada, fuerte y alta confiabilidad. Los valores oscilan y se pueden apreciar en la Tabla 4.

Así, una vez realizado este procedimiento, se tiene que:

Tabla 5*Estadísticas de fiabilidad*

	Cuestionarios	Alfa de Cronbach	N de elementos
	General	,876	30
Variable 1:	Responsabilidad social empresarial	,812	15
Variable 2:	Comportamiento financiero	,807	15

Interpretación:

En la enumeración 5 se observa el multiplicador ubicado referente a las 30 interpelaciones de las siguientes variables Responsabilidad social empresarial y Comportamiento financiero 0,876 altamente confiable de acuerdo con la lista 4.

3.5 Procedimiento

Para cumplir con los objetivos de la investigación, se creyó pertinente incluir un cuestionario aplicado a 10 trabajadores de las cinco empresas agropecuarias escogidas del distrito de Ate Vitarte

3.6 Métodos de análisis de datos

Los datos fueron analizados a la luz de la estadística inferencial y descriptiva: la primera se realiza mediante la prueba de Kolmogórov-Smirnov, y la segunda permite el procesamiento de los datos de las frecuencias descriptivas.

3.7 Aspectos éticos

Como primer punto de partida para determinar lo ético en una investigación, se deben considerar los principios éticos en la realización de la investigación. Estos principios refieren al compromiso con la verdad del investigador, el avance del conocimiento, la mejora de la condición humana y el progreso social, es decir, que los frutos de la investigación, además de alcanzar un fin académico genuino, tenga un impacto positivo en la sociedad (Hernández et al., 2014).

Para Salazar et al. (2018), el aspecto ético dentro de una investigación también debe considerar que el afán por explorar o investigar determinada área del conocimiento no menoscabe los derechos de autor y la propiedad intelectual.

Existe, con la irrupción de la tecnología, información al alcance de cualquier investigador; sin embargo, estos estudios deben ser correctamente citados y referenciados.

Así, si bien el objetivo de esta investigación es determinar el grado de dos variables (responsabilidad social empresarial y comportamiento financiero), ello se realizará respetando los principios del respeto por las personas, la justicia y el bien común, de manera tal que tanto los métodos como los resultados finales se ajustarán a la verdad objetiva y la transparencia de la información.

IV. Resultados

4.1 Resultados descriptivos

4.1.1 Tablas de frecuencia ítem por ítem

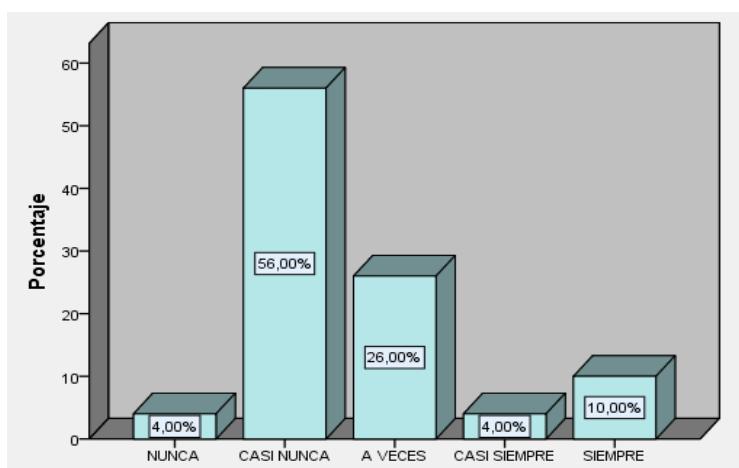
Tabla 6

La empresa reconoce el esfuerzo de sus trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	28	56,0	56,0	60,0
	A veces	13	26,0	26,0	86,0
	Casi siempre	2	4,0	4,0	90,0
	Siempre	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 1

La empresa reconoce el esfuerzo de sus trabajadores



Interpretación:

Los resultados muestran que para cuatro (8%) trabajadores la empresa nunca reconoce el esfuerzo de sus trabajadores; 28 (56%) trabajadores respondieron que la empresa casi nunca reconoce el esfuerzo de sus trabajadores; dos (4%) trabajadores respondieron que la empresa casi siempre

reconoce el esfuerzo de sus trabajadores; y, por último, 5 (10%) trabajadores respondieron que la empresa siempre reconoce el esfuerzo de sus trabajadores.

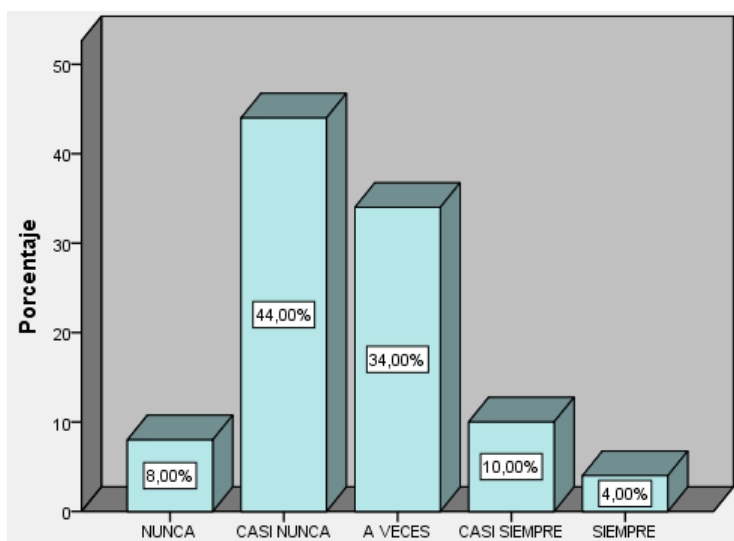
Tabla 7

La empresa incentiva el compromiso de sus trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	8,0	8,0	8,0
	Casi nunca	22	44,0	44,0	52,0
	A veces	17	34,0	34,0	86,0
	Casi siempre	5	10,0	10,0	96,0
	Siempre	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 2

La empresa incentiva el compromiso de sus trabajadores



Interpretación:

Los resultados muestran que para cuatro (8%) trabajadores la empresa nunca incentiva el esfuerzo de sus trabajadores, 22(44%) trabajadores respondieron que la empresa casi nunca incentiva el compromiso de sus trabajadores, 17(34%) trabajadores respondieron que a veces la empresa incentiva

el compromiso con sus trabajadores, 2(4%) trabajadores respondieron que la empresa casi siempre reconoce el esfuerzo de sus trabajadores y por último 5(10%) trabajadores respondieron que la empresa siempre incentiva el compromiso con sus trabajadores.

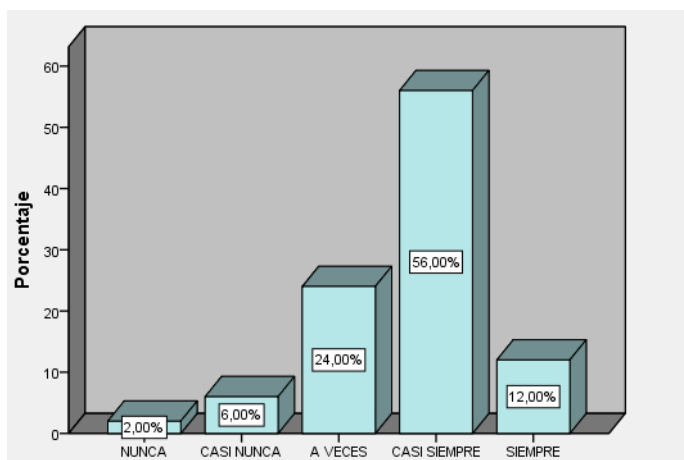
Tabla 8

La empresa dispone de condiciones adecuadas para mejorar el desempeño de los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	3	6,0	6,0	8,0
	A veces	12	24,0	24,0	32,0
	Casi siempre	28	56,0	56,0	88,0
	Siempre	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 3

La empresa dispone de condiciones adecuadas para mejorar el desempeño de los trabajadores



Interpretación

Los resultados muestran que para cuatro (8%) trabajadores la empresa nunca incentiva el esfuerzo de sus trabajadores, 22 (44%) trabajadores respondieron que la empresa casi nunca incentiva el compromiso de sus trabajadores, 17 (34%) trabajadores respondieron que a veces la empresa incentiva el compromiso con sus trabajadores, 2 (4%) trabajadores respondieron que la empresa casi siempre y por último 5 (10%) trabajadores respondieron que la empresa siempre incentiva el compromiso con sus trabajadores.

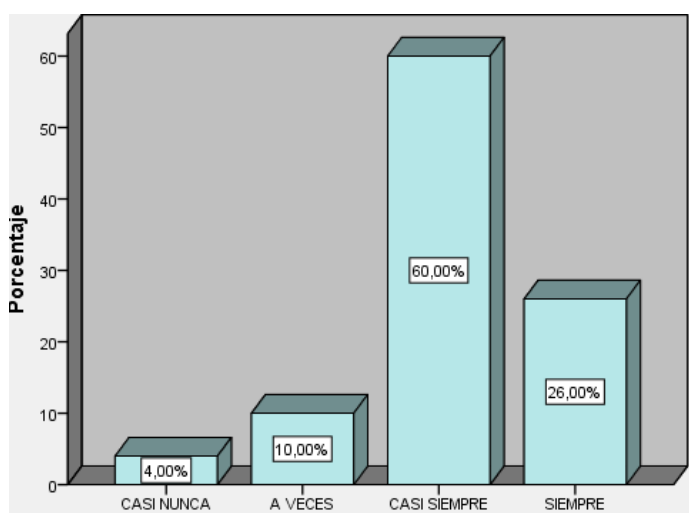
Tabla 9

La empresa está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,0	4,0
	A veces	5	10,0	14,0
	Casi siempre	30	60,0	74,0
	Siempre	13	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 4

La empresa está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores



Interpretación

Los resultados muestran que para dos (4%) trabajadores la empresa casi nunca está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores; 5 (10%) indicaron que la empresa a veces está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores, 30 (60%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores, y por último 13 (26%) trabajadores respondieron que la empresa siempre está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores.

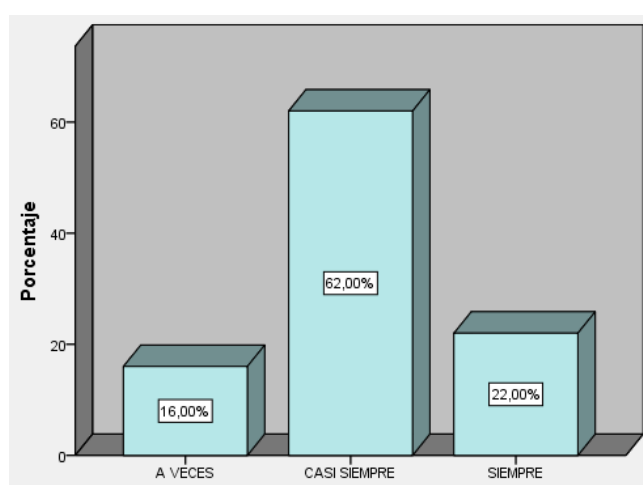
Tabla 10

La empresa está comprometida con la seguridad industrial de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	8	16,0	16,0
	Casi siempre	31	62,0	78,0
	Siempre	11	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 5

Optimizar procesos y controles existentes ayudara la adaptación al cambio de los trabajadores



Interpretación

Los resultados muestran que para ocho (16%) trabajadores la empresa a veces está comprometida con la seguridad industrial de los trabajadores, 31 (62%) trabajadores respondieron que la empresa casi siempre está comprometida con la seguridad industrial de los trabajadores, y por último 11 (22%) de trabajadores respondieron la que empresa siempre está comprometida con la seguridad industrial de los trabajadores.

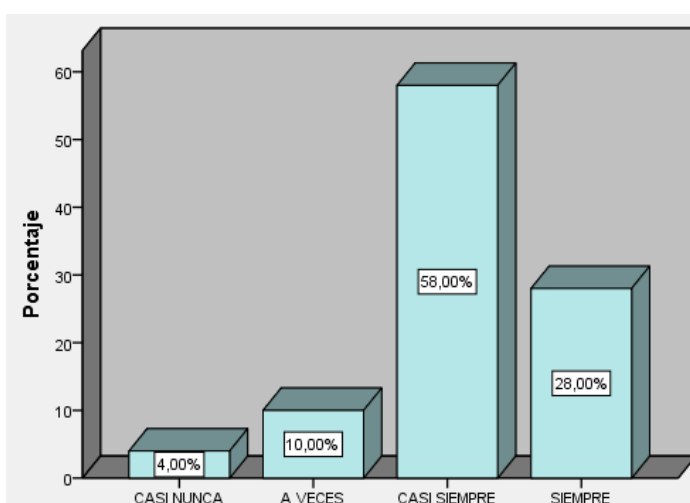
Tabla 11

Optimizar procesos y controles existentes ayudara la adaptación al cambio de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,0	4,0
	A veces	5	10,0	14,0
	Casi siempre	29	58,0	72,0
	Siempre	14	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 6

Optimizar procesos y controles existentes ayudara la adaptación al cambio de los trabajadores



Interpretación

Los resultados muestran que para cuatro (8%) trabajadores casi nunca optimizar procesos y controles existentes ayudará a la adaptación al cambio de los trabajadores; 29 (58%) trabajadores respondieron que a veces optimizar procesos y controles existentes ayudara a la adaptación al cambio de los trabajadores, y por último 14(28%) trabajadores respondieron que siempre optimizar procesos y controles existentes ayudara la adaptación al cambio de los trabajadores.

