



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**“Planeamiento estratégico y la responsabilidad social
empresarial en aeropuertos comerciales administrados por
Corpac S.A. 2018”.**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios- MBA.

AUTOR:

Br. Paul Alfonso Pillaca Samora

ASESOR:

Dr. Leonidas Eduardo Pando Sussoni

SECCIÓN:

Ciencias empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas gerenciales

Lima - Perú

2018

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) PAUL ALFONZO PILLACA SAMORA, cuyo título es:

"PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN AEROPUERTOS COMERCIALES ADMINSTRADOS POR CORPAC S.A."

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 catorce.

Lima, San Juan de Lurigancho 17 de agosto del 2018


 P.P.
 Dr. Hugo Prado López
 PRESIDENTE


 Dra. Fatima del Socorro Torres Cáceres
 SECRETARIO


 7/8
 Dr. Leonidas Pando Sussani
 VOCAL

 Esboro	 Dirección de Investigación	Revisó	 Responsable del SGC	 T. J. J. J. Correción de Investigación
---	---	--------	--	---

Dedicatoria

A mi familia, por su apoyo para lograr una meta más de mi desarrollo académico y comprenderme por quitarles el tiempo que pude dedicarlos.

Agradecimiento

A la universidad Cesar Vallejo, por permitirme la oportunidad de culminar con satisfacción el grado académico de Magister en Administración de Negocios dentro de mis limitaciones de tiempo conjugado entre el estudio y el trabajo.

A mis asesores de tesis como el Dr. Leonadas Eduardo Pando Sussoni y Dra. Fátima del Socorro Torres Cáceres, por guiarme adecuadamente en la conclusión de la presente trabajo de investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo Paul Alfonso Pillaca Samora, con DNI N° 09232297, estudiante del Programa de Maestría en Administración Negocios de la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo, con la Tesis Titulada: Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en Aeropuertos comerciales administrados por CORPAC S.A 2018; a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para optar algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo

Lima, agosto del 2018.



Br. Paul Alfonso Pillaca Samora.

DNI: 09232297

Presentación.

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada "Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018", la misma que someto a vuestra consideración y espero cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el grado de Magister en Administración de Negocios.

Sobre este particular, considerando que la responsabilidad social empresarial es el pilar de la competitividad, ya que la misma sociedad cada vez más consciente de la realidad medioambiental exige el involucramiento de este tema muy importante para construir una sociedad futura más limpia, más justa, más saludable y que además las empresas deberían de integrar dentro de su planeamiento estratégico. En tal sentido, el objetivo de la presente investigación es: Determinar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Esta investigación consta de 8 capítulos, los cuales se detallan a continuación: en el capítulo I, se trata acerca de la realidad problemática, donde explica los aspectos más resaltantes de la problemática que se desea resolver, se exponen los trabajos previos y las teorías relacionadas al tema con sus respectivas dimensiones. También se formulan el problema a través de una pregunta, se plantea la justificación del estudio y la hipótesis como el objetivo que guiarán la investigación. El segundo Capítulo, está referida al marco metodológico, el cual define el diseño de la investigación, se analizan las variables y también se operacionalizan, Así también se muestran las técnicas e instrumentos de recolección de datos, los métodos de análisis de datos y aspectos éticos. El tercer capítulo, está referido a los resultados a los cuales ha llegado la investigación. El cuarto capítulo. La discusión con los estudios revisados. El quinto capítulo, las conclusiones finales a las que se llegó en el presente estudio. El sexto capítulo, las recomendaciones en base a los resultados obtenidos. El séptimo capítulo, se presentan las referencias bibliográficas consultadas. Finalmente, en el octavo capítulo, se incluyen a los anexos.

Paul Alfonzo Pillaca Samora.

Índice

Páginas del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	xi
RESUMEN	xiii
ABSTRAC	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
1.1 Realidad problemática	16
1.2 Trabajos previos	17
1.3 Teorías relacionados al tema	20
1.4 Formulación del problema	46
1.5 Justificación del estudio	47
1.6 Hipótesis	47
1.7 Objetivos	48
II. MÉTODO	50
2.1 Diseño de la investigación	51
2.2 Variables, operacionalización	51
2.3 Población y muestra	54
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	55
2.5 Métodos de análisis de datos	59
2.6 Aspectos éticos	59

III.	RESULTADOS	60
	3.1 Presentación de resultados	61
IV.	DISCUSIÓN	85
V.	CONCLUSIONES	91
VI.	RECOMENDACIONES	94
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96
VIII.	ANEXOS	102
	Anexo A: Matriz de consistencia	103
	Anexo B: Instrumento	107
	Anexo C: Matriz de operacionalización de las variables	111
	Anexo D: Base de datos	113
	Anexo E: Datos para prueba de confiabilidad	121
	Anexo F: Lista de trabajadores y aeropuertos comerciales del Perú	122
	Anexo G: Cartas para realización de autorización para aplicar trabajo de campo	123
	Anexo H: Certificado de validación de instrumento	132
	Anexo I: Artículo Científico	138

Lista de tablas

		Pág.
Tabla 1	Operacionalización de la variable 1 Planeamiento estratégico	53
Tabla 2	Operacionalización de la variable 2: Responsabilidad social empresarial	54
Tabla 3	Validez del contenido del instrumento sobre la variable de planeamientos estratégico	56
Tabla 4	Validez del contenido del instrumento: responsabilidad social empresarial	57
Tabla 5	Coeficiente de Alfa de Cronbach	58
Tabla 6	Estadístico de fiabilidad del instrumento planeamiento estratégico	58
Tabla 7	Estadístico de fiabilidad del instrumento responsabilidad social empresarial	59
Tabla 8	Distribución de frecuencias, percepción sobre el planeamiento estratégico	61
Tabla 9	Distribución de, frecuencias, percepción sobre la RSE	62
Tabla 10	Distribución frecuencias, percepción sobre el análisis de la situación del P E.	63
Tabla 11	Distribución frecuencias, percepción sobre el diagnóstico de la situación P E.	64
Tabla 12	Distribución frecuencias, percepción sobre el sistema de objetivos P.E.	65
Tabla 13	Distribución frecuencias, percepción sobre las estrategias corporativas P.E.	66
Tabla 14	Distribución frecuencias, percepción sobre las decisiones operativas P. E.	67
Tabla 15	Distribución frecuencias, percepción sobre RSE en la organización	68
Tabla 16	Distribución frecuencias, percepción sobre la RSE de las personas	69
Tabla 17	Distribución frecuencias, percepción sobre la RSE de las relaciones	70
Tabla 18	Distribución frecuencias, percepción sobre la RSE el ambiente	71
Tabla 19	Distribución frecuencias, del planeamiento estratégico y la RSE	72
Tabla 20	Distribución, frecuencias de la relación entre el análisis de la situación y la RSE	73
Tabla 21	Distribución frecuencias, relación entre el diagnóstico de la situación y la RSE	74
Tabla 22	Distribución frecuencias, relación entre el sistema de objetivos y RSE	75
Tabla 23	Distribución frecuencias, relación entre las estrategias corporativas y RSE	76
Tabla 24	Distribución, frecuencias, relación entre las decisiones operativas y RSE	77

Tabla 25	Prueba de normalidad	79
Tabla 26	Tabla de interpretación del coeficiente de correlación de Spearman	79
Tabla 27	Significancia y correlación entre la planeación estratégica y RSE en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018	80
Tabla 28	Significancia y correlación entre el análisis de la situación y la RSE en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018	81
Tabla 29	Significancia y correlación entre el diagnóstico de la situación y la RSE en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018	82
Tabla 30	Significancia y correlación entre el sistema de objetivos y RSE en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018	83
Tabla 31	Significancia y correlación entre las estrategias corporativas y la RSE en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018	83
Tabla 32	Significancia y correlación entre las decisiones operativas y la RSE en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018	84

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1 Modelo integral de dirección estratégica	22
Figura 2 El cuadro de mando integral	23
Figura 3 Pirámide de RSE según Carrol	36
Figura 4 Elementos de la RSE según el modelo de RESOCO	38
Figura 5 Dimensiones de la RSE según INCAE	39
Figura 6 Distribución porcentual de la percepción sobre el planeamiento estratégico.	61
Figura 7 Distribución porcentual , percepción sobre responsabilidad social empresarial	62
Figura 8 Distribución porcentual, de la percepción de los trabajadores sobre el análisis de la situación de la variable planeamiento estratégico	63
Figura 9 Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores sobre el diagnóstico de la situación de la variable planeamiento estratégico	64
Figura 10 Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores sobre el sistema de objetivos de la variable planeamiento estratégico	65
Figura 11 Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la dimensión estrategias corporativas de la variable planeamiento estratégico	66
Figura 12 Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la dimensión decisiones operativas de la variable planeamiento estratégico	67
Figura 13 Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la responsabilidad social en la organización de la variable responsabilidad social empresarial	68
Figura 14 Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la responsabilidad social sobre las personas de la variable responsabilidad social empresarial	69
Figura 15 Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la responsabilidad social sobre las relaciones de la variable responsabilidad social empresarial	70
Figura 16 Distribución porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la responsabilidad social sobre el ambiente de la variable responsabilidad social empresarial	71

Figura 17	Distribución porcentual de la relación del planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial	72
Figura 18	Distribución porcentual de la relación entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial	73
Figura 19	Distribución porcentual de la relación entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial	74
Figura 20	Distribución porcentual de la relación entre el sistema de objetivos y la responsabilidad social empresarial	75
Figura 21	Distribución porcentual de la relación entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial	77
Figura 22	Distribución porcentual de la relación entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial	78

Resumen

La investigación titulada “Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018”, cuya finalidad es resaltar la importancia de la responsabilidad social empresarial como objetivo estratégico dentro del plan estratégico de la compañía Corpac S.A. Así mismo el objetivo de esta investigación fue determinar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A., por medio del empleo de instrumentos que permitieron definir la relación entre ambas variables.