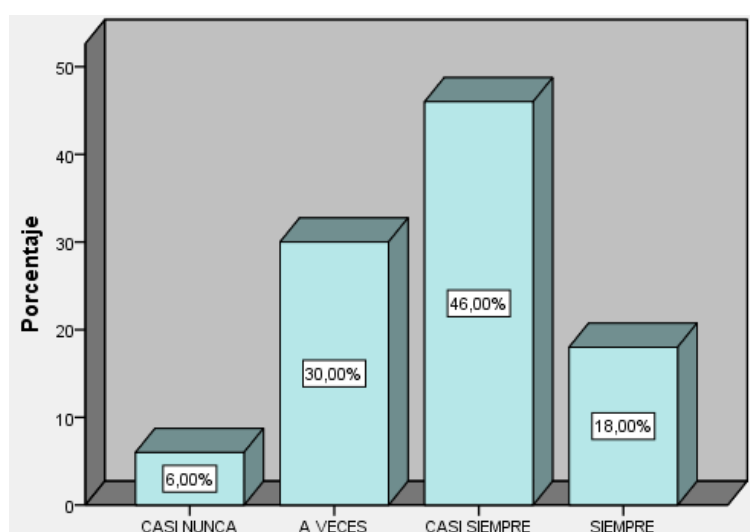
Tabla 12

Con la adaptación de los trabajadores a los programas de RSE, la empresa será reconocida como agente positivo para la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	6,0	6,0
	A veces	15	30,0	36,0
	Casi siempre	23	46,0	82,0
	Siempre	9	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 7

Con la adaptación de los trabajadores a los programas de RSE, la empresa será reconocida como agente positivo para la comunidad



Interpretación

Los resultados muestran que para tres (6%) trabajadores casi nunca la empresa será reconocida como agente positivo para la comunidad, por la adaptación de los trabajadores a los programas de RSE, 15 (30%) trabajadores respondieron a veces, 23 (46%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa será reconocida como agente positivo para la comunidad, con la adaptación de los trabajadores a los programas de RSE y por último 9 (18%) trabajadores respondieron que siempre la empresa será reconocida como agente positivo para la comunidad, por la adaptación de los trabajadores a los programas de RSE.

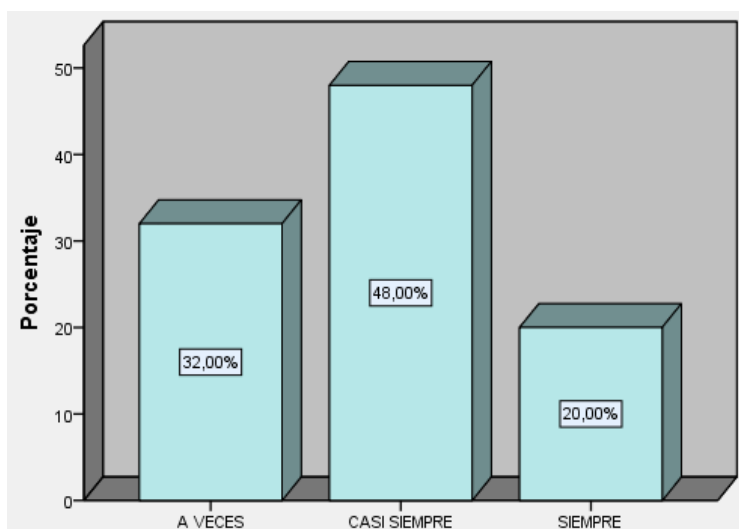
Tabla 13

La adaptación al cambio de los trabajadores afectara en el desempeño de sus funciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	16	32,0	32,0	32,0
	Casi siempre	24	48,0	48,0	80,0
	Siempre	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 8

La adaptación al cambio de los trabajadores afectara en el desempeño de sus funciones



Interpretación

Los resultados muestran que para 16 (32%) trabajadores a veces la adaptación al cambio afectará al desempeño de sus funciones, 24 (48%) trabajadores respondieron que casi siempre la adaptación al cambio de los trabajadores afectara en el desempeño de sus funciones y por último 10 (20%) trabajadores respondieron que siempre la adaptación al cambio de los trabajadores afectara en el desempeño de sus funciones.

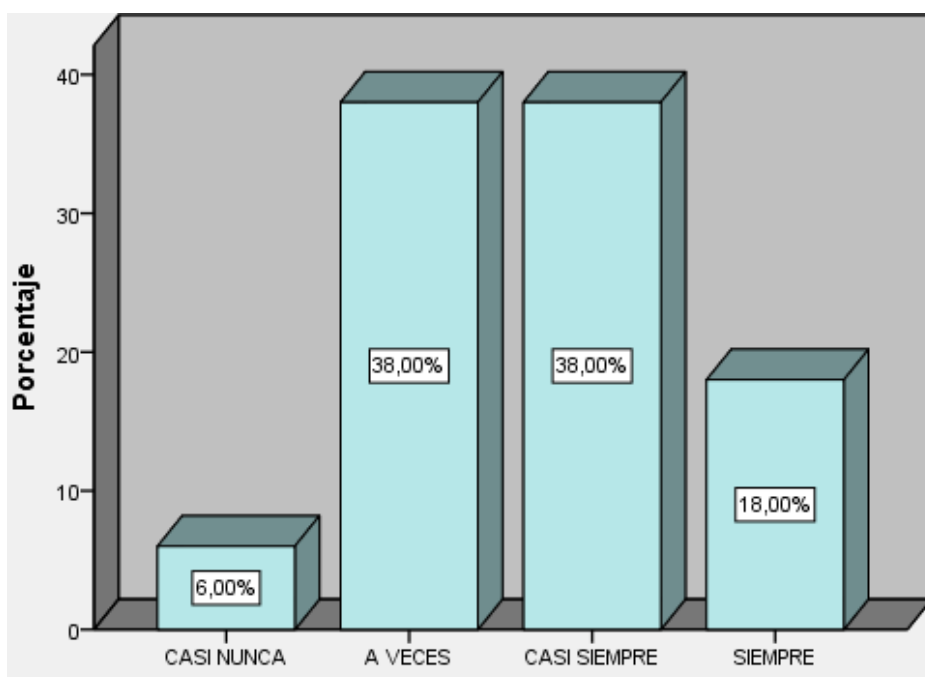
Tabla 14

El cambio positivo en la empresa se reflejará con la buena relación con los proveedores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	6,0	6,0
	A veces	19	38,0	44,0
	Casi siempre	19	38,0	82,0
	Siempre	9	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 9

La empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes



Interpretación

Los resultados muestran que para tres (6%) trabajadores casi nunca el cambio positivo en la empresa se reflejará con la buena relación con los proveedores, 19 (38%) trabajadores respondieron que a veces el cambio positivo en la empresa se reflejara con la buena relación con los proveedores, 19 (38%) trabajadores respondieron que casi siempre el cambio positivo en la empresa se reflejara con la buena relación con los proveedores y por último 9 (18%) trabajadores respondieron que siempre el cambio positivo en la empresa se reflejará con la buena relación con los proveedores.

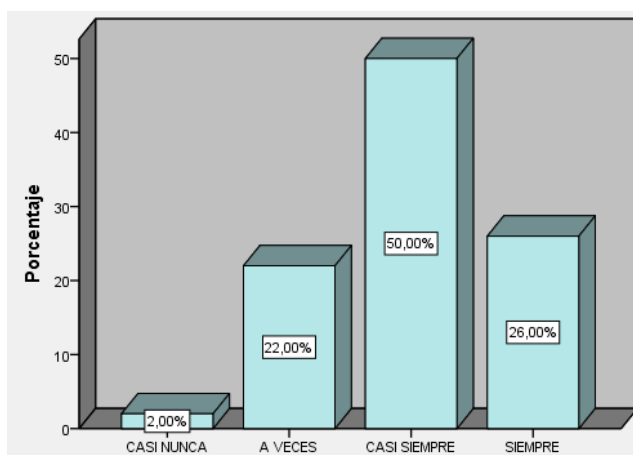
Tabla 15

La empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,0	2,0
	A veces	11	22,0	24,0
	Casi siempre	25	50,0	74,0
	Siempre	13	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 10

La empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajador respondió que casi nunca la empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para sus clientes, 11(22%) trabajadores respondieron que a veces la empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes, 25(50%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa se relaciona con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes y por último 13(26%) trabajadores respondieron que siempre la empresa se relaciona positivamente con sus proveedores, con productos de calidad para los clientes.

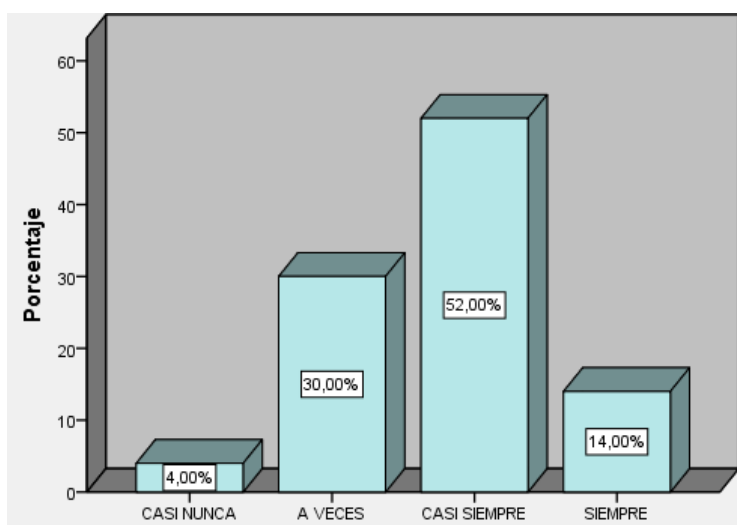
Tabla 16

Satisfacer las necesidades de los clientes refuerza la relación de estos con la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,0	4,0
	A veces	15	30,0	34,0
	Casi siempre	26	52,0	86,0
	Siempre	7	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 11

Satisfacer las necesidades de los clientes refuerza la relación de estos con la empresa



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: dos (4%) trabajadores respondieron que casi nunca satisfacer las necesidades de los clientes refuerza la relación de estos con la empresa, 15(30%) trabajadores respondieron que a veces satisfacer las necesidades de los clientes refuerza la relación de estos con la empresa, 26(52%) trabajadores respondieron que casi siempre satisfacer las necesidades de los clientes refuerza la relación de estos con la empresa y por último 7(14%) trabajadores respondieron que siempre satisfacer las necesidades de los clientes refuerza la relación de estos con la empresa.

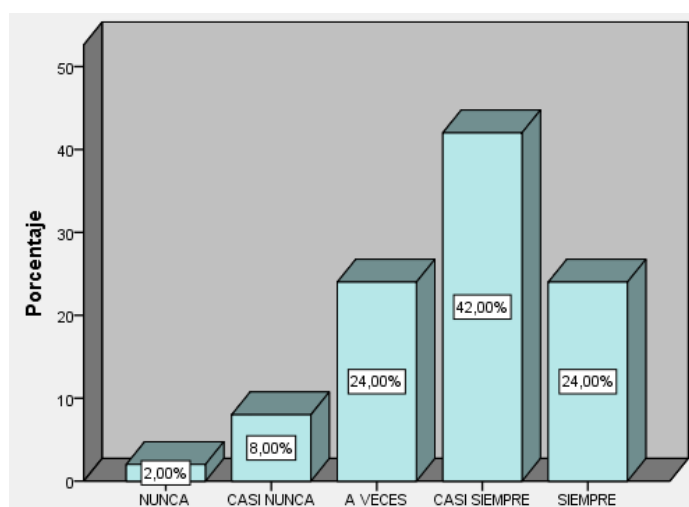
Tabla 17

La buena relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	4	8,0	8,0	10,0
	A veces	12	24,0	24,0	34,0
	Casi siempre	21	42,0	42,0	76,0
	Siempre	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 12

La buena relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajador respondió que nunca la buena relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa, 4 (8%) trabajadores respondieron casi nunca la buena relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa, 12 (24%) trabajadores respondieron que a veces la buena relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa, 21 (42%) trabajadores respondieron que casi siempre la buena relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa y por último 12 (24%) trabajadores respondieron que siempre la buena relación con los clientes le da un valor agregado a la empresa.

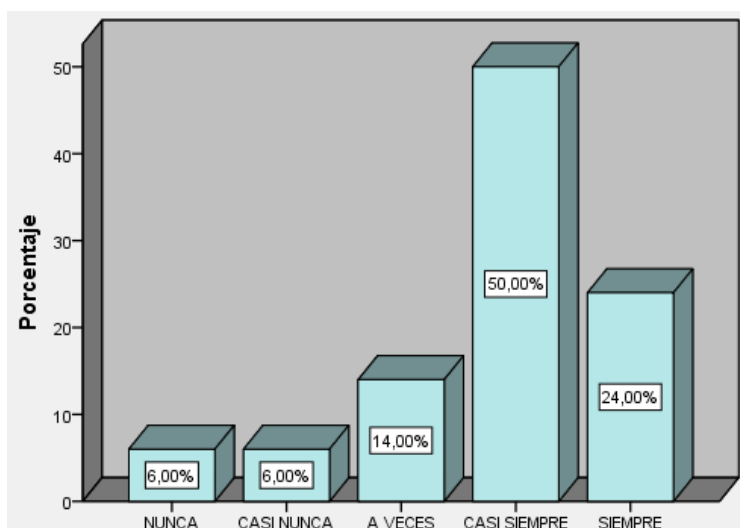
Tabla 18

Una buena relación con los competidores es sinónimo de competencia leal en el mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	3	6,0	6,0	12,0
	A veces	7	14,0	14,0	26,0
	Casi siempre	25	50,0	50,0	76,0
	Siempre	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 13

Una buena relación con los competidores es sinónimo de competencia leal en el mercado



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: tres (6%) trabajadores respondieron que nunca una buena relación con los competidores es sinónimo de competencia leal en el mercado, 3(6%) trabajadores respondieron casi nunca una buena relación con los competidores es sinónimo de competencia leal en el mercado, 7(14%) trabajadores respondieron a veces, 25(50%) trabajadores respondieron casi siempre y por último 12(24%) trabajadores respondieron que siempre una buena relación con los competidores es sinónimo de competencia leal en el mercado.

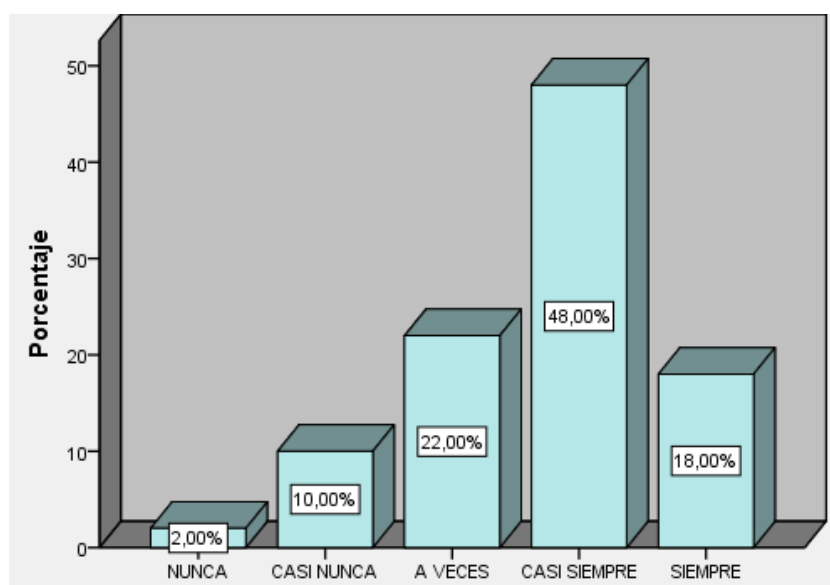
Tabla 19

La relación con los competidores brindara beneficios socio empresariales a la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	5	10,0	10,0	12,0
	A veces	11	22,0	22,0	34,0
	Casi siempre	24	48,0	48,0	82,0
	Siempre	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 14

La relación con los competidores brindara beneficios socio empresariales a la organización



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajador respondió que nunca la relación con los competidores brindara beneficios socio empresariales a la organización, 5(10%) trabajadores respondieron que casi nunca la relación con los competidores brindara beneficios socio empresariales a la organización, 11(22%) trabajadores respondieron a veces, 24(48%) trabajadores respondieron casi siempre y por último 9(18%) trabajadores respondieron que siempre una buena relación con los competidores es sinónimo de competencia leal en el mercado.

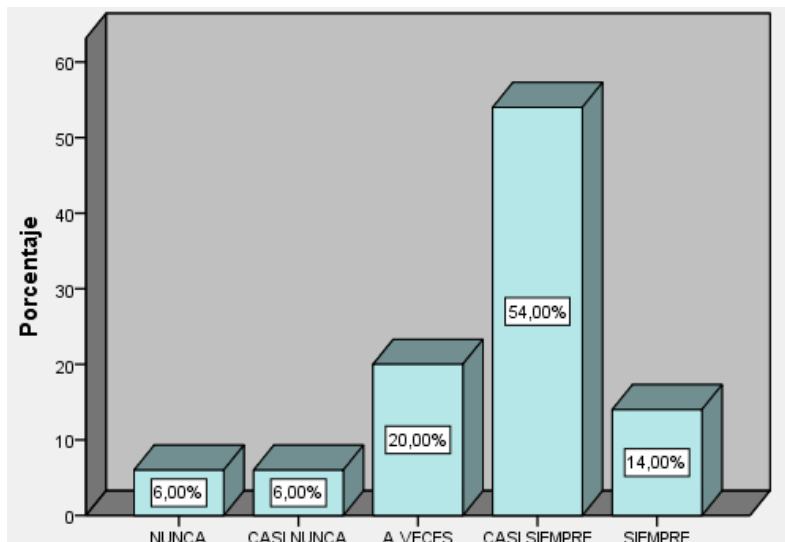
Tabla 20

Una buena relación con los competidores empleara una mejora ambiental en el entorno externo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	6,0	6,0
	Casi nunca	3	6,0	12,0
	A veces	10	20,0	32,0
	Casi siempre	27	54,0	86,0
	Siempre	7	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 15

Una buena relación con los competidores empleara una mejora ambiental en el entorno externo



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: tres (6%) trabajadores respondieron nunca, 3 (6%) trabajadores respondieron casi nunca, 10 (20%) trabajadores respondieron que a veces una buena relación con los competidores empleara una mejora ambiental en el entorno externo, 27 (54%) trabajadores respondieron casi siempre y por último 7 (14%) trabajadores respondieron que siempre una buena relación con los competidores empleara una mejora ambiental en el entorno externo.

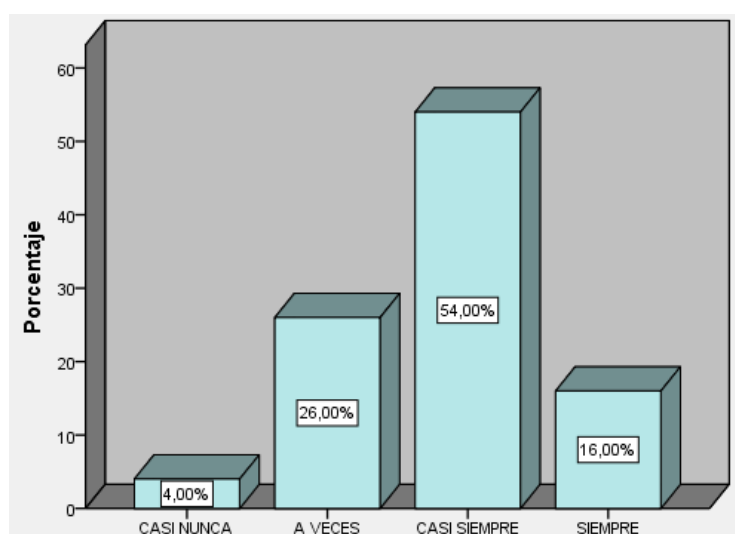
Tabla 21

La empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,0	4,0
	A veces	13	26,0	30,0
	Casi siempre	27	54,0	84,0
	Siempre	8	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 16

La empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: dos (4%) trabajadores respondieron que casi nunca la empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad, 13 (26%) trabajadores respondieron que a veces la empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad, 27 (54%) la empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad y por último 8 (16%) trabajadores respondieron que siempre la empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad.

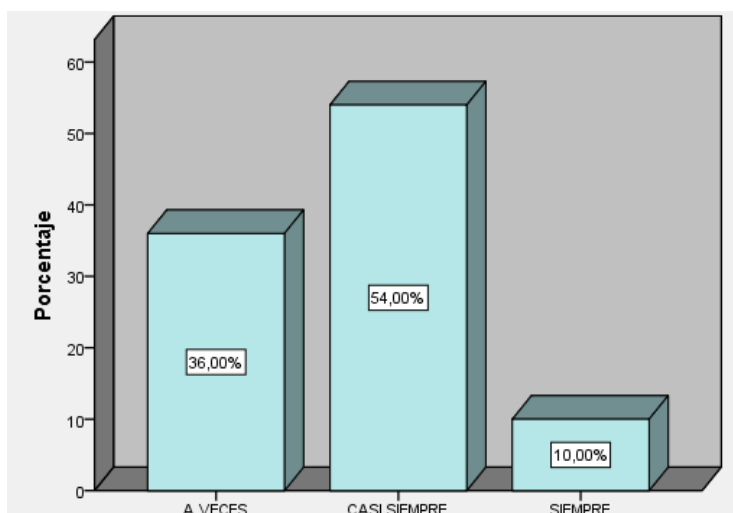
Tabla 22

La empresa realiza estudios de mercado previa realización de inversiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	18	36,0	36,0	36,0
	Casi siempre	27	54,0	54,0	90,0
	Siempre	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 17

La empresa realiza estudios de mercado previa realización de inversiones



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: 18 (36%) trabajadores respondieron que a veces la empresa realiza estudios de mercado previa realización de inversión, 27(54%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa realiza estudios de mercado previa realización de inversiones y por último 5 (10%) trabajadores respondieron que la empresa siempre realiza estudios de mercado previerealización de inversiones.

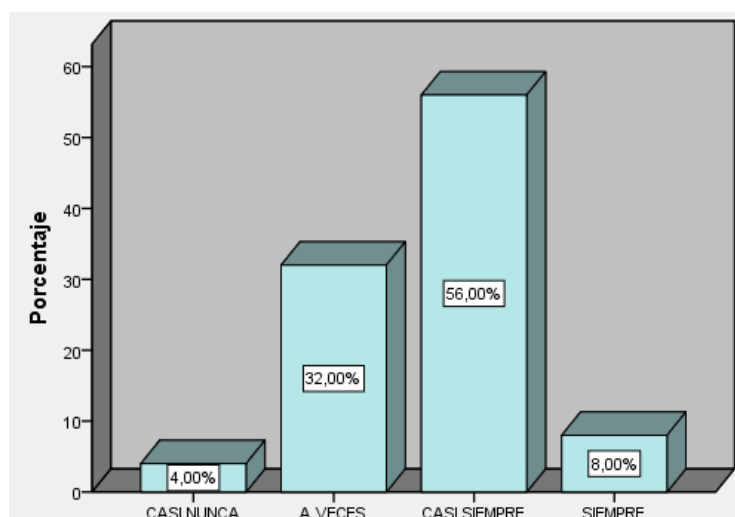
Tabla 23

La empresa realiza un análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,0	4,0
	A veces	16	32,0	36,0
	Casi siempre	28	56,0	92,0
	Siempre	4	8,0	100,0
	Total	50	100,0	

Figura 18

La empresa realiza un análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: dos (4%) trabajadores respondieron que casi nunca la empresa realiza un análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones, 16(32%) trabajadores respondieron que a veces la empresa realiza análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones, 28 (56%) la empresa realiza un análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones y por último 4 (8%) trabajadores respondieron que siempre la empresa realiza un análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones.

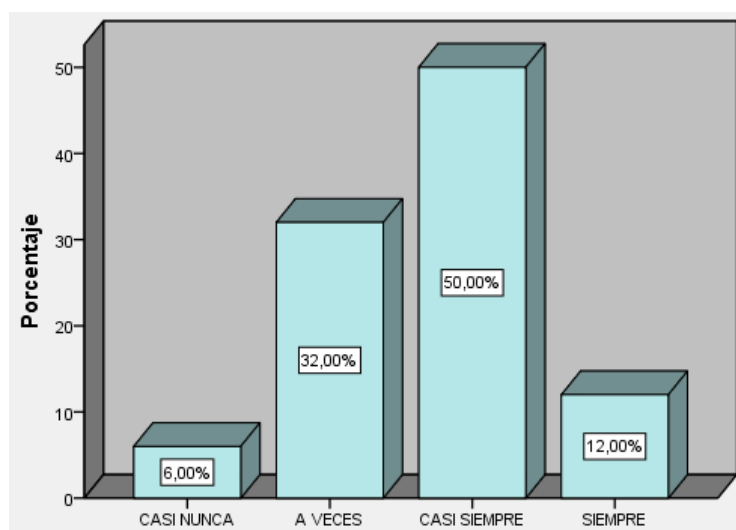
Tabla 24

La empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar por opciones de inversión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	6,0	6,0
	A veces	16	32,0	38,0
	Casi siempre	25	50,0	88,0
	Siempre	6	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 19

La empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar por opciones de inversión



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: tres (6%) trabajadores respondieron que casi nunca la empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar por opciones de inversión, 16 (32%) trabajadores respondieron que a veces la empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar por opciones de inversión, 25 (50%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar por opciones de inversión y por último 6 (12%) trabajadores respondieron que siempre la empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar por opciones de inversión.

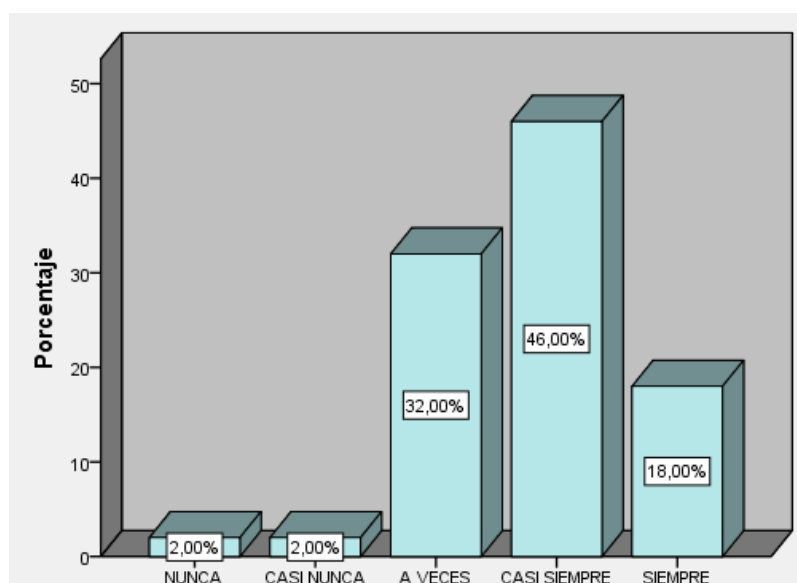
Tabla 25

Empresa genera mayor rentabilidad, arriesgando más en sus inversiones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0
	Casi nunca	1	2,0	4,0
	A veces	16	32,0	36,0
	Casi siempre	23	46,0	82,0
	Siempre	9	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 20

La empresa genera mayor rentabilidad, arriesgando más en sus inversiones



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajadores respondieron que nunca la empresa genera mayor rentabilidad, arriesgando más en sus inversiones, 1(2%) trabajador respondió casi nunca, 16(32%) trabajadores respondieron que a veces la empresa genera mayor rentabilidad arriesgando más en sus inversiones, 23(46%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa genera mayor rentabilidad arriesgando más en sus inversiones y por último 9(18%) trabajadores respondieron que siempre la empresa genera mayor rentabilidad arriesgando más en sus inversiones.