Para tal efecto se empleó el diseño no experimental de enfoque cuantitativo y de alcance correlacional, el estudio se realizó sobre una población 120 trabajadores distribuidos entre los 9 aeropuertos comerciales de Corpac S.A., que constituyen el 100% de la población. Para el recojo de la información se empleó como instrumento de medición el cuestionario de 41 preguntas debidamente validado. Posterior al recojo de la información se aplicó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman a fin de determinar la correlación de las variables: planeamiento estratégico y responsabilidad social empresarial.

De aplicación de dicha prueba se concluyó que existe relación significativa entre las variables planeamiento estratégico y la variable responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, con un nivel de significancia de $p = 0.000$ y un coeficiente de correlación de 0.894, es decir una correlación alta.

Palabras clave: Planeamiento estratégico, Responsabilidad social empresarial, Corpac S.A.

Abstract

The research entitled "Strategic planning and corporate social responsibility in commercial airports managed by Corpac S.A. 2018 ", whose purpose is to highlight the importance of corporate social responsibility as a strategic objective within the strategic plan of the company Corpac S.A. Likewise, the objective of this research was to determine the relationship between strategic planning and corporate social responsibility in commercial airports administered by Corpac S.A., through the use of instruments that allowed to define the relationship between both variables.

For this purpose, the non-experimental design with a quantitative approach and correlational scope was used. The study was conducted on a population of 124 workers distributed among the 9 commercial airports of Corpac SA, which make up 100% of the population. For the collection of the information, the questionnaire of 41 questions, duly validated, was used as measurement instrument. After the information was collected, Spearman's Rho correlation coefficient was applied in order to determine the correlation of the variables: strategic planning and corporate social responsibility.

Based on this test, it was concluded that there is a direct and significant relationship between the strategic planning variables and the corporate social responsibility variable in the commercial airports managed by Corpac S.A. 2018, with a level of significance of $p = 0.000$ and a correlation coefficient of 0.894, that is, high correlation.

Keywords: Strategic planning, Corporate social responsibility.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

El amanecer del tercer milenio es una época de permanente competencia, contar con herramientas adecuadas para lograr los objetivos empresariales no solo es necesaria si no indispensable. Precisamente el planeamiento estratégico permite a las empresas concretar todo aquello que se propone para mantenerse en el mercado, hoy en día no basta solamente tener ventaja comparativa, para mantener la sostenibilidad de la cuota de mercado es necesario ser altamente competitivo. Para ello, se requiere la participación y el compromiso de todos los integrantes de la organización. Dentro de esta planificación, también es importante considerar la responsabilidad social empresarial, el cual es un tema de actualidad y a la cual todas las empresas deben insertarse.

En sus inicios, la responsabilidad social de las empresas solo era valor agregado para generar utilidades. Sin embargo, las empresas deben tener en cuenta que su intervención en un espacio afecta ya sea de manera positiva o negativa en dicho ambiente, donde se encuentran los trabajadores y también la comunidad en general. El planeamiento estratégico y la responsabilidad social son dos aspectos que toda empresa debe tener en cuenta. En tal sentido, el planeamiento estratégico debe insertar dentro de sus objetivos estratégicos a la responsabilidad social empresarial de la organización.

De manera general en los aeropuertos del Perú, la responsabilidad social de esta compañía se da a través de dos dimensiones; la primera es una dimensión interna y está relacionada a los trabajadores, su impacto medioambiental, también la gestión de las materias primas, a las condiciones laborales de sus miembros o a la peligrosidad a la que están expuestos los trabajadores frente a sus productos o servicios. Una segunda dimensión está relacionada a la dimensión externa y esta se refiere a los actores de la comunidad, es decir los stakeholders, donde también se integra a la comunidad que en este caso vive cerca a los aeropuertos. En el caso de Aeropuertos, emergentes denominado así, debido a que en los últimos años el crecimiento acelerado de la demanda de pasajeros se ha incrementado considerablemente sobre todo en los Aeropuerto de las ciudades como Jauja, Jaén y Huánuco. Los restantes seis aeropuertos abiertos al tránsito aéreo comercial (aeropuertos de las ciudades de; Chimbote, Tingo María, Mazamari, Yurimaguas, Rioja y Juanjuí) en los cuales el incremento de la necesidad de transporte aéreo de pasajeros, requerirá aeronaves de mayor

envergadura. Los Aeropuertos generalmente se encuentra alejado a unos kilómetros de la ciudad, sin embargo el crecimiento de la ciudad y las necesidades de vivienda también afectan al punto de que cada vez más viviendas se construyen muy próximos a los aeropuertos, sin control adecuado de los gobiernos locales y regionales, sin la debida medida de seguridad operacional y el impacto de las contaminaciones que generan las aeronaves al aterrizar y despegar. Este problema es común en todos los terminales aéreos y son diversos en lo relacionados con la responsabilidad social empresarial por ejemplo el ruido de las aeronaves, contaminación del agua y del suelo en las proximidades del aeropuerto, desechos que producen los mismos y problemas ambientales que podrían surgir de los accidentes de aeronaves con mercancías peligrosas y procedimientos de emergencia. Esta información relacionada a los temas mencionados es obtenida a través de información documental pero también a través de encuestas, las cuales se procesan para encontrar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el planeamiento estratégico de la empresa.

Es por ello, que la presente investigación tendrá como objetivo principal determinar de qué manera los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A., tienen relación con la responsabilidad social empresarial en el plan estratégico.

1.2 Trabajos previos.

Para esta investigación se tuvo en cuenta antecedentes internacionales y nacionales teniendo en cuenta las variables y la metodología empleada que sirve como una base y sustento del trabajo.

Antecedentes internacionales

Uribe (2017), en su tesis denominada La responsabilidad social empresarial en las instituciones del sector financiero de Ibagué (Colombia), esta tesis tuvo como objetivo determinar el enfoque estratégico y las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realizan las instituciones financieras que operan en Ibagué. La investigación es de tipo descriptiva y correlacional, llegando a las siguientes conclusiones: existe una alta correlación en todas las dimensiones de la variable RSE. Sin embargo, ello no contribuye al desarrollo del proceso de sensibilización ambiental que debe realizarse con los productos y/o servicios que ofrecen las empresas a sus clientes. En cuanto al atributo participación de los empleados se

concluyó que ellos no tienen ninguna participación en los beneficios o utilidades que obtienen las instituciones, por el contrario es opuesta a los demás factores estudiados, por obtener la menor calificación y correlación más baja. Lo que demuestra que esta práctica no se desarrolla en las instituciones financieras del estudio. En términos, estas instituciones vienen emprendiendo una serie de acciones relacionadas a la RSE, atendiendo de diversas maneras a los diferentes enfoques mencionados.

Mena (2015), en su tesis denominada Planificación estratégica incorporando responsabilidad social de la empresa DISMAC S.C.C. para el período 2014 – 2018, de la Universidad de Las Fuerzas Armadas de Ecuador, tuvo como objetivo “elaborar la planificación estratégica incorporando responsabilidad social de la empresa DISMAC S.C.C., que facilite la alineación de los objetivos estratégicos y estrategias, con el fin de mejorar el comportamiento el talento humano, la optimización de los recursos a través de buenas prácticas de gestión ambiental dentro de la organización”. Teniendo como metodología inductiva, correlacional y transversal. Finalmente la investigación llega a las siguientes conclusiones: DISMAC S.C.C. es una empresa que prioriza la planificación estratégica, sin descuidar la responsabilidad social con los grupos de interés vinculados con mejorar la calidad de vida de sus colaboradores. Para proponer las mejoras tienen en cuenta los factores internos y externos de la empresa, facilitando el diagnóstico de la situación. Así también, incorpora a los directivos y trabajadores dentro de la elaboración del plan. Del mismo modo, la empresa considera la incorporación de la Responsabilidad Social como el camino más corto para mejorar la imagen social, la misma que permitirá adquirir sostenibilidad en un futuro que cada vez es más cambiante y competitivo.

Bedoya (2013), en su investigación denominada La responsabilidad social en el plan estratégico de las empresas Caso: Camari, la autora en esta investigación tuvo como objetivo general determinar en qué medida mediante la propuesta de un modelo de gestión, la responsabilidad social debe ser parte del plan estratégico de las empresas, tomando el caso Camari. Es así que la autora llega a las siguientes conclusiones: la responsabilidad social debe formar parte del plan estratégico de la empresa y de su modelo de gestión, pues sólo de esta manera podrá concretar los objetivos de orden social. De acuerdo al diagnóstico realizado a la empresa Camari, se concluye que ésta realiza actividades de RSE, pero que deben ser

integradas al plan estratégico de la empresa. Las actividades de RSE que realiza la empresa Camari son coherentes con su filosofía empresarial.