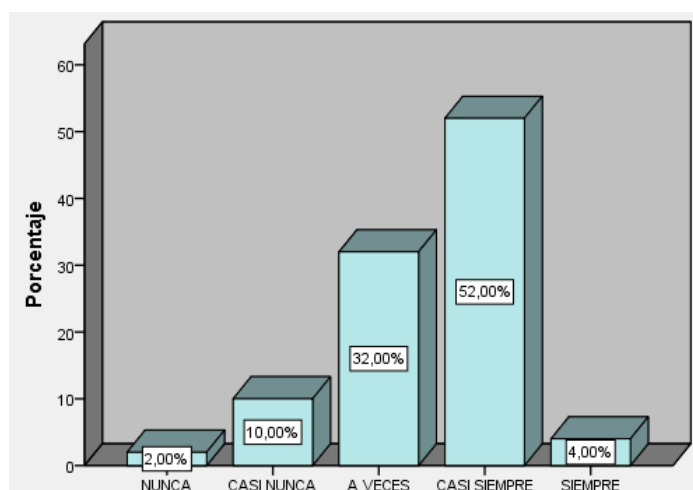
Tabla 26

La empresa cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	5	10,0	10,0	12,0
	A veces	16	32,0	32,0	44,0
	Casi siempre	26	52,0	52,0	96,0
	Siempre	2	4,0	4,0	100,0
	Total		50	100,0	100,0

Figura 21

La empresa cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajador respondió que la empresa nunca cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones, 5(10%) trabajadores respondieron casi nunca, 16(32%) trabajadores respondieron que la empresa a veces cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo, 26(52%) trabajadores respondieron casi siempre y por último 2(4%) trabajadores respondieron que la empresa siempre cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo.

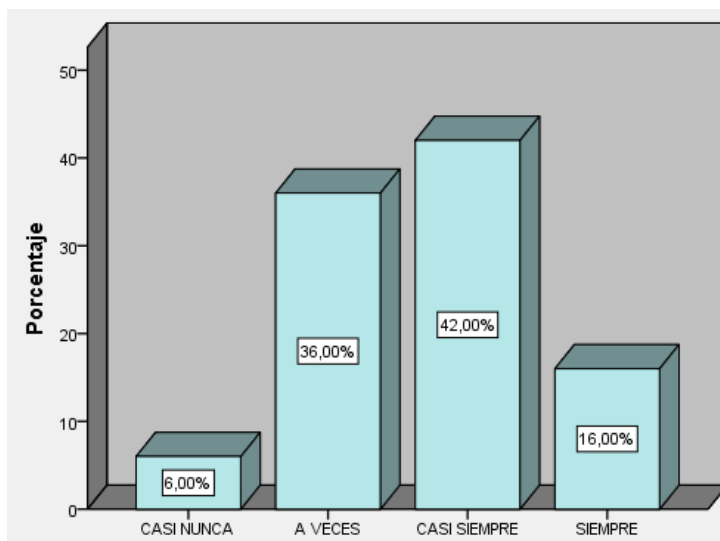
Tabla 27

La empresa prefiere financiar sus actividades con recursos propios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3 6,0	6,0	6,0
	A veces	18 36,0	36,0	42,0
	Casi siempre	21 42,0	42,0	84,0
	Siempre	8 16,0	16,0	100,0
	Total	50 100,0	100,0	

Figura 22

La empresa prefiere financiar sus actividades con recursos propios



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: tres (6%) trabajadores respondieron que casi nunca la empresa prefiere financiar sus actividades con recursos propios, 18 (36%) trabajadores respondieron que a veces la empresa prefiere financiar sus actividades con recursos propios, 21 (42%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa prefiere financiar sus actividades con recursos propios y por último 8 (16%) trabajadores respondieron que siempre la empresa prefiere financiar sus actividades con recursos propios.

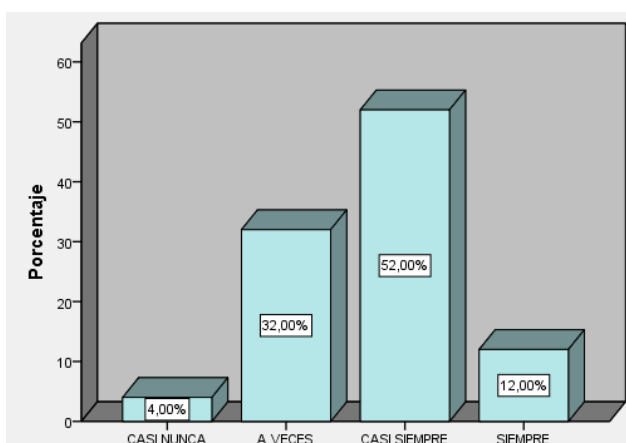
Tabla 28

La empresa analiza condiciones de crédito de diferentes fuentes de financiamiento, previo a la aceptación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,0	4,0
	A veces	16	32,0	36,0
	Casi siempre	26	52,0	88,0
	Siempre	6	12,0	100,0
	Total	50	100,0	

Figura 23

La empresa analiza condiciones de crédito de diferentes fuentes de financiamiento, previo a la aceptación



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: dos (4%) trabajadores respondieron que casi nunca la empresa analiza condiciones de crédito de diferentes fuentes de financiamiento, previo a la aceptación, 16(32%) trabajadores respondieron que a veces la empresa analiza condiciones de crédito de diferentes fuentes de financiamiento, previo a la aceptación, 26(52%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa analiza condiciones de crédito de diferentes fuentes de financiamiento, previo a la aceptación y por último 6(12%) trabajadores respondieron que siempre analiza condiciones de crédito de diferentes fuentes de financiamiento, previo a la aceptación.

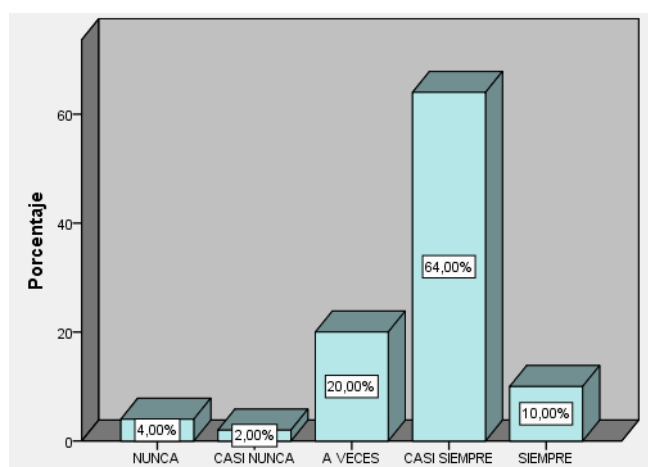
Tabla 29

La empresa evalúa su nivel de endeudamiento, evitando sobre endeudarse

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,0	4,0
	Casi nunca	1	2,0	6,0
	A veces	10	20,0	26,0
	Casi siempre	32	64,0	90,0
	Siempre	5	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 24

La empresa evalúa su nivel de endeudamiento, evitando sobre endeudarse



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajador respondió que la empresa nunca cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones, 5(10%) trabajadores respondieron que la empresa casi nunca cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo, 16(32%) trabajadores respondieron que la empresa a veces cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo, 26(52%) trabajadores respondieron que la empresa casi siempre cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo y por último 2(4%) trabajadores respondieron que la empresa siempre cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones de alto riesgo.

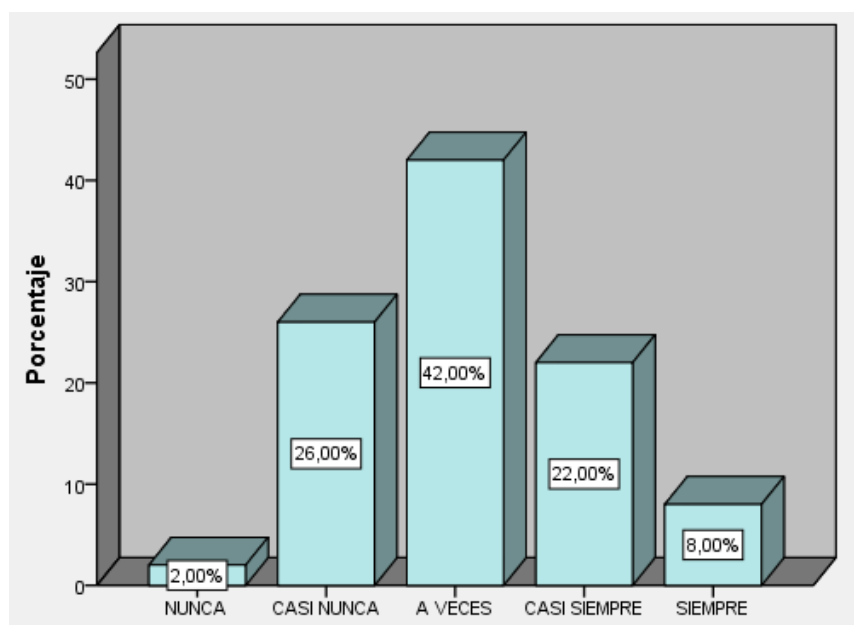
Tabla 30

La empresa se ha visto favorecida con el financiamiento de terceros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	13	26,0	26,0	28,0
	A veces	21	42,0	42,0	70,0
	Casi siempre	11	22,0	22,0	92,0
	Siempre	4	8,0	8,0	100,0
	Total		50	100,0	100,0

Figura 25

La empresa se ha visto favorecida con el financiamiento de terceros



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajador respondió que la empresa nunca se ha visto favorecida con el financiamiento de terceros, 13(26%) trabajadores respondieron casi nunca, 21(42%) trabajadores respondieron que la empresa a veces se ha visto favorecida con el financiamiento de terceros, 11(22%) trabajadores respondieron casi siempre y por último 4(8%) trabajadores respondieron que la empresa siempre se ha visto favorecida con el financiamiento de terceros.

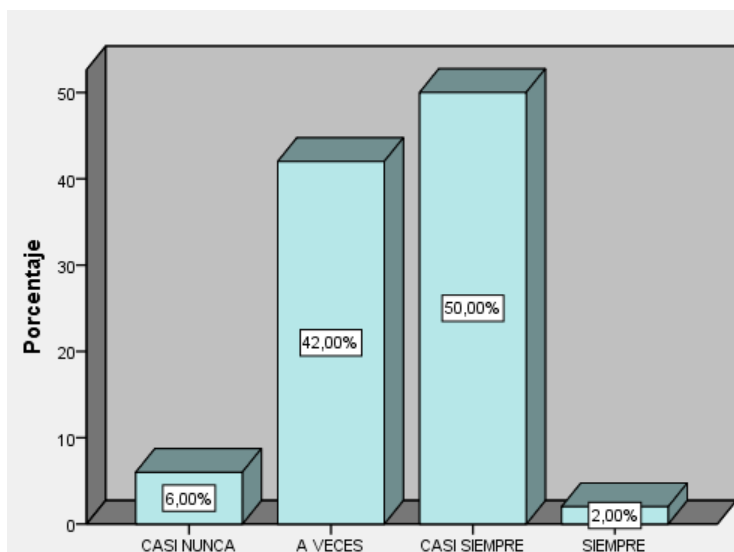
Tabla 31

La empresa opta por el financiamiento de terceros, porque garantiza mayor rentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	6,0	6,0
	A veces	21	42,0	48,0
	Casi siempre	25	50,0	98,0
	Siempre	1	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 26

La empresa opta por el financiamiento de terceros, porque garantiza mayor rentabilidad



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: tres (6%) trabajadores respondieron que casi nunca la empresa opta por el financiamiento de terceros, porque garantiza mayor rentabilidad, 21(42%) trabajadores respondieron que a veces la empresa opta por el financiamiento de terceros, porque garantiza mayor rentabilidad, 25(50%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa opta por el financiamiento de terceros, porque garantiza mayor rentabilidad y por último 1(2%) trabajadores respondieron que siempre la empresa opta por el financiamiento de terceros, porque garantiza mayor rentabilidad.

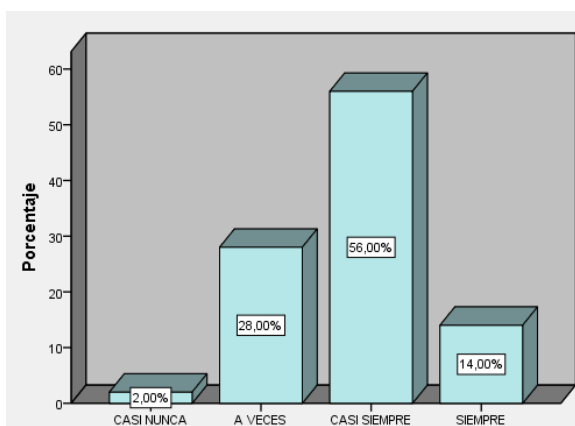
Tabla 32

La empresa proporciona productos y servicios analizando el mercado en el que se encuentra

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,0	2,0
	A veces	14	28,0	30,0
	Casi siempre	28	56,0	86,0
	Siempre	7	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 27

La empresa proporciona productos y servicios analizando el mercado en el que se encuentra



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajador respondió que casi nunca la empresa proporciona productos y servicios analizando el mercado en el que se encuentra, 14(28%) trabajadores respondieron que a veces la empresa proporciona productos y servicios analizando el mercado en el que se encuentra, 28(56%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa proporciona productos y servicios analizando el mercado en el que se encuentra y por último 7(14%) trabajadores respondieron que siempre la empresa proporciona productos y servicios analizando el mercado en el que se encuentra.