Antecedentes nacionales

Vilca (2017), en su tesis denominada Responsabilidad social empresarial y el plan estratégico de la empresa minera Aruntani S.A.C., período 2014, la autora tuvo como objetivo general evaluar el grado de desarrollo de los indicadores de responsabilidad social empresarial y su nivel de participación dentro del plan estratégico en la empresa minera Aruntani S.A.C., período 2014. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo, correlacional y diseño no experimental, transversal. Es así que la autora llega a las siguientes conclusiones: respecto a la evaluación de las prácticas de RSE a nivel interno, los resultados muestran que el indicador de valores y coherencia es calificado por los encuestados involucrados, de bueno en un 42% y en cuanto al indicador público interno lo calificó de bueno en 50%. En el aspecto del grado de desarrollo de los indicadores externos del RSE, en el aspecto de los proveedores se obtuvo el 42%, relación con los consumidores es 75%, relación con la comunidad es 67% y medioambiente 58%, los mencionados actores externos lo califican de bueno. Sin embargo, cuando se contrasta los resultados con el plan estratégico se puede observar que la integración de los indicadores externos del RSE dentro del plan estratégico de la empresa tiene una calificación de 2, resultado que no es significativo. Esto demuestra que la RSE no está integrado dentro del plan estratégico de la empresa o solo está en intenciones más no se plasma en la práctica.

Hernández y Manrique (2017), en su tesis La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca, tuvieron como objetivo general analizar la influencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. Así también tuvieron como metodología de estudio el enfoque mixto, descriptivo y de diseño no experimental transversal. Y llegaron a las siguientes conclusiones: la responsabilidad social empresarial influencia de forma positiva en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca, esta influencia se traduce en beneficio económico, competitividad y desarrollo de la empresa.

Álvarez (2017), en su tesis denominada El planeamiento estratégico y el desarrollo institucional de Corpac, sede Callao. 2015. Esta tesis tuvo como objetivo general hallar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015. Así también, el tipo de investigación fue básica, método hipotético deductivo, de nivel correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y transversal. Y llegó a las siguientes conclusiones: (a) el planeamiento estratégico tuvo una correlación positiva débil y significativa con el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015; (b) la previsión sistémica tuvo correlación positiva débil y significativa con el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015; (c) la estrategias y recursos tuvo una correlación positiva débil y significativa con el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015; (d) el monitoreo y control tuvo una correlación positiva débil y significativa con el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015.

Castañeda y Tapia (2015), en su tesis denominada Planeamiento estratégico y la evaluación de proyectos de inversión pública en el organismo supervisor de las contrataciones del estado-Jesús María. Lima, 2014. Tuvo como objetivo general determinar qué relación existe entre el Planeamiento Estratégico y la evaluación de Proyectos de Inversión Pública en el Organismo Supervisor de Contrataciones del Estado - Jesús María. Lima, 2014. El método empleado en la investigación fue el hipotético-deductivo. Esta investigación utilizó para su propósito el diseño no experimental de nivel correlacional de corte transeccional. Y llegó a las siguientes conclusiones: el Planeamiento Estratégico se relaciona significativamente con la Evaluación de Proyectos de Inversión Pública en el Organismo Supervisor de Contrataciones del Estado-Jesús María. Lima, 2014; habiéndose encontrado un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.744, lo que representó una alta asociación entre las variables.

1.3 Teorías relacionadas al tema.

El marco teórico se sustenta en las teorías relacionadas a las variables de investigación, que en este caso es el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial. Para poder iniciar este acápite se tendrá en cuenta el marco conceptual de la investigación.

Variable 1: Planeamiento estratégico

La planeación como término genérico es una función que la empresa realiza cotidianamente y al respecto existe mucha literatura. Sin embargo, entre los puntos de vista vertidos en cada concepto la mayoría coincide que el planeamiento es de acuerdo a Sainz de Vicuña “tomar un rumbo planificado y acertado ahora, para obtener resultados óptimos mañana” (Sainz, 2012).

Para Díaz (2005), el planeamiento estratégico es una función natural de la administración, que consiste en plantear los fundamentos hoy del papel que jugará la empresa en la sociedad, teniendo en cuenta las decisiones que debe tomar en el presente para alcanzar dicho futuro.

En estos dos conceptos se puede rescatar dos términos en común: el primero es “decisiones presentes”, para el planeamiento estratégico es importante tomar un rumbo planificado y acertado ahora, para obtener resultados óptimos mañana a mediano o corto plazo. Sin embargo es necesario resaltar que estas decisiones deben tomarse en hecho fundamentados, en proyecciones y en análisis realizados previamente, sólo así se podrá obtener un resultado óptimo. El segundo término es “resultados en el futuro”, precisamente ello es lo que se quiere conseguir con las actividades que se implementan en el ahora, debido a que el futuro solo es una construcción de lo que se realiza en el presente y estos deben estar ceñidos a un plan, un conjunto de actividades, un responsable y un período en el cual se pueda concretar.

Modelos de planeamiento estratégico

Para analizar la variable planeamiento estratégico y sus componentes, se describirán dos modelos de planeamiento estratégico de acuerdo a los autores que lo sustentan:

El modelo de planificación estratégica presentado por Fred (2003), al respecto el autor manifiesta que la planeación estratégica es un proceso arduo y complejo que traslada a la empresa a un territorio desconocido. Esta planeación estratégica de la cual habla el autor se desglosa en tres etapas y plantea las siguientes etapas: (Palacios, 2018):

Formulación de la estrategia.

La cual comprende las siguientes fases: (a) redactar la visión y misión de la empresa, (b) conocer los factores internos y externos, (c) planteamiento de objetivos a largo plazo y (d) elaboración de las estrategias (Palacios, 2018, p.55).

Implantación de estrategias. Está conformada por (a) definir la función de la gerencia, (b) definición de la función de la mercadotecnia, así también de las finanzas y contabilidad, como también la investigación y desarrollo. Del mismo modo, debe analizarse los sistemas de información de la gerencia. (Palacios, 2018, p.55).

Evaluación de la estrategia. Comprende la medición y evaluación del rendimiento (Palacios, 2018)

Fred (2003), recomienda que deben aplicarse las auditorías externas e internas para la elaboración de la matriz de factores internos y externos, en dicha operación se necesita la participación de los directivos y empleados.

Posteriormente, se encuentra la implementación de la estrategia, que a la consideración del autor de este modelo, es la más complicada porque implica mayor esfuerzo. Finalmente se termina el plan evaluando los resultados alcanzados. En la figura N° 1, se muestra el modelo planeado por Fred David.

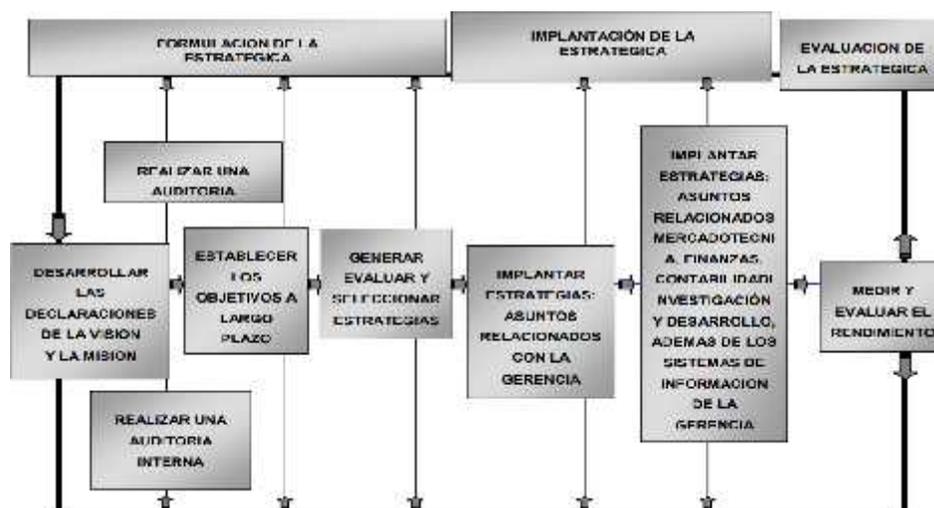


Figura 1. Modelo integral de dirección estratégica. Fuente: Conceptos de Administración estratégica.

En segundo lugar, se tiene el modelo de Norton y Kaplan (2009), denominado cuadro de mando integral. Quienes sostienen que el plan estratégico debe estar insertado dentro de un proceso de planeamiento estratégico y que la misión y estrategias se deben transformar en objetivos medibles, los cuales se organizan en cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje y crecimiento. Además agregan que el cuadro de mando

integral es más que un sistema de medición táctico operativo, en la actualidad las empresas lo utilizan como un sistema de gestión estratégica, para que puedan gestionar su estrategia a largo plazo, donde pueden obtener lo siguiente (Norton y Kaplan, 2009): (a) transformar la visión y la estrategia, (b) comunicar y vincular los objetivos e indicadores estratégicos, (c) planificar, establecer objetivos y alinearlas iniciativas estratégicas y (d) aumentar el feedback y formación estratégica.