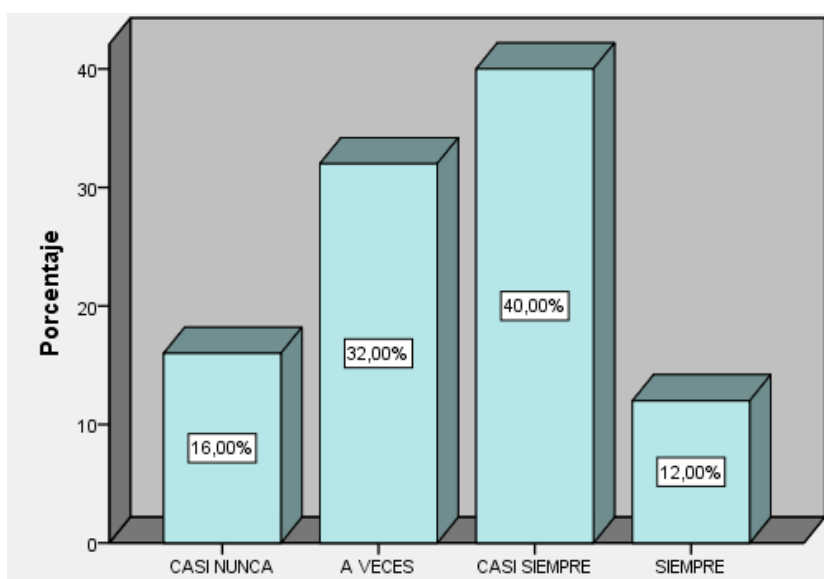
Tabla 33

La competitividad de la empresa se ve reflejada al analizar a sus competidores y sus productos en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	16,0	16,0
	A veces	16	32,0	48,0
	Casi siempre	20	40,0	88,0
	Siempre	6	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 28

La competitividad de la empresa se ve reflejada al analizar a sus competidores y sus productos en el mercado



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: ocho (16%) trabajadores respondieron que casi nunca la competitividad de la empresa se ve reflejada al analizar a sus competidores y sus productos en el mercado, 16 (32%) trabajadores respondieron que a veces la competitividad de la empresa se ve reflejada al analizar a sus competidores y sus productos en el mercado, 20 (40%) trabajadores respondieron que casi siempre la competitividad de la empresa se ve reflejada al analizar a sus competidores y sus productos en el mercado y por último 6 (12%) trabajadores respondieron que siempre la competitividad de la empresa se ve reflejada al analizar a sus competidores y sus productos en el mercado.

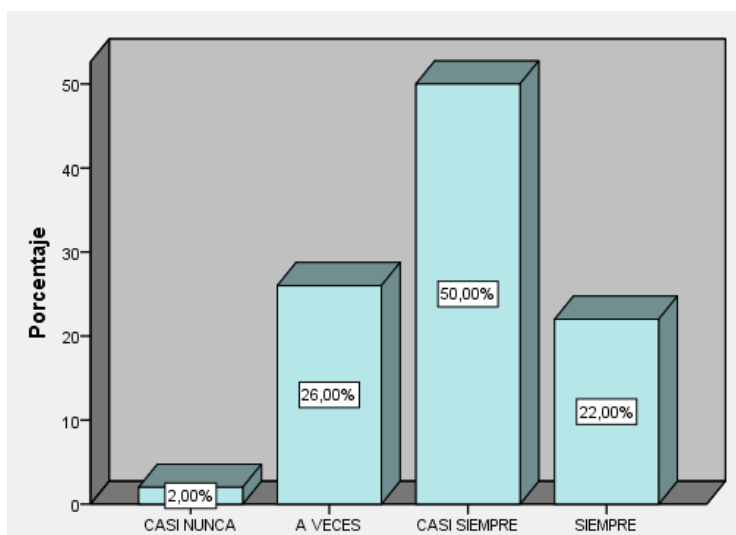
Tabla 34

La rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores

	Frecuencia	Porcentaje		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,0	2,0	2,0
	A veces	13	26,0	26,0	28,0
	Casi siempre	25	50,0	50,0	78,0
	Siempre	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 29

La rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un (2%) trabajadores respondieron que casi nunca la rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores, 13 (26%) trabajadores respondieron que a veces la rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores, 25 (50%) trabajadores respondieron que casi siempre la rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores y por último 11 (22%) trabajadores respondieron que siempre la rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores.

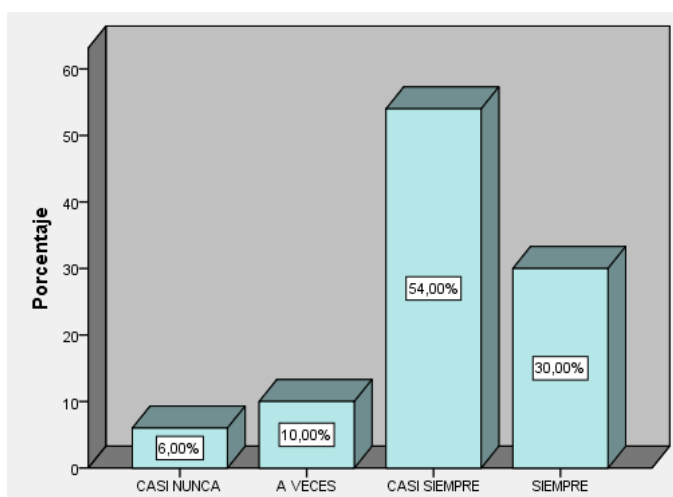
Tabla 35

La empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	6,0	6,0
	A veces	5	10,0	16,0
	Casi siempre	27	54,0	70,0
	Siempre	15	30,0	100,0
	Total	50	100,0	

Figura 30

La empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: tres (6%) trabajadores respondieron que casi nunca la empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad, 5(10%) trabajadores respondieron que a veces la empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad, 27(54%) trabajadores respondieron que casi siempre la empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad y por último 15(30%) trabajadores respondieron que siempre la empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad.

4.1.2 Tablas de frecuencia con datos agrupadas

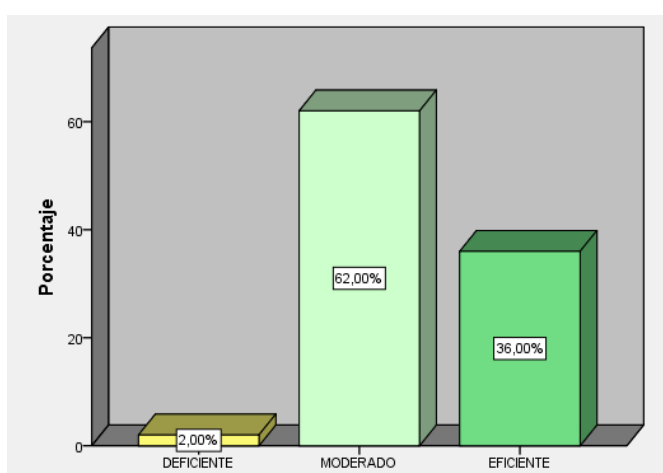
Tabla 36

ENTORNO INTERNO (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	2,0	2,0	2,0
	Moderado	31	62,0	62,0	64,0
	Eficiente	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 31

Entorno Interno (Agrupada)



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: 18 colaboradores indicaron que el entorno interno es una dimensión eficiente. Este número representa al 36 % de los encuestados. Asimismo, 31 de ellos (62 %) afirmó que la dimensión tiene una calificación de moderado. Finalmente, apenas uno de ellos sostuvo que la dimensión entorno interno era deficiente.

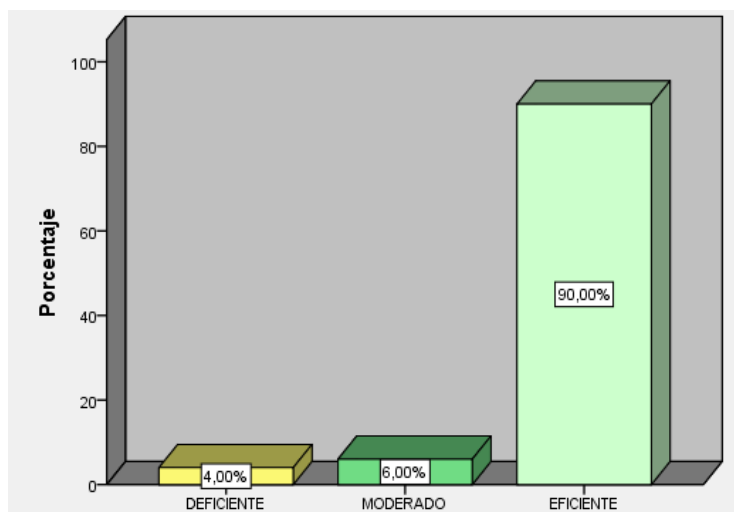
Tabla 37

ENTORNO EXTERNO (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	4,0	4,0	4,0
	Moderado	3	6,0	6,0	10,0
	Eficiente	45	90,0	90,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 32

Entorno Externo (Agrupada)



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: el 90 % de los encuestados (45 trabajadores) afirmó que el entorno externo es una dimensión eficiente; 6 % lo calificó como moderado, mientras que apenas dos trabajadores manifestaron que era deficiente.

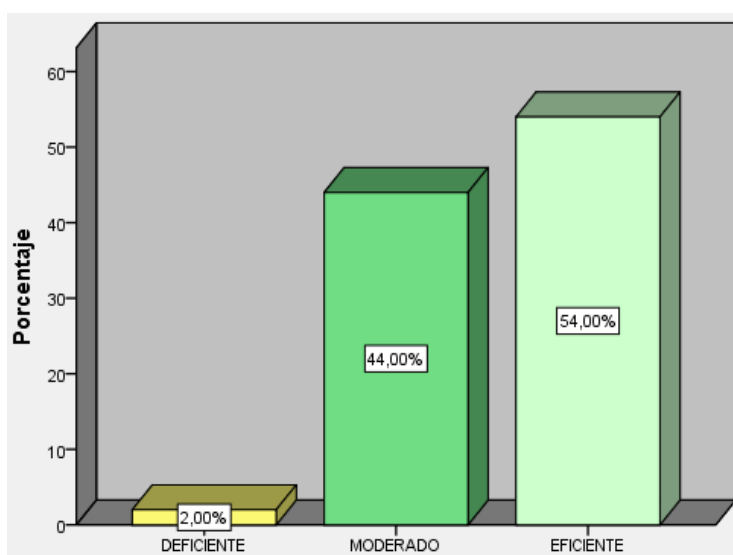
Tabla 38

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	2,0	2,0	2,0
	Moderado	22	44,0	44,0	46,0
	Eficiente	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 33

Responsabilidad social empresarial (Agrupada)



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: 27 encuestados (54 %) afirmaron que la dimensión responsabilidad social empresarial era eficiente; 22 sostuvieron que esta variable era moderada; mientras que apenas 1 (2 %) trabajador calificó a esta dimensión como deficiente.

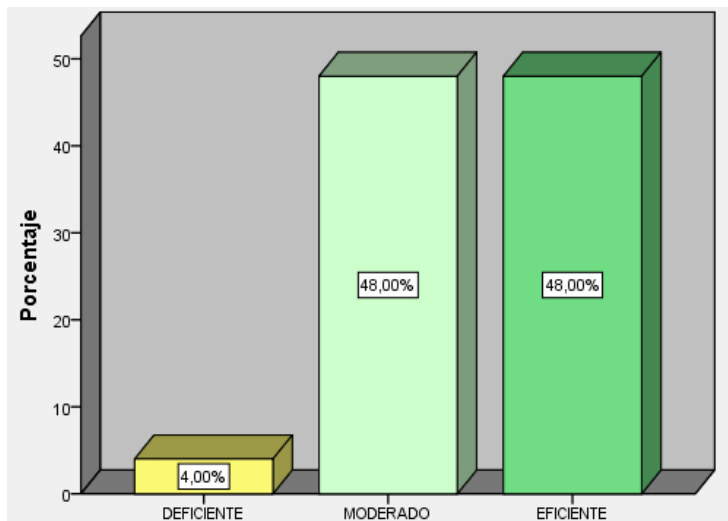
Tabla 39

INVERSIONES (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	4,0	4,0
	Moderado	24	48,0	52,0
	Eficiente	24	48,0	100,0
	Total	50	100,0	

Figura 34

Inversiones (Agrupada)



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: el 48 % (24) de encuestados calificó la dimensión inversiones como eficiente; otro 48 % la calificó de moderada; mientras que solo dos trabajadores dijeron que era deficiente.

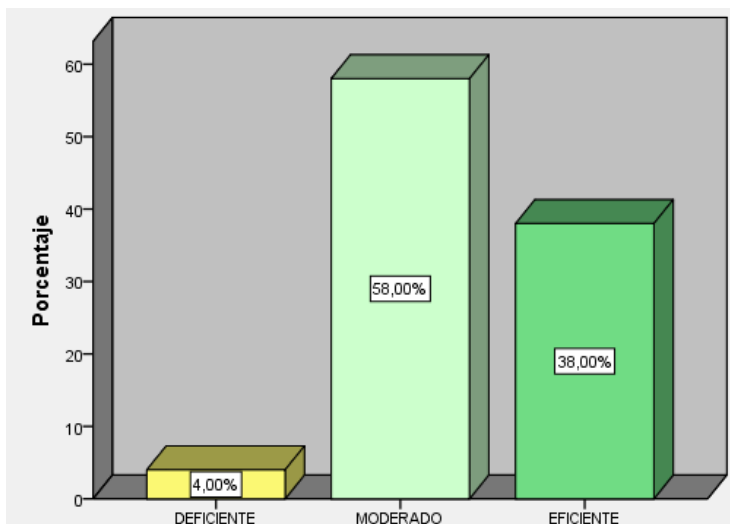
Tabla 40

FINANCIAMIENTO (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	4,0	4,0	4,0
	Moderado	29	58,0	58,0	62,0
	Eficiente	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 35

Financiamiento (Agrupada)



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: el 38 % de los encuestados (19) calificó la dimensión financiamiento como eficiente; 58 % (29) la calificó como moderada; y el 4 % (2) como deficiente.