De todo ello Kaplan y Norton (2009), afirman que el cuadro de mando integral es un modelo vertical de mando y control, donde el director es quien determina la dirección de la organización, mientras que los empleados de primera línea ponen en práctica el plan establecido. En la figura N° 2 se muestra el modelo de los autores mencionados:

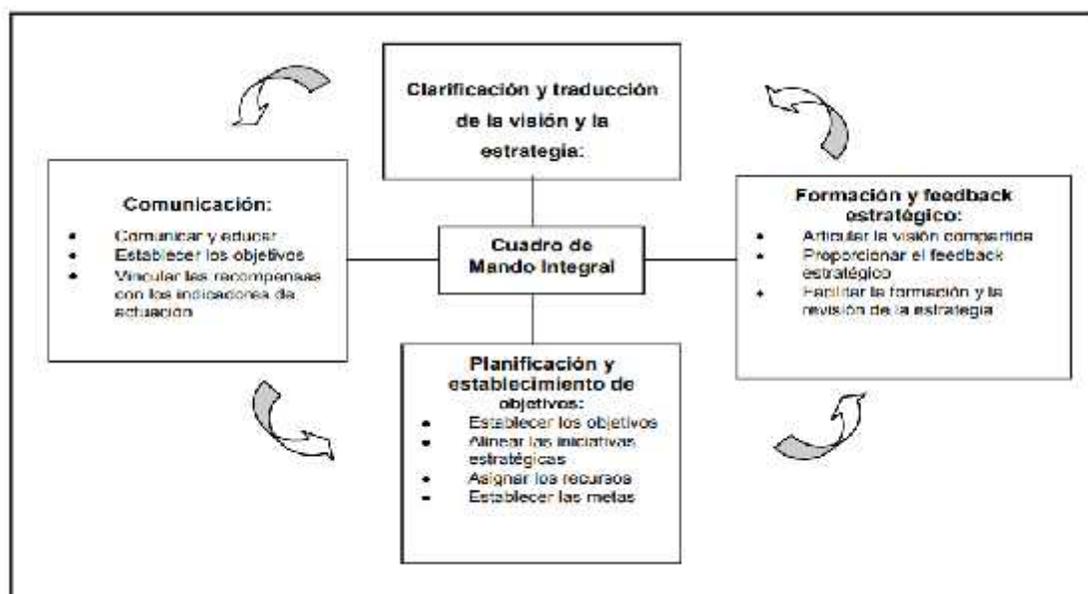


Figura 2. El cuadro de mando integral. Fuente: Kaplan y Norton (2009, p. 29).

Dimensiones de la variable planeamiento estratégico

Las dimensiones del planeamiento estratégico corresponde a las etapas del plan estratégico, para ello se tomará como base lo expuesto por Sainz de Vicuña (2012, p.58), quien divide el plan estratégico en 5 etapas: (a) análisis de la situación; (b) diagnóstico de la situación; (c) sistemas de objetivos corporativos; (d) elección de estrategias y (e) decisiones operativas.

Dimensión 1. Análisis de la situación

En esta dimensión del planeamiento estratégico se requiere de mucha información el cual debe ser riguroso y detallado, pues esta información servirá de base para establecer el diagnóstico (Sainz, 2012).

Este análisis se divide en dos y refiere a la situación interna y externa de la empresa.

Análisis de la situación externa.

De acuerdo a D'Alessio (2008, p. 117), “el análisis de la situación consiste en recabar información del mercado, tanto de factores internos y externos para que los directivos tomen decisiones con respecto a la elaboración de la estrategia”. En este análisis se detalla el comportamiento de los factores externos a la empresa y cómo afecta a la misma, se estudia el comportamiento histórico de las ventas y cuál es su proyección al corto, mediano y largo plazo. Es por ello, que se analizan aspectos como clientes y proveedores para identificar debilidades y fortalezas de la empresa frente a sus competidores. Del mismo modo, se tratan las oportunidades así como las amenazas que la empresa debe encarar para sobre salir en el mercado. La finalidad de este estudio es identificar los factores clave de éxito en el mercado en el que se desenvuelve la empresa. En tal sentido, debe contemplar los siguientes tipos de análisis:

Análisis del entorno.

Este análisis tiene por objetivo analizar el impacto de los factores exógenos y que no pueden ser controlados por la empresa, porque no dependen de ella. A continuación se mencionan cada uno de ellos para describirlos detalladamente.

Factores económicos. Es el conjunto de factores que muestran las tendencias en este aspecto, así también lo relacionado al financiamiento de las empresas y por último muestra las decisiones que pueden tomar los inversionistas (D'Alessio, 2008). Aquí se tratan aspectos como la evolución del PBI, las inversiones realizadas en el país o el lugar donde se desempeña la empresa, la tasa de interés tanto activa como pasiva del sector financiero, la inflación actual y cómo afecta al mercado, las exportaciones, pero también las importaciones, el consumo o demanda del mercado, entre otros aspectos. En el caso del Perú, según un estudio realizado por el Banco Central de Reserva (citado

por El Comercio, 2016), en el mes de diciembre de 2016, los especialistas proyectaban un crecimiento del PBI del 4.0% para el año 2017. Sin embargo factores como la corrupción de Odebrecht, el fenómeno del Niño Costero ocasionó que el crecimiento se frene y en consecuencia no se logró las expectativas esperadas. En este comentario se puede apreciar que las empresas pueden proyectar su crecimiento, pero existen factores exógenos no esperados que cambian las expectativas de la organización. Otro de los indicadores es la inflación, la cual afecta de manera directa cualquier programa o plan que haga la empresa. En el Perú, a 2018 de acuerdo al INEI (2018), la inflación entre los meses de enero a mayo fue ascendió a 0.75%, teniendo en cuenta que en abril de ese año bajó en 0.02%.

Factores tecnológicos. Se trata de los productos nuevos que han surgido en el sector donde se desenvuelve la empresa, también los productos sustitutos con aplicación de nuevas tecnologías. De acuerdo a D'Alessio (2008), la tecnología se caracteriza por la velocidad en cambia en el tiempo, también se considera la innovación científica en los aspectos donde se desarrolla la empresa y otros ámbitos. Así también la información que la empresa absorbe y la manera cómo esta puede adaptarse a los cambios. En el caso de la empresa Corpac S.A., los cambio tecnológicos se realizan a nivel de State Of The art, para mantener la seguridad operacional, esto quiere decir contar con lo último y lo mejor de la tecnología de vanguardia para asegurar vidas humanas en el aire, y en la parte de servicios aeroportuarios la infraestructura se da en la actualización de los equipos de seguridad, sin embargo es necesario mencionar que en todos los aeropuertos de este estudio, las condiciones tecnológicas no son las mismas. Por ejemplo, las condiciones tecnológicas del Aeropuerto Jorge Chávez, no son comparables al aeropuerto de Rioja (región Amaazoas) que tiene algunas deficiencias en ese aspecto y tampoco se puede comparar al aeropuerto de Cuzco, donde hay una gran acogida de turistas. Al parecer, el desarrollo tecnológico en este tipo de organizaciones influido por la demanda de los turistas que transitan por dichos lugares.

Factores políticos y legislativos. Se refiere a los factores relacionados con las reglas que establece el Estado de cómo deben funcionar las organizaciones en los temas formales, pero también trata acerca de la informalidad (D'Alessio, 2008). Se analizan

aspectos como la legislación fiscal, es decir el tema de los impuestos y porcentajes aplicados a las ventas, legislación referida al cuidado del medio ambiente y al aspecto laboral. Así también se analizan aspectos como la seguridad ciudadanas, temas como la delincuencia y sicariato actuales, que afectan a las empresas, entre otros temas políticos y legales. El Perú a 2018, está pasando por una situación de corrupción que afecta severamente el aspecto político que también involucra al poder judicial, poder legislativo y el ejecutivo, este es un tema que frena la economía directamente porque las empresas no pueden invertir en un país que tiene elementos de incertidumbre.

Factores sociales. Se refiere a los cambios que pueda experimentar la sociedad, como tendencias, actitudes, cambios en las preferencias de los consumidores, crecimiento demográfico, entre otros. D'Alessio (2008), nos dice que estos factores se refieren al conjuntos creencias, estilos de vida, valores que están conformados por las religiones, aspectos culturales y sociales de las organizaciones. En cuanto a Corpac S.A. las preferencias de los clientes cambian en relación a la forma de viajar, muchos prefieren viajar por avión porque hay mucha oferta de pasajes, aspecto que favorece a los clientes, pues tienen una gama de opciones las cuales pueden escoger.

Análisis del sector

El análisis anterior, de acuerdo a lo que anota Sainz de Vicuña (2012), compagina con lo aportado por Porter en las fuerzas competitivas, con la finalidad el grado de competitividad del sector donde compite la empresa, y se analizan aspectos como: (a) La rivalidad entre los competidores, para ello se debe identificar a los competidores que se mueven en el mismo mercado; (b) El poder de negociación de los clientes, este aspecto es muy importante porque el cliente es el motivo de la existencia de la empresa por lo tanto en muchos de los casos ellos tienen el poder negociación; (c) El poder de negociación de los proveedores, en la actualidad las empresas deben hacer alianza con los proveedores porque ellos son parte de la cadena de valor, insertados en un sistema de valor, por lo que las empresas deben ponerse de acuerdo con el proveedor para obtener la satisfacción plena del cliente; (d) La amenaza de productos sustitutos y de nuevos entrantes, en este aspecto pueden existir muchos sustitutos del servicio, pero también el ingreso de otras empresas que también hagan lo mismo y tal vez con mejor calidad y a un precio competitivo y (e) la dificultad de salida del sector en el que se encuentra

la empresa, a este respecto solo puede ocurrir a empresas que tengan grandes inversiones en infraestructura y que dicho factor solo sirva para ese tipo de negocio.

Conocer el comportamiento actual y futura de las fuerzas mencionadas, permite a la empresa alcanzar un grado de ventaja para poder implementar estrategias acordes a la situación. Sin embargo, el aspecto más importante de la situación externa es el análisis de mercado, que se tratará a continuación.