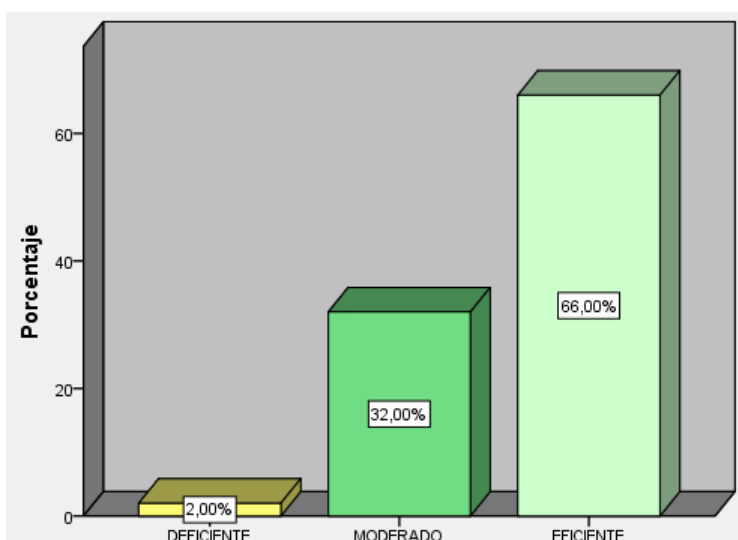
Tabla 41

OPERATIVIDAD EMPRESARIAL (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	2,0	2,0	2,0
	Moderado	16	32,0	32,0	34,0
	Eficiente	33	66,0	66,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 36

Operatividad empresarial (Agrupada)



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: el 66 % (33) de encuestados calificó la dimensión operatividad empresarial como eficiente; 32 % (16) la calificó como moderada; y el 2 % (1) restante como deficiente.

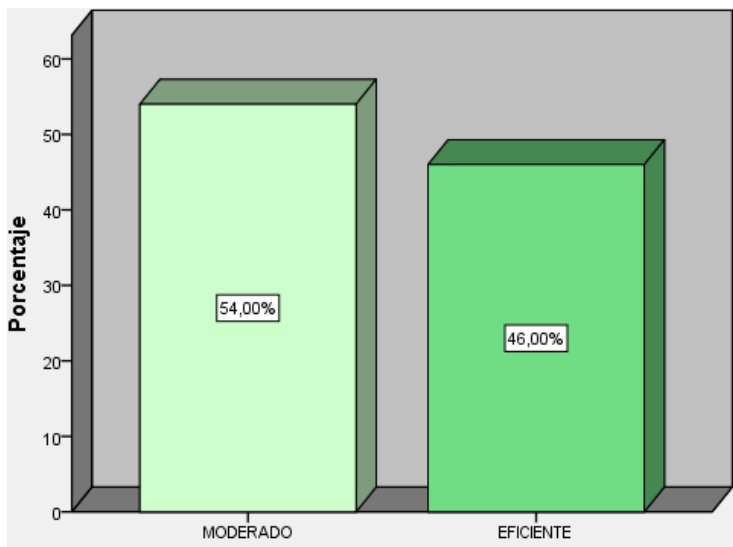
Tabla 42

COMPORTAMIENTO FINANCIERO (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	27	54,0	54,0	54,0
	Eficiente	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 37

Operatividad empresarial (Agrupada)



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: 46 % (23) de los encuestados calificó la segunda variable como eficiente; mientras que el 54 % (27) calificó la variable como moderada.

4.1.3 Tablas de contingencia o cruzadas

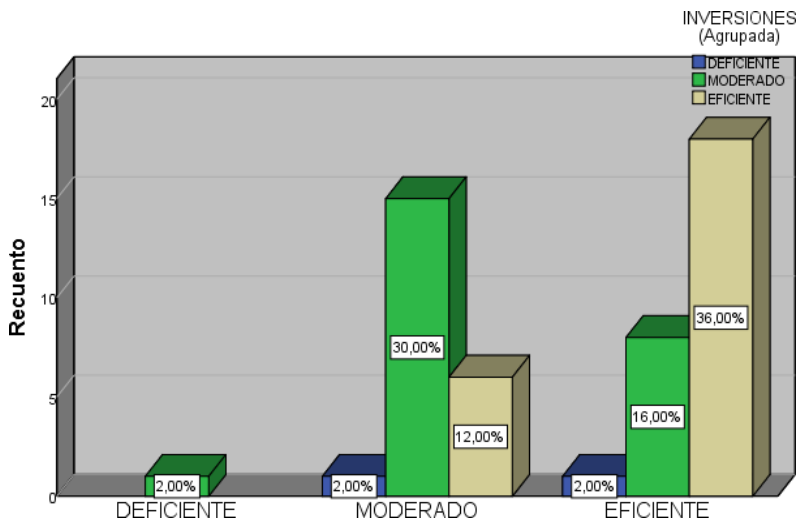
Tabla 43

Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
(Agrupada)*INVERSIONES
(Agrupada)

		INVERSIONES (Agrupada)			Total	
		DEFICIENTE E	MODERAD O	EFICIENTE E		
RESPONSAB ILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)	DEFICIENTE E	Recuento	0	1	0	1
		% del total	0,0%	2,0%	0,0%	2,0%
	MODERAD O	Recuento	1	15	6	22
		% del total	2,0%	30,0%	12,0%	44,0%
	EFICIENTE	Recuento	1	8	18	27
		% del total	2,0%	16,0%	36,0%	54,0%
Total		Recuento	2	24	24	50
		% del total	4,0%	48,0%	48,0%	100,0 %

Figura 38

Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
(Agrupada)*INVERSIONES (Agrupada)



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un 2 % (1) de encuestados calificó a las inversiones como deficiente; 44 % (22) como moderada; y 54 % (27) como eficiente. Por tanto, las inversiones tienen una trascendencia positiva.

Asimismo, para la otra variable, los resultados muestran lo siguiente: el 4 % (2) de los encuestados la calificó como deficiente; 48 % (24) como moderada; y otros 48 % (24) como eficiente.

Tabla 44

Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

*(Agrupada)*FINANCIAMIENTO*

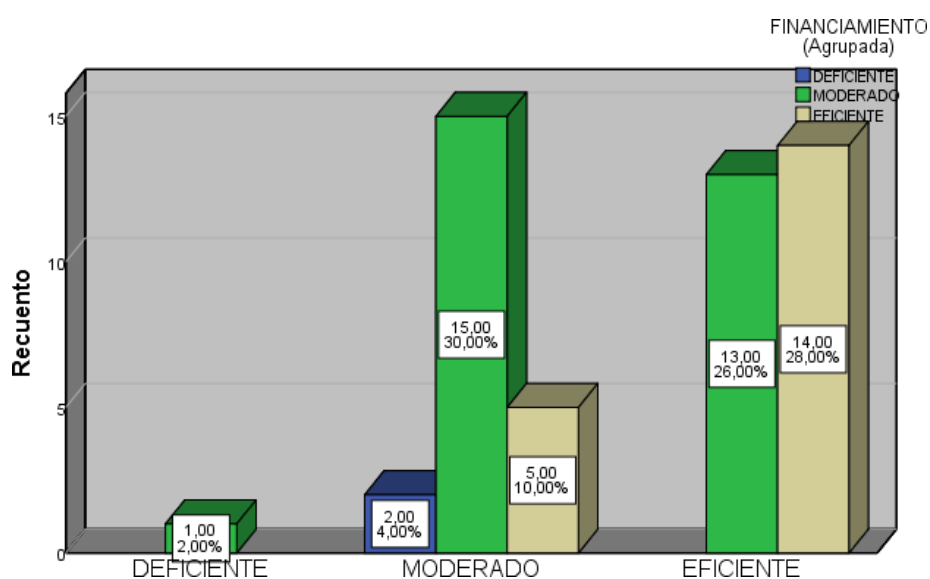
(Agrupada)

		FINANCIAMIENTO (Agrupada)			Total	
		DEFICIENTE	MODERADO	EFICIENTE		
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)	DEFICIENTE	Recuento	0	1	0	1
		% del total	0,0%	2,0%	0,0%	2,0%
	MODERADO	Recuento	2	15	5	22
		% del total	4,0%	30,0%	10,0%	44,0%
	EFICIENTE	Recuento	0	13	14	27
		% del total	0,0%	26,0%	28,0%	54,0%
Total		Recuento	2	29	19	50
		% del total	4,0%	58,0%	38,0%	100,0%

Figura 39

Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

*(Agrupada)*FINANCIAMIENTO (Agrupada)*



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: el 2 % (1) de los encuestados calificó a la responsabilidad social empresarial como deficiente; 44 % (22) como moderada; y 54 % (27) como eficiente. Ello indica que la RSE tiene una trascendencia positiva.

En relación a la otra variable (financiamiento), los resultados son: el 4 % (2) la calificó como deficiente; el 48 % (24) como moderada; y otros 48 % (24) como eficiente.

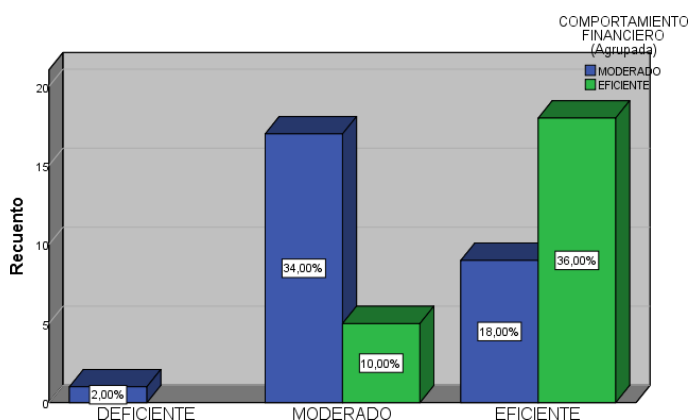
Tabla 45

*Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)*COMPORTAMIENTO FINANCIERO (Agrupada)*

		COMPORTAMIENTO FINANCIERO (Agrupada)			Total
		MODERADO	EFICIENTE		
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)	DEFICIENTE	Recuento % del total	1 2,0%	0 0,0%	1 2,0%
	MODERADO	Recuento % del total	17 34,0%	5 10,0%	22 44,0%
	EFICIENTE	Recuento % del total	9 18,0%	18 36,0%	27 54,0%
Total		Recuento % del total	27 54,0%	23 46,0%	50 100,0%

Figura 40

*Tabla cruzada RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)*COMPORTAMIENTO FINANCIERO (Agrupada)*



Interpretación

Los resultados muestran lo siguiente: un 2 % (1) de encuestados calificó la responsabilidad social empresarial como deficiente; 44 % (22) la calificó como moderada; y 54 % (27) como eficiente. Por tanto, la RSE tiene una trascendencia positiva. Asimismo, a partir de los resultados de la encuesta realizada a 50 trabajadores, se tiene lo siguiente: el 54 % (27) de ellos calificó a la RSE como moderada, mientras que el 46 % (23) restante la calificó como eficiente.

4.2. Prueba de hipótesis

H1 La responsabilidad social empresarial se vincula con el comportamiento financiero en empresas agropecuarias, Ate Vitarte, 2019

H0 La responsabilidad social empresarial no se vincula con el comportamiento financiero en empresas agropecuarias, Ate Vitarte, 2019

Regla de decisión

P valor > 0.05, se acepta la H0 y se rechaza la H1 P valor < 0.05, se rechaza la H0 y se acepta la H1.

Tabla 46

Correlaciones

			RESPONSA BILIDAD SOCIAL EMPRESAR IAL (Agrupada)	COMPORT AMIENTO FINANCIER O (Agrupada)
Tau_b de Kendall	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 50	,449** ,001 50
	COMPORTAMIENTO FINANCIERO (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,449** ,001 50	1,000 . 50

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

Interpretación

En la tabla 46 según el resultado de la prueba de hipótesis muestra que el valor de significancia siendo el valor de (sig. = 0,001 < 0,05); por lo tanto, demuestra que la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alterna y ello quiere decir

que si existe relación entre la variable responsabilidad social empresarial y la variable comportamiento financiero.

Hipótesis

H1 Las inversiones se vinculan con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias Ate Vitarte 2019.

H0 Las inversiones no se vinculan con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias Ate Vitarte 2019.

Regla de decisión

P valor > 0.05, se acepta la H0 y se rechaza la H1 P valor < 0.05, se rechaza la H0 y se acepta la H1.

Tabla 47

Correlaciones

		RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)		INVERSIONES (Agrupada)	
Tau_b de Kendall	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,379**	
		Sig. (bilateral)	.	,006	
		N	50	50	
	INVERSIONES (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,379**	1,000	
		Sig. (bilateral)	,006	.	
		N	50	50	

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

Interpretación

En la tabla 47 según el resultado de la prueba de hipótesis muestra que el valor de significancia siendo el valor de (sig. = 0,006 < 0,05); por lo tanto, demuestra que la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alterna y

ello quiere decir que si existe relación entre la variable responsabilidad social empresarial y la dimensión inversiones.

Hipótesis

H1 El financiamiento se vinculan con la responsabilidad social empresarial en lasempresas agropecuarias Ate Vitarte 2019.

H0 El financiamiento no se vinculan con la responsabilidad social empresarial en lasempresas agropecuarias Ate Vitarte 2019.

Regla de decisión

P valor > 0.05, se acepta la H0 y se rechaza la H1 P valor < 0.05, se rechaza la H0 y se acepta la H1.

Tabla 48

Correlaciones

		RESPONSA BILIDAD SOCIAL EMPRESAR IAL FINANCIAM IENTO (Agrupada) (Agrupada)		
Tau_b de Kendall	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 50	,335* ,016 50
	FINANCIAMIENTO (Agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,335* ,016 50	1,000 . 50

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación

En la tabla 48 según el resultado de la prueba de hipótesis muestra que el valor de significancia siendo el valor de (sig. = 0,016 < 0,05); por lo tanto, demuestra que la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alterna y ello quiere decir que si existe relación entre la variable responsabilidad social empresarial y la dimensión financiamiento.