Análisis del mercado

Este análisis trata de identificar las características del mercado y su funcionamiento de forma cuantitativa y cualitativa. En tal sentido, debe contemplar los siguientes factores: (a) tamaño y evolución del mercado, este aspecto es muy importante debido que se analiza el atractivo del mercado, si este es grande entonces es más atractivo e interesante para que otros competidores quieran ingresar, también es necesario y complementario a ello verificar la evolución del crecimiento del mercado, precisamente este aspecto miran los inversionistas para saber si ingresan a ese mercado; (b) porcentaje de crecimiento del mercado y situaciones de estacionalidad, el mercado puede crecer a un ritmo moderado o rápido, pero a veces es lento, pero ello no quiere decir que el sector no sea atractivo, es por ello que se debe analizar este crecimiento y ver debido a qué factores no crece dicho mercado, también puede ser un factor de estacionalidad como ocurre en los casos de los productos agroindustriales, pero también se puede dar en otros productos como efecto del tiempo, en el caso de la ropa y las estaciones del tiempo; (c) ciclo de vida de los productos que cuenta la empresa, el ciclo de vida del producto es identificar en qué etapa se encuentra el producto y de dependiendo de ello se debe armar una estrategia que le permite resurgir o mantenerse en el mercado, la empresa debe estar atenta a este aspecto para la elaboración de la estrategia; (d) atractivo del mercado, este análisis se da en función de la demanda, la inversión, la competencia, márgenes de rentabilidad, lo mencionado anteriormente son los indicadores para identificar si un mercado cuenta con el atractivo necesario para poder invertir, en el caso de Corpac S.A. siendo una empresa que es única en el Perú que cuenta con la infraestructura que se requiere; (e) análisis de grupos estratégicos, en el contexto de la cantidad de rivales, en el caso de Corpac S.A. tampoco existen grupos estratégicos por ser la única empresa que cuenta con la infraestructura; (f) productos sustitutos, verificando las necesidades satisfechas y precios en comparación de los

productos de la empresa, en este aspecto se puede identificar que los servicios sustitutos son los de servicio público y particular terrestre como los buses y colectivos que realizan traslado de pasajeros a las distintas ciudades donde se encuentran los aeropuertos administrados por Corpac S.A. (g) posibles nuevos competidores que tengan intención de ingresar al mercado, no se han identificado otros competidores de aeropuertos privados que realicen el mismo servicio de Corpac S.A. en las unidades de estudio de la presente investigación; (h) Cambios en la tecnología, este es un aspecto que se trató líneas arriba y se refiere a los cambios en dos aspectos, el primero está relacionado a la infraestructura de los aeropuertos y el segundo a la flota de aviones que cuentan las aerolíneas que hacen uso de los servicios de los aeropuertos, en este segundo caso, Corpac S.A. no tiene ingerencia; (i) nivel de rentabilidad del sector, analizando costos y requerimiento de capital, este es un cálculo que se realiza cuando otras empresas desean invertir en el sector o cuando la empresa ya se encuentra en el sector y requiere hacer ajustes para mejorar la calidad del servicio y su rentabilidad; (j) evolución de los precios de los productos relacionados a la empresa, en este caso se puede mencionar que se refieren a los pasajes, pero como se mencionó anteriormente este es un factor que no depende de Corpac S.A. sino de las aerolíneas que hacen uso del aeropuerto, sin embargo, es necesario anotar que las promociones que realizan las aerolíneas son interesantes y (k) demanda, analizada desde cada segmento de mercado, es importante analizar la demanda de los servicios, porque depende de ello el crecimiento del mercado y la rentabilidad de la empresa (Sainz, 2012).

El análisis de mercado inserta también el análisis del cliente y de la competencia. Sin embargo se abordará de manera individual a ambos.

Análisis de los clientes

Se refiere al análisis de los segmentos de clientes en el mercado, cuyos perfiles son claves para la empresa. Es así que en este aspecto se analiza los siguientes: (a) Evolución y posible variación del perfil de los clientes y su atractivo; este aspecto se refiere a la naturaleza cambiantes de los clientes, cuyas preferencias están evolucionando constantemente, dependiendo de sus demandas también se mide el atractivo de ese segmento de mercado; (b) nivel de importancia que el cliente le da a los productos o servicios brindados por la empresa; para conseguir ello la empresa debe estar posicionada y cumplir con todos los requisitos para

satisfacer las necesidades del cliente; (c) identificar el nivel de dificultad de cambio de proveedor; en este aspecto es necesario analizar la factibilidad de cambio de proveedor, por uno que brinde mejores condiciones a la empresa; (d) influencia de los factores de compra sobre los clientes como plazo de entrega, precio, garantía, entre otros; estos aspectos son contundentes para que el cliente elija la opción de la empresa; (e) análisis del comportamiento de compra de quienes toman la decisión de compra, no siempre quien compra es quien toma la decisión, en este caso es necesario identificar quien es el que toma la decisión con respecto a la compra del producto o solicita el servicio, una vez identificado se prepara la estrategia para inducir a la compra a dicha persona (Sainz de Vicuña, 2012, p. 74).

Análisis de los competidores.

La finalidad de este análisis es identificar a los competidores de la empresa y que también participan en el mercado y verificar aspectos de la forma de posicionamiento en el mercado, que estrategias usan en función de las cuatro variables del marketing, los cuales son producto, plaza, precio y promoción. En ese sentido, el análisis de los competidores comprenden los siguientes puntos: (a) identificación de los competidores; aquí se identifican todos aquellos que cumplen con las características, es decir tipo de producto o servicio, precio, segmento de mercado, entre otros; (b) identificar los grupos estratégicos formados en el mercado; (c) evolución histórica de ventas de los competidores; este aspecto a veces es difícil de identificarlo; (d) segmentos de mercado al que se dirige la competencia y tipo de productos que abastecen en ese mercado (e) análisis de fortalezas y debilidades de la competencia en relación a la empresa; (f) análisis de la cadena de valor de la competencia (Sainz de Vicuña, 2012, p. 74). Como se puede apreciar los aspectos mencionados son importantes para poder saber todo acerca de la competencia y elaborar una estrategia que permita a la empresa competir en mejores condiciones en un mercado altamente competitivo.

Análisis de los proveedores.

Se refiere a la capacidad de abastecimiento de los proveedores en relación con la empresa y el poder de negociación que tienen los proveedores. El análisis comprende los siguientes aspectos: (a) evolución histórica de las compras de la empresa a los proveedores; (b) número de proveedores y tipo de productos que abastece a la empresa; (c) nivel de importancia del

proveedor de acuerdo al volumen de compras y tipo de producto; (d) compromiso de los proveedores con respecto a otros clientes y que puedan afectar el abastecimiento a la empresa; (e) capacidad de abastecimiento del proveedor en cuanto a la entrega oportuna de los artículos a la empresa; (f) la dificultad para cambiar de proveedor, dependerá del tipo de producto y el grado de importancia en el proceso de producción de la empresa (Sainz de Vicuña, 2012, p. 75). El estudio de los proveedores ayudará a mejorar la cadena de valor de la empresa, pues ellos son parte de ese sistema de valor. En tal sentido, dicho estudio debe estar enfocado también en una alianza o apoyo entre los componentes de esa cadena de valor.

Análisis de la situación interna

Según Sainz de Vicuña (2012), en el análisis externo se trató acerca de las oportunidades y amenazas de la empresa, en este punto se tratará acerca de las debilidades y fortalezas de la empresa, con el fin de determinar si las estrategias implementadas por la empresa fueron las más acertadas en su contexto. En tal sentido los aspectos que se abordan en este análisis es el siguiente: (a) análisis de las estrategias seguidas por la empresa y verificar si cumplieron con los objetivos planteados y cuál fue la deficiencia identificada, es decir porque no se concretó lo que inicialmente se planteó; (b) también es importante definir el negocio de la empresa y los tipos de productos que abastece al mercado, también se analiza aquí el segmento de mercado, la tecnología y principales competidores en el mercado; (c) finalmente se analiza las áreas claves de la empresa como abastecimiento, producción, comercialización, servicio de post venta, entre otros. Para posteriormente plantear estrategias que permitan mejorar la condición competitiva de la empresa.

Dimensión 2. Diagnóstico de la situación

El insumo para el inicio de esta dimensión, como se mencionó anteriormente es el análisis de la situación. En tal sentido las herramientas que se emplean para hacer este diagnóstico son el análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) y la matriz de posición competitiva.

Análisis DAFO.

Thompson y Gamble (2012), el análisis DAFO o FODA es una herramienta de especial interés para identificar las fortalezas y debilidades de una empresa, sus oportunidades en el mercado y

las amenazas que podrían dañar su futuro. En este análisis se hace una lista de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, con la finalidad de identificar fortalezas que hagan frente a amenazas y aprovechen oportunidades y en el caso de debilidades para identificarlas y realizar actividades que cambien esa condición de debilidad y la transformen en fortalezas o disminuyan en proporción. Esta herramienta de planificación estratégica es fundamental en la administración y en el proceso de planificación, con ella se puede identificar los elementos externos e internos de la organización y a partir de allí, crear estrategias.

Matriz de posición competitiva.

También llamada Mc Kinsey o Matriz General Electric es una herramienta del planeamiento estratégico que ayuda a tomar decisiones en cuanto al tipo de inversión de la cartera de productos existentes. Identifica la posición competitiva de la empresa en el mercado, bajo dos perspectivas: atractivo de mercado y posición del producto ante los competidores. Thompson y Gamble (2012), nos dice que esta matriz nos ayuda a considerar las alternativas para tener un panorama despejado y tomar mejores decisiones respecto al atractivo de la industria y las utilidades que se pueden obtener en esos negocios. Esta matriz se diseña a partir de cuatro dimensiones como la financiera, la posición competitiva, el atractivo del sector y la estabilidad del entorno. A partir de ello, cada dimensión puede tomar dos posiciones: alta o baja. Así también cada una de las dimensiones se mide a través de una serie de variables.