Hipótesis

H1 La operatividad empresarial se vinculan con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias Ate Vitarte 2019.

H0 La operatividad empresarial no se vinculan con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias Ate Vitarte 2019.

Regla de decisión

P valor > 0.05, se acepta la H0 y se rechaza la H1 P valor < 0.05, se rechaza la H0 y se acepta la H1 .

Tabla 49

Correlaciones

		RESPONSA BILIDAD OPERATIV SOCIAL IDAD EMPRESARI EMPRESA AL RIAL (Agrupada) (Agrupada)		
Tau_b de Kendall	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 50	,289* ,039 50
	OPERATIVIDAD EMPRESARIAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,289* ,039 50	1,000 . 50

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación

En la tabla 49 según el resultado de la prueba de hipótesis muestra que el valor de significancia siendo el valor de (sig. = 0,039 < 0,05); por lo tanto, demuestra que la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alterna y ello quiere decir que si existe relación entre la variable responsabilidad social empresarial y la dimensión operatividad empresarial.

V. Discusión

El resultado adquirido en el presente trabajo de investigación para la prueba de hipótesis general, se utilizó la prueba de Tau B de Kendall y como se muestra en la tabla 46 donde se obtuvo el p valor = $0.001 < 0.05$, donde determina que la responsabilidad social empresarial se relaciona con el comportamiento financiero. Estos resultados confirman el estudio realizado por Lapa (2014), titulada *“La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú”*, la cual utilizó el software STATS aplicando chi cuadrado, obteniendo una certeza de 99.976%; la cual muestra que existe relación significativamente, y por la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual conforme a los resultados obtenidos de la investigación concluye que, existe evidencia para afirmar que la ausencia de la actitud del empresario sobre la aplicación de la responsabilidad social en las empresas a la colectividad laboral se encuentran relacionadas o asociadas significativamente.

El resultado adquirido en el presente trabajo de investigación para la prueba de hipótesis general, se utilizó la prueba de Tau B de Kendall y como se muestra en la tabla 47 donde se obtuvo el p valor = $0.006 < 0.05$, donde determina que la responsabilidad social empresarial se relaciona con las inversiones. Estos resultados confirman el estudio realizado por Quichca (2017), titulada *“Responsabilidad social empresarial y situación financiera en empresas concesionarias de alimentos”*, se observa el valor de significancia es 0,000 la cual es menor que la significancia 0,05(valor p) y por regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual conforme a los resultados obtenidos de la investigación concluye que, existe evidencia para afirmar que la responsabilidad social empresarial tiene relación con la situación financiera en empresas concesionarias de alimentos, distrito de San Martín de Porres 2017.

El resultado adquirido en el presente trabajo de investigación para la prueba de hipótesis general, se utilizó la prueba de Tau B de Kendall y como se muestra en la tabla 48 donde se obtuvo el p valor = $0,016 < 0,05$, donde determina que la responsabilidad se relaciona con el financiamiento. Estos resultados confirman el estudio realizado por Peralta (2018), titulada *“Responsabilidad social empresarial para implementar el marketing de las microempresas”*, se observa el valor de

significancia 0,000 la cual es menor que la significancia 0,05 (valor p) y por regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual conforme a los resultados obtenidos de la investigación concluye que, la aplicación del programa de responsabilidad social económica si ayudó al marketing en la sección abarrotes de la parada municipal de la ciudad de Bagua Grande, Utcubamba.

El resultado adquirido en el presente trabajo de investigación para la prueba de hipótesis general, se utilizó la prueba de Tau B de Kendall y como se muestra en la tabla 49 donde se obtuvo el p valor = 0,039 < 0,05 donde determina que la responsabilidad social empresarial se relaciona con la operatividad empresarial. Estos resultados confirman el estudio realizado por Viñán (2017), titulada *“Aplicación de los indicadores Ethos para fortalecer la gestión de responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador”*, se observa el valor de significancia 0,000 la cual es menor que la significancia 0,05 (valor p) y por regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual conforme a los resultados obtenidos de la investigación concluye que, el nivel de conocimiento de los socios con respecto a las acciones de responsabilidad social cooperativas de ahorro y crédito si incide en la percepción de su fortalecimiento.

VI. Conclusiones

A través de la información obtenida en la presente investigación y después de haber analizado los resultados durante el proceso de discusión nos permite establecer las siguientes conclusiones:

Para esta tesis se planteó como objetivo general la responsabilidad social empresarial se relaciona con el comportamiento financiero en las empresas agropecuarias, distrito de Ate Vitarte, 2019, según el resultado obtenido de la prueba de hipótesis, se utilizó la prueba de tau B de Kendall tal y como se muestra en la tabla 46 donde se obtuvo que la responsabilidad social empresarial se relaciona con el comportamiento financiero en las empresas agropecuarias, Ate vitarte, 2019, se concluye que si la responsabilidad social empresarial se aplica de manera oportuna y correcta el comportamiento financiero será el adecuado y beneficioso para la empresa.

El objetivo específico 1 es las inversiones se relacionan con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, Ate vitarte, 2019, a través de los resultados obtenidos de la prueba de hipótesis, donde se utilizó la prueba de Tau B de Kendall tal y como se muestra en la tabla 47 donde se obtuvo que las inversiones se relacionan con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, Ate vitarte, 2019, se concluye que si las inversiones las aplicamos de manera oportuna, analizando correctamente la responsabilidad social empresarial será un beneficio para la empresa.

El objetivo específico 2 es el financiamiento se relaciona con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias Ate vitarte, 2019, a través de los resultados obtenidos de la prueba de hipótesis, donde se utilizó la prueba de Tau B de Kendall tal y como se muestra en la tabla 48 donde se obtuvo que el financiamiento se relaciona con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, Ate vitarte, 2019, se concluye que si tenemos buenas fuentes de financiamiento y las aplicamos de manera correcta esta mejorara la responsabilidad social empresarial en la empresa.

El objetivo específico 3 es la operatividad empresarial se relaciona con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, Ate vitarte, 2019, a través de los resultados obtenidos de la prueba de hipótesis, donde se

utilizó la prueba de Tau B de Kendall tal y como se muestra en la tabla 49 donde se obtuvo que la operatividad empresarial se relaciona con la responsabilidad social empresarial en las empresas agropecuarias, Ate vitarte, 2019, se concluye que si la empresa tiene buena operatividad empresarial generara mejores resultados en la responsabilidad social empresarial aplicada en la empresa.

VII. Recomendaciones

7.1 Recomendaciones a la unidad de estudios

Se insta a las empresas, según la tabla 6 se evidencia que la gran mayoría de los trabajadores rechazan que la empresa reconozca su esfuerzo; de 50 encuestados 28 respondieron casi nunca con un porcentaje de 56%, por lo que se recomienda que las empresas priorizar el reconocimiento al esfuerzo de los trabajadores; ya que esto es consecuente de mejores resultados rentables y reconocimientos tanto para la empresa como para los clientes.

Se insta a las empresas, según la tabla 7 se evidencia que en su mayoría de trabajadores rechazan haber obtenido algún incentivo por parte de la empresa; de 50 encuestados 22 respondieron casi nunca reflejando un porcentaje de 44%, por lo que se les recomienda a las empresas para obtener mejores resultados económicos, de bienestar social tanto interna como externamente darle importancia al reconocimiento de los colaboradores ya que son los pilares de toda organización; se pueden obtener más beneficios económicos y reconocimiento por parte de los clientes y como una entidad que aplica de manera correcta una responsabilidad social interna.

Se insta a las empresas, el fin lucrativo provoca, muchas veces, desatenderse de la responsabilidad social. En ese sentido no debemos olvidar el vínculo que existe entre la RSE y la reputación que se genera dentro de la sociedad. Una organización no puede solo preocuparse por maximizar ganancia por encima del malestar del entorno, sino que también debe preocuparse en incentivar la convivencia en armonía

Se recomienda a las empresas, el comportamiento financiero es una variable amplia que enfoca distintos sectores que pueda optar la organización, en este caso se tiene que tener un adecuado análisis como especificamos en las tablas de resultados de acuerdo con los ítems de financiamiento, inversión y operatividad; para que el flujo de efectivo de la empresa sea consecuente de mejores resultados.

7.2 Recomendaciones académicas

Se recomienda que la variable responsabilidad social empresarial sea evaluada de manera cuidadosa y distinta para cada empresa; ya que cada organización cuenta con políticas distintas que pueden discrepar de la variable.

Se recomienda que la variable comportamiento financiero sea aplicada de manera cuantitativa, ya que presenta decisiones financieras que pueden afectar a la rentabilidad, liquidez y endeudamiento de las empresas y varían de acuerdo con los ratios aplicados

Se sugiere que, para las siguientes investigaciones, las variables pueden ser utilizadas y medidas de manera probabilística, ya que son amplias y pueden aplicarse de manera general para varias empresas de distintos sectores.

Referencias Bibliográficas

- Andrés, V. (2015). Finanzas Conductuales. [Economipedia.com].
<https://economipedia.com/definiciones/finanzas-conductuales-del-comportamiento.html>
- Asociación Española de Calidad. (2014). Responsabilidad social Empresarial.
<https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/responsabilidad-social-%20empresarial>
- Ballena, K. (2016). *La responsabilidad social y su impacto en la estructura financiera y económica de la empresa Cementos Pacasmayo S.A.A. para contribuir a su desarrollo sostenible*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú).
https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8144/ballenavargas_kristell.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *InnovaG*, (2), 56-62.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749>
- Bermúdez, Y. y Mejía, A. (2018). La medición de la responsabilidad social corporativa: el caso de las pequeñas empresas en América Latina. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315-325.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1815-59362018000300315&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Cajiga, J. (2012). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Centro Mexicano para la Flantropía (Cemefi).
https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Duarte, L., Rosado, Y. y Basulto, J. (2014). El comportamiento y el bienestar financiero como factores competitivos entre los docentes en una institución de educación superior. *Mercados y Negocios*, (30), 129-148.
<https://doaj.org/article/ad61fb12261946cd83884ba9844eec40>

- Flórez, L. (2008). Evolución de la teoría financiera en el siglo XX.2012. *Ecos de Economía*, 12(27), 145-168.
<https://www.redalyc.org/pdf/3290/329027263004.pdf>
- Figuerola, M. (2016). Comportamiento financiero de las empresas en Chile. *Estudios De Economía*, 10(1), 147–164.
<https://revistas.uchile.cl/index.php/EDE/article/view/40498>
- García, B. y Patjane, K. (2005). *Percepción e importancia de los incentivos de los trabajadores de nivel operativo de hoteles ubicados en el centro de la ciudad de Puebla*. (Tesis de licenciatura, Universidad de las Américas Puebla. Puebla, México).
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_g_b/
- Guzmán, M. (2015). Dimensión interna de la responsabilidad social empresarial desde la óptica de la gestión de recursos humanos. *Saber*, 28(4), 794-805.
<https://www.redalyc.org/journal/4277/427751143013/html/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª. ed.). Mc Graw Hill.
- Hernández, V. y Saltos, W. (2015). *Análisis del comportamiento financiero de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito educadores de Chimborazo LTDA. Y su incidencia en la toma de decisiones en el proceso de captaciones, en el periodo económico 2013*. (Tesis de maestría, Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba, Ecuador).
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/2258>
- Lapa, L. (2014). *La Responsabilidad Social Empresarial frente a la Colectividad Laboral en el Perú*. (Tesis doctoral, Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú).
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1135/lapa_s.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lyons, A., Chang, Y y Scherpf, E. (2006). *Traducción de la educación financiera*

en cambio de comportamiento para las poblaciones de bajos ingresos.
Asesoramiento financiero y diario de planificación.

Martínez, A. (2013). Malos hábitos financieros.

Pérez, M., Espinoza, C. y Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023

Quichca, Z. (2018). *Responsabilidad Social Empresarial y Situación Financiera en Empresas Concesionarias de Alimentos, Distrito De SanMartín De Porres 2017*. (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo. Lima, Perú).

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23388/Quichca_HZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Reyno, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva*. (Tesis de maestría, Universidad Técnica Federico Santa María). <https://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/index.htm>

Roccheti, L., Medina, E., Olivera, J. y Gambini, G. (2019). Responsabilidad social corporativa (RSE) y su influencia sobre los resultados económicos de las empresas industriales en la ciudad de Tacna, período: 2010-2011. *Ciencia y Desarrollo*, (15), 81-87. <https://doi.org/10.33326/26176033.2013.15.329>

Rodríguez, J. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial y su incidencia en la competitividad y posicionamiento de la micro, pequeña y mediana empresa en el Perú 2005-2014*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú).

https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10489/rodriguezalcantara_janeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sainz, I. (2017). *El Comportamiento Financiero de las entidades de microfinanzas: análisis empírico del crecimiento y de las crisis de morosidad*. (Tesis de

doctorado, Universidad de Cantabria. Santander, España).

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/11540/Tesis%20ISF.pdf>

Viñan, J. (2017). *Aplicación de los indicadores Ethos para fortalecer la gestión de responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador*. (Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú).