Dimensión 3. Sistema de objetivos corporativos

En esta dimensión la empresa define la misión, visión, valores, fijación de objetivos estratégicos a continuación se explica cada una de ellas:

Misión. D'Alessio (2008), nos dice que la misión es el motivo que impulsa a las empresas a continuar con la razón por la que fueron formadas, así también para identificar la misión, esta debe responder a la pregunta ¿en qué negocio estoy?. Esta se refiere a la razón de ser de la empresa, contiene lo que la empresa hace, cómo lo hace, para quién lo hace y en qué mercado lo realiza. Así también se plantea también expresando la necesidad que satisface la empresa. Toda empresa tiene una misión para su existencia y es el primer punto que la empresa debe identificar cuando se crea.

Visión. De acuerdo a D´Alessio (2008), la visión es el mayor objetivo al cual aspira la empresa. Es el sueño u objetivo máximo que persigue la empresa conseguir, a partir de allí se plantean los objetivos generales y específicos, también se estructuran las estrategias. La visión involucra a toda la organización, tiene algunas características como ser realista, ambiciosa, retadora, optimista, posible de alcanzar, etc.

Valores. Según D´Alessio (2008), los valores son el conjunto de creencias y formas de pensar las cuales son practicadas por la organización. Está relacionada a la filosofía de la empresa y expresa los valores por las que la empresa se rige, forma parte de la personalidad de la empresa.

Objetivos estratégicos. Los objetivos estratégicos se plantean después de redactar la misión y visión y por lo tanto se supeditan a ellos, estos deben ser concretos y realistas. Los objetivos se plantean en base a las dimensiones de la empresa, es decir si es micro, pequeña, mediana o gran empresa. Sainz de Vicuña (2012), nos dice que los objetivos se plantean bajo tres ejes fundamentales:

El primero eje es la consolidación de la empresa, supervivencia o estabilidad de la misma. Definitivamente tiene que ver directamente con el ciclo de la empresa, en tal sentido, los objetivos son diferentes. A este tipo de objetivos se les conoce como objetivos de consolidación.

El segundo eje es la rentabilidad de la empresa, trata de los objetivos económicos y financieros de la empresa, y tiene mucho que ver con la velocidad de crecimiento de la empresa, que por lo general es rentabilidad a corto plazo.

El tercer eje de objetivos buscan el crecimiento de la empresa, de tal manera de que en pocos años la empresa haya crecido entre dos a cinco veces sus dimensiones, así también como su posicionamiento en el mercado, por ende su imagen como también su rentabilidad mejorarán como consecuencia de dicho crecimiento.

Dimensión 4. Elección de las estrategias.

Fernando de D´Alessio (2008), explica que las estrategias son el conjunto de decisiones que toma la gerencia en relación a lo que se debe hacer para concretar el objetivo u objetivos. Para

la elección de la estrategia en primer lugar se debe definir el tipo de estrategias, es decir si estas serán corporativas o funcionales:

- a. Estrategias corporativas.** En el marco de este tipo de estrategias se define el negocio y la estrategia de cartera. Sainz de Vicuña (2012), nos muestra los aspectos que se deben considerar en este tema.

Definición del negocio. Se trata de identificar qué necesidad satisface el producto o empresa, a qué mercado o segmento se dirige, así también la tecnología que va a emplear para fabricar el producto o brindar el servicio, todo ello comparado por la empresa (Sainz de Vicuña, 2012).

Estrategia de cartera. En un plan de negocio las estrategias deben incidir sobre las actividades que desarrollará la empresa, en otras palabras, sobre la cartera de negocios de la empresa. Dado que las decisiones estratégicas no pueden eludir el plan estratégico y definen en qué cartera de negocios estará la empresa en el futuro. En ese sentido, la empresa puede emplear varias herramientas para definirlo, entre ellas se tiene la matriz de posición competitiva, matriz de Boston Consulting Group y Matriz de dirección del crecimiento o Matriz Ansoff (Sainz de Vicuña, 2012).

Estrategias competitivas genéricas. Abarcan las decisiones de tipo ofensivas y defensivas que asume la empresa para atraer clientes, hacer frente a la competencia y crear una ventaja competitiva sostenible, entre estas estrategias se tiene la estrategia de liderazgo en costos, en el que la empresa produce a gran escala, tiene mucho cuidado con los costos, los cuales los mantiene controlados y en cuanto a la calidad de los productos procura mantenerlo, no consiguiéndolo en todos los casos. También se tiene la estrategia de diferenciación y se refiere a mantener o lanzar un producto con diferentes características pero que satisface la misma necesidad, por lo general para que los clientes se enteren de esta característica la empresa hace ingentes inversiones en estrategias de marketing y difusión. Finalmente está la estrategia de enfoque, la cual se realiza en un nicho de mercado, en la cual aplica las estrategias mencionadas de liderazgo en costos o diferenciación (Thompson y Gamble, 2012).

Estrategias de crecimiento. En este tipo de estrategias la empresa tiene dos opciones: crecimiento interno u orgánico y crecimiento externo. En tal sentido, la empresa es quien decide si el crecimiento es interno o externo y todo ello está en función a la rentabilidad a alcanzar y el nivel de alcance de la organización. Es así que el crecimiento se puede dar a través de fusiones, adquisiciones, alianzas empresariales, entre otras estrategias existentes en el mercado (Sainz de Vicuña, 2012). El crecimiento es una tendencia normal de toda empresa por lo general todas las empresas desean seguir creciendo cada vez más y una manera de ello es ingresar a nuevos mercado y satisfacer nuevos clientes con el mismo producto o con producto diferente que satisfaga otros mercados.

Estrategias funcionales.

De acuerdo a Thomas y Scoth (1999), las estrategias funcionales corren por cuenta por cada una de las áreas de la empresa para apoyar y concretar las estrategias del negocio. Son aquellas que la empresa implementa en cada área de la organización como finanzas, producción, marketing, logística, etc. Este tipo de estrategias se realizan a nivel de planta y gestión administrativa. Por lo general este tipo de estrategias son a corto plazo y están supeditadas a las estrategias corporativas, es decir siguen a un plan general bajo una única visión y todos los planes singulares de cada área deben concretar dicho plan general.

Dimensión 5. Decisiones operativas.

Sainz de Vicuña (2012), menciona que las decisiones operativas están ligadas a la elaboración de planes de acción, matriz de priorización y el presupuesto, a continuación presenta el proceso de desarrollo:

Planes de acción. Los planes de acción es poner en práctica todo lo planificado en el plan estratégico. Es decir los planes se deben convertir en acción. Aquí se definen tiempos y personas encargadas de cada actividad que se va a realizar.

Los planes de acción son el reflejo de una buena organización y estos deben cumplir con el principio de flexibilidad, pues teniendo en cuenta que los tiempos varían velozmente y junto con ella las condiciones de mercado, dichos planes de acción deben tener la capacidad de reestructurarse.

Matriz de priorización. Esta matriz es útil en empresas cuyo plan estratégico está plagado de planes de acción. También se emplea en los planes donde existe un alto número de actividades. Para ello se aplica una metodología relacionada a la matriz. Esta metodología tiene en cuenta los recursos, los tiempos y las actividades prioritarias que se deben cumplir primero para que se cumplan las demás.

Presupuesto. El presupuesto cuantifica todo lo que se ha planificado, en cuanto a actividades, personas encargadas, tiempos, etc. Se coloca un valor a cada actividad de cada plan para tener claro cuánto es lo que va a costar implementar el plan estratégico. El presupuesto es una herramienta necesaria en la consecución de objetivos incluso antes de ponerlos en práctica, nos indica la cantidad de recursos económicos que se requieren para alcanzar los resultados.

Variable 2: Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial se puede abordar desde dos frentes: interno y externo. En esta investigación se tratará acerca de la responsabilidad social empresarial interna, la cual desarrolla algunas dimensiones que se relacionarán al tema de investigación. Para el desarrollo de esta variable, esta investigación se apoyará en la teoría de Carneiro sobre la responsabilidad social empresarial en la dimensión interna.

Sin embargo antes de entrar en dichas dimensiones, es importante determinar los modelos acerca de la responsabilidad social empresarial. Para ello, se necesario mencionar a cerca de dos modelos importantes:

Modelos de responsabilidad social empresarial (RSE)

En este estudio se mencionan dos modelos de responsabilidad social empresarial, el modelo operativo de RSE y el modelo estratégico de RSE. En cada modelo mencionado se puede encontrar un conjunto de teorías que pretender sustentar cada modelo planteado.

Modelo operativo de responsabilidad social empresarial

Este es el primer modelo teórico planteado por Archie B. Carroll en 1979 (citado por Gonzales, 2014), quien en su libro denominado “Modelo conceptual en tres dimensiones del desempeño corporativo”, fundamentó que dicho modelo se sustenta en una pirámide (ver

figura 3) de cuatro tipos de responsabilidades, las cuales son: “las económicas y legales, que exigencia social, también se encuentran las éticas, las cuales son normalmente esperadas por la sociedad y por último están las filantrópicas, también llamadas discrecionales que son las que realmente son lo que la sociedad quiere” (Jamali, 2008). De acuerdo a Carroll, las empresas brindan productos o servicios que la sociedad requiere, sin dejar de lado la intención de generar rentabilidad y utilidad de esta operación. La segunda dimensión se refiere a que las empresas realizan sus acciones comerciales pero en sujeción al cumplimiento de las leyes. Y en áreas donde existe ningún tipo de reglamento vinculante, entonces nace la responsabilidad ética. Por último se tienen las responsabilidades filantrópicas que son el sentir de la organización por estar en armonía con la sociedad, sin dejar de ser voluntaria es una responsabilidad que las empresas de hoy han tomado conciencia para estar en armonía con su entorno. A continuación se muestra la figura 3, correspondiente la pirámide de Carroll.

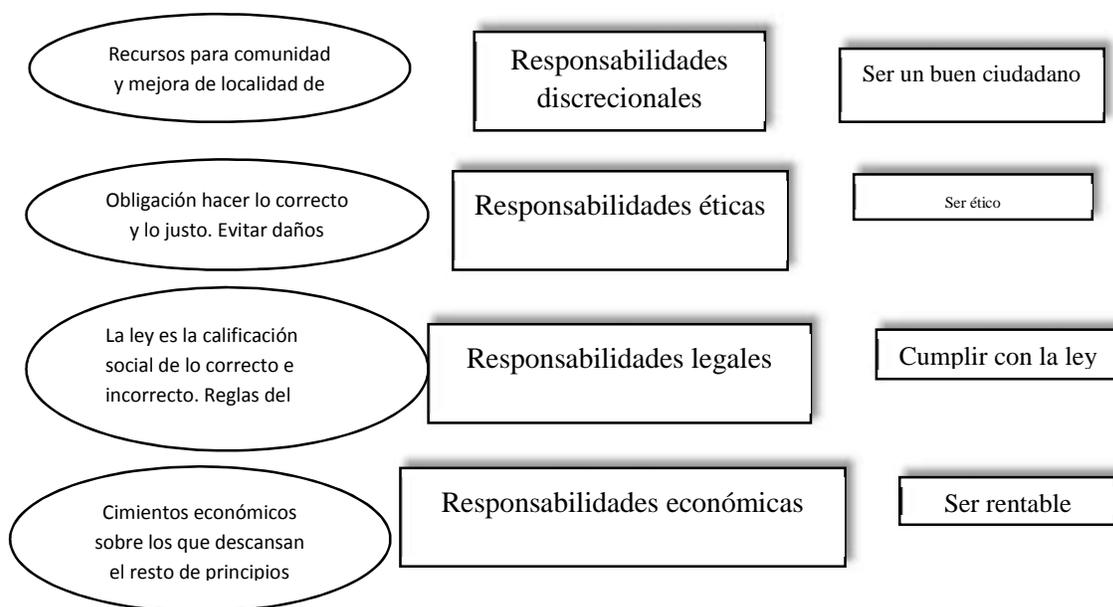


Figura 3. Pirámide de RSE según Carroll.

Otros de los modelo que explica la responsabilidad social empresarial es el planteado por la teoría de los Stakeholders (Freeman, 1983), esta teoría se consolidó como una teoría de gestión organizacional y ética empresarial donde incorpora los valores y la moral de la empresa, vinculando los diferentes autores de este proceso. Para poder entender mejor el concepto de stakeholder, tenemos el concepto brindado por Castillo (2015), este es un

“término anglosajón que significa públicos vitales. Y se refiere al conjunto de personas, instituciones o grupos que pueden influir en la imagen de la empresa por ser parte de la opinión pública y estar interesados en causas sociales, o ecológicas, o en la calidad del producto o la corrupción, entre otras”.

Gracias al aporte de Freeman que en la década de los ochenta, se propuso redefinir el concepto de responsabilidad social empresarial incorporando “los intereses de los accionistas y los stakeholders en el proceso de toma de decisiones empresariales para incrementar el beneficio de la empresa y el bienestar social” (Gonzales, 2014).

Sin embargo en 1991, posterior a la publicación de “Corporate Social Performance Revisited”, cuyo autor Wood (1991), donde el autor inserta variables que dan mayor sustento a las afirmaciones de Carroll y Freeman, precisamente en tres aspectos: (a) referidas a las motivaciones de la organización para actuar de forma responsable, (b) los procesos que emplea para lograr dicha propuesta y (c) referidos a los resultados que dicha gestión va a generar. Otros de los aportes validados por Wood (1991), es precisamente la inclusión que hace sobre el factor ambiental en la responsabilidad social. Este aporte fue la detonante para que la sociedad encuentre un asidero frente a las consecuencias de las operaciones de las empresas que ya se podían ver los estragos de sus operaciones fabriles con sus residuos y emisiones tóxicas. Hasta aquí se han presentado dos teorías relacionadas al modelo operativo, sin embargo existe otro modelo que es el denominado RESOCO, que también se explicará pues tiene sus bases en el mencionado líneas arriba.

El modelo RESOCO

Este modelo fue elaborado para apoyar a las pequeñas y medianas empresas como parte del compromiso hacia la sociedad tomando como fuente el Modelo EFQM de Excelencia (González, 2014). Este modelo contribuye a la mejora de la competitividad en las organizaciones. En tal sentido, este modelo presenta seis principios (ver figura 4), aplicables a todo tipo de empresa. Es así que este modelo presenta los siguientes objetivos:

“(a) Transparencia, (b) Salud y seguridad laboral, (c) Modelos de gestión enfocados al desarrollo del conocimiento y la participación, (d) Respeto por el medio ambiente, (e) Colaboración con agentes sociales, (f) Inversión socialmente responsable, (g) Conducta

ética y (h) Respeto a los derechos humanos y mejora continua” (Gonzales, 2014, p. 63).



Figura 4. Elementos de la RSE según el modelo de RESOCO.

Este modelo se aplica por lo general a las MYPE, a pesar de ser un modelo que puede integrar otros tipos de empresas, ha sido relegado sólo a las MYPE.

El modelo integral INCAE.

Este modelo de aplicación general en países centro americanos. Propone la implementación de un Manual de indicadores de responsabilidad social como herramienta, destinada a revisar las áreas de la empresa donde comprenda comportamientos de responsabilidad social. Este modelo cuenta con los siguientes elementos:

- (a) Las fortalezas nacionales de los países centroamericanos, (b) las tendencias internacionales de la responsabilidad social empresarial, (c) la herramienta debe permitir comparaciones entre empresas y sectores y ser adaptables a los diferentes países y regiones, (d) los resultados obtenidos de esta herramienta deben ser de alta relevancia para el sector privado desde la perspectiva de un punto de comparación en el avance de la región centroamericano en la RSE (Gonzales, 2014, p. 65).



Figura 5. Dimensiones de la RSE según INCAE

Otros modelos operativos:

También se puede mencionar el modelo de Global Compact creado en 1999, a partir de la presentación del Foro Económico de Davos de las Naciones Unidas, “trata de constituir una red de grandes empresas, ONG, sindicatos, diferentes organizaciones de Naciones Unidas, etc., con el fin de responder a los retos sobre RSC a los que se enfrentan las empresas” (Gonzales, 2014).

También se puede presentar aquí el “libro verde de la Comisión Europea”, teniendo en cuenta la participación de las Naciones Unidas en estos temas, ella presenta en 2001 el libro mencionado, que vincula los elementos externos como los stakeholders, pero también considera aspectos como la seguridad y salud en el trabajo y factores ambientales.

En este paquete de teorías, también se encuentran las Normas OHSAS (18001), que se especializan en temas de seguridad y salud ocupacional, pero también viene conjuntamente con la Norma ISO 14001: 2004 relacionado al medio ambiente. Las demás teorías solo se nombrarán como Norma SGE 21 de forética, los modelos de excelencia, entre otras cuyas

bases están relacionadas a los modelos operativos, para efectos de esta investigación sólo se ha tomado las principales.

Modelos estratégicos de responsabilidad social empresarial

En los primeros intentos sobre la responsabilidad social empresarial no se pudo establecer una relación entre el factor financiero de las empresas y su responsabilidad social, el método empírico no proporcionó una herramienta para poder medir dicha relación y beneficio esperado por las empresas. Es así que se propuso el uso de herramientas estadísticas que puedan cuantificar dicha relación (Gonzales, 2014). Uno de estos enfoques de estos modelos es de asumir la responsabilidad social como una estrategia para obtener beneficios financieros. Al respecto, se suman las teorías instrumentales que le dan a la responsabilidad social su valor idóneo, pero que aporten ventajas competitivas a la empresa.

Modelos estratégicos de responsabilidad social basados en teorías instrumentales

En este grupo se encuentran aquellas teorías que reconocen el carácter estratégico de la responsabilidad social empresarial, pero a su vez buscan el beneficio económico. En tal sentido, el punto de vista que defienden es que los beneficios económicos están por encima de los objetivos sociales, y estos son aceptados en la medida que contribuyan a ese beneficio económico que esperan las empresas. De acuerdo a Mandariaga y Valor (2004, citado por Gonzales, 2014), las demandas sociales son una variable que debe ser tomada para obtener beneficios económicos e ingresar a nuevos mercados, de no ser así dicha variable no es atractiva como para asumir la responsabilidad social como un modelo a interiorizar.

Modelos estratégicos de responsabilidad social basados en teorías integradoras

En estos tiempos, las organizaciones empresariales reciben presiones de los stakeholders y especialmente de las organizaciones no gubernamentales, activistas, comunidades, administración pública, medios de comunicación, que siendo motivaciones originales o no, presionan de manera total a las empresas para el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. Este enfoque es corroborado por el estudio realizado por Garriga y Melé (2004, citado en Gonzales, 2014). En tal sentido, de esta manera ya no se persigue solamente objetivos económicos sino también sociales porque la organización integra dentro de sus valores, visión y misión la responsabilidad social no solo como una obligación moral sino como parte esencial y estratégica de la empresa con un alcance a largo plazo.