<https://industrial.unmsm.edu.pe/upg/archivos/TESIS2018/DOCTORADO/tesis6.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero, en empresas agropecuarias, Distrito de Ate Vitarte, 2019

HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION	
Responsabilidad Social Empresarial y el Comportamiento Financiero en las empresas agropecuarias, del distrito de Ate Vitarte 2019	Responsabilidad social empresarial	<i>“Es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales⁶ de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.” (Cajiga,2012)</i>	Entorno interno	Gestión de recursos humanos	Reconocimiento al trabajador	1	Likert	
					Compromiso al trabajador	2-3		
					Salud ocupacional	4		
					Seguridad industrial	5		
					Adaptación al cambio	6-7-8		
					Relación con los proveedores	9-10		
	Comportamiento financiero			Entorno externo	Inversiones	Relación con los clientes	11-12-13	(4) Casi siempre
						Relación con los competidores	14-15	(5) Siempre
						Inversiones a corto plazo	16-17	
						Inversiones a largo plazo	18-19	
						Inversiones rentables	20-21	
						Fondos propios	22-23-24	
						Fondos de terceros	25-26	
Operatividad empresarial	27-28-29-30	Competitividad						

Anexo 2: Cuestionario

Está dirigida al personal de las empresas agropecuarias del distrito de Ate Vitarte, por ser la población objetivo de la presente investigación.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹					Relevancia ²					Claridad ³					Sugerencias
	VARIABLE I: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL																
	DIMENSIÓN 1: ENTORNO INTERNO	N	CN	A	CS	S	N	CN	A	CS	S	N	CN	A	CS	S	
1	La comunidad interna de la empresa tiene relación con los recursos naturales																
2	La empresa maneja un código de conducta para con su comunidad interna																
3	La empresa tiene la obligación de implementar la Responsabilidad social empresarial en relación con los recursos naturales																
4	El código de conducta empresarial está relacionado con los recursos naturales																
5	La Responsabilidad social como parte del código de conducta empresarial																
6	La comunidad interna de la empresa emplea una buena responsabilidad social empresarial																
7	Los recursos naturales han sido parte de cuidado de la comunidad interna de la empresa																
8	La empresa con Código de Conducta crece con mayor facilidad en el entorno social																

Anexo 3: Validación de instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgtr. Ponce Caceda, Juan Manuel

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Contador Público.

El título del proyecto de investigación es: "*Responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero en empresas agropecuarias, Distrito de San Isidro, 2019*" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de contabilidad, finanzas y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Carlos Martín Parra Damaso

D.N.I: 76244527



Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable 1 Responsabilidad Social Empresarial:

La obligación social corporativa es una unión del elemento del bazo en el ojo público al igual que sus trabajadores. Responsabilidad social empresarial ofrece nuevas aperturas de negocios; Del mismo modo, mirar la calidad y productividad en la clase y agregar a la mejora social, financiera y natural.

“La apropiación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la alteración del negocio se convierte en la recepción de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la racionalización de reservas.” (Pérez, Espinoza & Peralta, 2016, pág. 170).

II. Dimensiones

1. Entorno Interno:

“Este entorno considera como grupos de interés a los directivos, al general de los empleados, accionistas o dueños de las empresas, involucrando también el escenario en que se desarrollan las actividades de la empresa, como es el proceso productivo o la toma de decisiones.” (Reyno, 2006, pág. 44)

2. Entorno Externo

“El desarrollo de las actividades empresariales se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: Los socios comerciales, proveedores, clientes, interlocutores públicos, la comunidad local, las autoridades y Organizaciones de la sociedad Civil.” (Reyno, 2006, pág. 45)

III. Variable 2 Comportamiento Financiero:

IV. “Las finanzas conductuales son el estudio de cómo la psicología afecta las decisiones financieras y los procesos de los mercados financieros

V. Dimensiones

3. Inversiones:

4. Es la actividad económica por la cual se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la producción a futuro.

5. Financiamiento

Es la obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

6. Operatividad Empresarial

Constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios de la empresa; por tanto, su origen se encontraría en las partidas de ingresos y gastos que componen la Cuenta de Resultados.

Es un indicador clave, puesto que pone de manifiesto si las actividades ordinarias han proporcionado fondos líquidos suficientes para reembolsar los préstamos, pagar dividendos y realizar nuevas inversiones, sin recurrir a fuentes externas de financiación.



Matriz de operacionalización

Variable: Responsabilidad social Empresarial

<p>Responsabilidad Social Empresarial y el Comportamiento Financiero en las empresas agropecuarias, del distrito de San Isidro 2019</p>	<p>Responsabilidad social empresarial</p>	<p>“es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.” (Cemefi, 2012)</p>	<p>Entorno interno</p>	<p>Gestión de Recursos Humanos</p>	<p>Reconocimiento al trabajador</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Compromiso al trabajador</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Salud Ocupacional</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Seguridad industrial</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Adaptación al cambio</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
			<p>Entorno externo</p>		<p>Relación con los proveedores</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Relación con los clientes</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Relación con los competidores</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
	<p>Comportamiento financiero</p>	<p>“Las finanzas conductuales son el estudio de cómo la psicología afecta las decisiones financieras y</p>	<p>Inversiones financieras</p>		<p>Inversiones a Corto plazo</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Inversiones a Largo plazo</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>



<p>29</p> <p>La rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores</p>													
<p>30</p> <p>La empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad</p>													

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg): PONCE CACEDA Juan Manuel DNI: 07872779

Especialidad del validador: FINANZAS

15 de 11 del 2019

 Firma del Experto Informante.
Especialidad

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

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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgtr. Collahua Chico Jorge

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Contador Público.

El título del proyecto de investigación es: "**Responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero en empresas agropecuarias, Distrito de San Isidro, 2019**" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de contabilidad, finanzas y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Carlos Martin Parra Damaso

D.N.I: 76244527

Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable 1 Responsabilidad Social Empresarial:

La obligación social corporativa es una unión del elemento del bazo en el ojo público al igual que sus trabajadores. Responsabilidad social empresarial ofrece nuevas aperturas de negocios; Del mismo modo, mirar la calidad y productividad en la clase y agregar a la mejora social, financiera y natural.

“La apropiación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la alteración del negocio se convierte en la recepción de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la racionalización de reservas.” (Pérez, Espinoza & Peralta, 2016, pág. 170).

II. Dimensiones

1. Entorno Interno:

“Este entorno considera como grupos de interés a los directivos, al general de los empleados, accionistas o dueños de las empresas, involucrando también el escenario en que se desarrollan las actividades de la empresa, como es el proceso productivo o la toma de decisiones.” (Reyno, 2006, pág. 44)

2. Entorno Externo

“El desarrollo de las actividades empresariales se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: Los socios comerciales, proveedores, clientes, interlocutores públicos, la comunidad local, las autoridades y Organizaciones de la sociedad Civil.” (Reyno, 2006, pág. 45)

III. Variable 2 Comportamiento Financiero:

IV. “Las finanzas conductuales son el estudio de cómo la psicología afecta las decisiones financieras y los procesos de los mercados financieros

V. Dimensiones

3. Inversiones:

4. Es la actividad económica por la cual se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la producción a futuro.

5. Financiamiento

Es la obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta

6. Operatividad Empresarial

Constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios de la empresa; por tanto, su origen se encontraría en las partidas de ingresos y gastos que componen la Cuenta de Resultados.

Es un indicador clave, puesto que pone de manifiesto si las actividades ordinarias han proporcionado fondos líquidos suficientes para reembolsar los préstamos, pagar dividendos y realizar nuevas inversiones, sin recurrir a fuentes externas de financiación.



Matriz de operacionalización

Variable: Responsabilidad social Empresarial

<p>Responsabilidad Social Empresarial y el Comportamiento Financiero en las empresas agropecuarias, del distrito de San Isidro 2019</p>	<p>Responsabilidad social empresarial</p>	<p>“es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.” (Cemefi, 2012)</p>	<p>Entorno interno</p>	<p>Gestión de Recursos Humanos</p>	<p>Reconocimiento al trabajador</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Compromiso al trabajador</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Salud Ocupacional</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Seguridad industrial</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Adaptación al cambio</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
			<p>Entorno externo</p>		<p>Relación con los proveedores</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Relación con los clientes</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Relación con los competidores</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
	<p>Comportamiento financiero</p>	<p>“Las finanzas conductuales son el estudio de cómo la psicología afecta las decisiones financieras y</p>	<p>Inversiones financieras</p>		<p>Inversiones a Corto plazo</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Inversiones a Largo plazo</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>



		los procesos de los mercados financieros."				Inversiones Rentables	Encuesta, cuestionario y/o entrevista
			Financiamiento			Fondos propios	Encuesta, cuestionario y/o entrevista
			Operatividad empresarial			Fondos de Terceros	Encuesta, cuestionario y/o entrevista
					Competitividad	Encuesta, cuestionario y/o entrevista	

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias
	VARIABLE I: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL				
	DIMENSIÓN 1: ENTORNO INTERNO				
1	La empresa reconoce el esfuerzo de sus trabajadores	N CN A CS S N CN A CS S N CN A CS S			
2	La empresa incentiva el compromiso de sus trabajadores				



<p>29</p> <p>La rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores</p>																																					
<p>30</p> <p>La empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad</p>																																					

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: COLLAHUA ENRIQUE JORGE DNI: 06136386

Especialidad del validador: FINANCIERO

..... de del 2019

Firma del Experto Informante.
Especialidad

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

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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgr. Gonzales Motos Marcelo

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Contador Público.

El título del proyecto de investigación es: "*Responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero en empresas agropecuarias, Distrito de San Isidro, 2019*" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de contabilidad, finanzas y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Carlos Martín Parra Damaso

D.N.I.: 76244527



Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable 1 Responsabilidad Social Empresarial:

La obligación social corporativa es una unión del elemento del bazo en el ojo público al igual que sus trabajadores. Responsabilidad social empresarial ofrece nuevas aperturas de negocios; Del mismo modo, mirar la calidad y productividad en la clase y agregar a la mejora social, financiera y natural.

“La apropiación de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la alteración del negocio se convierte en la recepción de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la racionalización de reservas.” (Pérez, Espinoza & Peralta, 2016, pág. 170).

II. Dimensiones

1. Entorno Interno:

“Este entorno considera como grupos de interés a los directivos, al general de los empleados, accionistas o dueños de las empresas, involucrando también el escenario en que se desarrollan las actividades de la empresa, como es el proceso productivo o la toma de decisiones.” (Reyno, 2006, pág. 44)

2. Entorno Externo

“El desarrollo de las actividades empresariales se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: Los socios comerciales, proveedores, clientes, interlocutores públicos, la comunidad local, las autoridades y Organizaciones de la sociedad Civil.” (Reyno, 2006, pág. 45)

III. Variable 2 Comportamiento Financiero:

IV. “Las finanzas conductuales son el estudio de cómo la psicología afecta las decisiones financieras y los procesos de los mercados financieros

V. Dimensiones

3. Inversiones:

4. Es la actividad económica por la cual se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la producción a futuro.

5. Financiamiento

Es la obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

6. Operatividad Empresarial

Constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios de la empresa; por tanto, su origen se encontraría en las partidas de ingresos y gastos que componen la Cuenta de Resultados.

Es un indicador clave, puesto que pone de manifiesto si las actividades ordinarias han proporcionado fondos líquidos suficientes para reembolsar los préstamos, pagar dividendos y realizar nuevas inversiones, sin recurrir a fuentes externas de financiación.



Matriz de operacionalización

Variable: Responsabilidad social Empresarial

<p>Responsabilidad Social Empresarial y el Comportamiento Financiero en las empresas agropecuarias, del distrito de San Isidro 2019</p>	<p>Responsabilidad social empresarial</p>	<p>“es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.” (Cemefi, 2012)</p>	<p>Entorno interno</p>	<p>Gestión de Recursos Humanos</p>	<p>Reconocimiento al trabajador</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Compromiso al trabajador</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Salud Ocupacional</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Seguridad industrial</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Adaptación al cambio</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
			<p>Entorno externo</p>		<p>Relación con los proveedores</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Relación con los clientes</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Relación con los competidores</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
	<p>Comportamiento financiero</p>	<p>“Las finanzas conductuales son el estudio de cómo la psicología afecta las decisiones financieras y</p>	<p>Inversiones financieras</p>		<p>Inversiones a Corto plazo</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>
					<p>Inversiones a Largo plazo</p>	<p>Encuesta, cuestionario y/o entrevista</p>



3	La empresa dispone de condiciones adecuadas para mejorar el desempeño de los trabajadores									
4	La empresa está comprometida con la salud ocupacional de los trabajadores									
5	La empresa está comprometida con la seguridad industrial de los trabajadores									
6	Optimizar procesos y controles existentes ayudara la adaptación al cambio de los trabajadores									
7	Con la adaptación de los trabajadores a los programas de RSE, la empresa será reconocida como agente positivo para la comunidad									
8	La adaptación al cambio de los trabajadores afectara en el desempeño de sus funciones									
	DIMENSIÓN 2: ENTORNO EXTERNO									



VARIABLE II: COMPORTEAMIENTO FINANCIERO	
DIMENSIÓN 3: INVERSIONES	
La empresa analiza oportunidades de inversión que proyecten rentabilidad	
16	
La empresa realiza estudios de mercado previa realización de inversiones	
17	
La empresa realiza un análisis de factibilidad financiera antes de ejecutar inversiones	
18	
La empresa prioriza la seguridad al rendimiento para optar por opciones de inversión	
19	
La empresa genera mayor rentabilidad, arriesgando más en sus inversiones	
20	
La empresa cuenta con respaldo económico que le permite realizar inversiones ^{de Alto} bajo riesgo	
21	
DIMENSIÓN 4: FINANCIAMIENTO	



29	La rentabilidad de la empresa es consecuente de una mayor producción, a diferencia de sus competidores				
30	La empresa mejora la calidad de sus productos para generar mayor rentabilidad				

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []


Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: GONZALO RAYOS MARCOS DNI: 08711426

Especialidad del validador: JURANZAS

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

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

...18 de 11 del 201



Firma del Experto Informante.
Especialidad



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo, **Arturo Jaime Zúñiga Castillo**, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y **Escuela Profesional de Contabilidad** de la Universidad César Vallejo Sede San Juan de Lurigancho, revisor (a) de la tesis titulada "Responsabilidad social empresarial y el comportamiento financiero en empresas agropecuarias, Distrito de Ate Vitarte, 2019", del estudiante Carlos Martin Parra Damaso constato que la investigación tiene un índice de similitud de **28%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de noviembre del 2019

Firma
Arturo Jaime Zúñiga Castillo
DNI: **09225053**

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------