De los modelos expuestos, el que se va a tratar a continuación es el modelo de responsabilidad social operativo, seguido por Carneiro (2004) y a continuación se tratarán acerca de sus dimensiones.

Dimensiones de la variable responsabilidad social empresarial

De acuerdo a Fernández (2009), la responsabilidad social empresarial o corporativa es la contribución voluntaria que realiza una empresa con la finalidad de obtener una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. A través de este concepto la empresa también busca la excelencia en la empresa, poniendo especial cuidado en los trabajadores y sus condiciones laborales, del mismo modo los procesos productivos de la empresa.

Para Carneiro (2004), la responsabilidad social empresarial tiene tres elementos: el fundamento contenido en la idea de responsabilidad social, su nítida vertiente y orientación social y el sujeto sobre el que se aplica, en este caso la empresa.

Según el Libro Verde que se refiere a la responsabilidad social empresarial (citado por Curto, 2012), es insertar voluntariamente aspectos sociales y medioambientales en sus actividades comerciales y su interrelación con sus clientes, dichos interlocutores se refiere a los stakeholders y son aquellos grupos de interés internos y externos. En el primer caso son los empleados y directivos y en el segundo se refiere a los consumidores y proveedores, entre otros.

Responsabilidad social interna

El derecho laboral y también el área de recursos humanos, en estas últimas décadas se han preocupado por el bienestar de los trabajadores en cuanto a la salud ocupacional, mejorar las condiciones del empleo y espacio laboral, igualdad de oportunidades, la no discriminación y la inserción laboral de las personas con discapacidad.

Sin embargo, a todo lo mencionado, las empresas a través de su departamento de recursos humanos ha ido mejorando estas condiciones extendiéndolo a temas como la formación profesional, comunicación efectiva entre los empleados y directivos y la participación de los empleados en actividades importantes dentro de la empresa, entre otras que hacen del trabajador una pieza fundamental de la organización (Carneiro, 2004).

Es así que las políticas de responsabilidad social interna se han dividido en cuatro dimensiones, las cuales son: dimensión organizativa, dimensión de las personas, dimensión de las relaciones y dimensión ambiental, las cuales se detallarán a continuación.

Dimensión 1. Las responsabilidades de las organizaciones.

Esta dimensión se refiere a la incorporación del aspecto social en la cultura de la empresa, así también inserta en todos sus aspectos estratégicos. En esta área se destacan dos aspectos principales: el primero es la adaptación y gestión del cambio a través del fomento de la empleabilidad y el segundo aspecto es el diálogo social en las relaciones laborales y se refiere a las relaciones que la empresa tiene con sus trabajadores y de manera especial con el sindicato, quien cumple una labor importante en la responsabilidad social interna ya que funge de supervisor del cumplimiento de esta función por parte de la organización, sin permitir que esta función se delegue a las empresas, siendo esta una función del Estado (Carneiro, 2004).

Dimensión 2. La responsabilidad sobre los trabajadores.

Teniendo en cuenta que la fuerza laboral es la clave de toda organización y que alrededor de ella giran las políticas de RSE interna. En tal sentido, hay dos ámbitos que toda política de RSE interna debe considerar: la primera se refiere a las políticas de formación y de aprendizaje que la organización brinda a sus trabajadores en capacitarlos en conocimientos técnicos y científicos, tratando de darles una mejor preparación de tal forma que se adapten a los cambios que puedan suscitarse en la empresa. En segundo lugar se encuentra las políticas de igualdad, no discriminación e integración de discapacitados; y aunque las leyes son muy claras en este aspecto aún no se han llegado a concretizar en muchas empresas y se refiere a la no discriminación basada en nacionalidad, sexo, religión o raza. Así mismo, las empresas deben fomentar la integración de las personas con discapacidad en la fuerza laboral. De tal forma, que el trato sea justo y equitativo hacia todos los trabajadores teniendo en cuenta la condición de cada persona (Carneiro, 2004).

Dimensión 3. La responsabilidad sobre las relaciones.

Se trata de la responsabilidad social que imparten las empresas a través de la participación, implicancia y compromiso de los empleados. En el caso de la participación, la empresa puede involucrar a los empleados de diferente manera, la primera se da a través del reparto de

utilidades de la empresa a sus trabajadores, el cual está reglamentado de acuerdo a ley, también se da a través de los bonos que la empresa da a sus trabajadores por productividad, otra forma de hacer participar al empleado es a través del fomento de la información y esto se da en las reuniones de trabajo en equipo o círculos de calidad donde se discuten aspectos relacionados a la empresa, otros medios de transmitir información son los que actualmente se usan como el intranet, buzón de empleados, encuesta de clima laboral, whatsapp, redes sociales, entre otras. Finalmente una nueva forma que se está difundiendo para obtener la participación de los trabajadores en la responsabilidad social empresarial son los programas de voluntariado corporativo también se puede presentar a través de la acción social promovidas por la misma empresa (Carneiro, 2004).

Otro tema que está tomando mucho valor en las empresas es la seguridad y salud ocupacional, ésta ha sido una preocupación de las empresas por mucho tiempo buscando la manera de minimizar el riesgo de accidentes de trabajo. Es por ello que en nuestro país, la seguridad y salud ocupacional está regulada por la ley 29783, aunque en la actualidad dicho aspecto aún es insípido, promete convertirse en una exigencia para todas las empresas.

Dimensión 4. La responsabilidad sobre el ambiente.

Esta dimensión se refiere a la conciliación de la vida familiar y laboral, en una época en que la jornada laboral se ha extendido y las personas se trasladan distancias muy largas unido al tráfico vehicular, ha ocasionado que las familias se distancien y en algunos casos se fracturen. La empresa a través de esta dimensión ambiental pretende presentar un abanico de actuaciones que coadyuven a la integración familiar a través de jornadas reducidas, horarios flexibles, reincorporación del trabajador luego de descansos largos sean estos por vacaciones o por descansos médicos, permisos por maternidad, realizar los trabajos desde casa, reuniones virtuales, entre otras actividades que la empresa puede implementar para fomentar la integridad de la familia. Es necesario mencionar que esta dimensión de acuerdo a estudios no ha tenido resultados óptimos en personas solteras o sin familia (Carneiro, 2004).

Marco conceptual de la Variable 1: Planeamiento estratégico

Planeamiento estratégico. Es una herramienta de gestión que ayuda a los directivos en la toma de decisiones sobre aspectos presentes que tendrán repercusión en el futuro de una manera eficiente y eficaz (Armijo, s.f.).

Misión. Es el motivo de la existencia de una empresa, expresa las motivaciones que impulsan a la empresa a mantenerse en el mercado (D'Alessio, 2008).

Visión. Es el objetivo máximo hacia dónde quiere llegar la empresa, este puede variar cada cierto tiempo después de que se ha concretado. En la construcción de la visión deben participar los directivos, pero debe ser seguido por todos los empleados de la organización (D'Alessio, 2008).

Estrategia. Es el camino a seguir para concretar un objetivo, es la traducción de metas, objetivos y acciones que se deben emprender para alcanzar los objetivos (D'Alessio, 2008).

Posicionamiento. Es tomar una posición en la mente del consumidor, en tal sentido es mejor posicionarse como el primero antes que ser el mejor. De tal forma que cuando el cliente desee un determinado producto, la primera opción sea el producto de la empresa (Celaya, 2017).

FODA. Es el acrónimo de fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas. Es una herramienta del planeamiento estratégico para realizar un diagnóstico rápido de la empresa a nivel interno, identificando la posición competitiva de la empresa. En tal sentido, las fortalezas vendrían a ser los recursos humanos, económicos y financieros, la organización, los productos que cuenta la empresa, la infraestructura, la gestión de sus directivos entre otros que constituyen los puntos favorables que cuenta la organización para participar en un mercado. En cuanto a las oportunidades, estas las posibilidades que la empresa puede aprovechar, de tal forma de que si las consigue se vuelven en un beneficio para la empresa. Las debilidades son todo aquello que la empresa no hace bien y tiene deficiencias pero que la empresa debe tomar cartas en el asunto para que convierta esas debilidades en fortalezas. En cuanto a las amenazas, son aquellos eventos externos que se encuentran en el entorno y que se convierten en elementos que pueden deteriorar la imagen y la rentabilidad de la empresa, en algunos casos hace que la empresa desaparezca (D'Alessio, 2008). El FODA es una herramienta básica

que las empresa pueden utilizar y que representan el inicio para la elaboración de posteriores estrategias.

Marco normativo.

Marco institucional de Corpac S.A.

La corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación comercial Corpac S.A. se funda el 25/06/1943 como la Compañía Administradora de Aeropuertos CADA, Panagra era la compañía encargada de la técnica Aeronáutica. El mismo año, se crea Corpac, como empresa pública.

El 29 de Mayo del 1981, mediante el Decreto Legislativo N° 99, Corpac se transforma en una empresa de derecho privado, organizada como una sociedad mercantil de propiedad exclusiva del estado.

Los Estatutos de la Organización fueron aprobados por D.S. N° 046-81-TC el 16.09.81 reajustándose el 16.12.99, según modificación de la Ley General de Sociedades.

La Ley de Aeronáutica Civil N° 27261 del 10.05.00 y su Reglamento, fue encargado a la DGAC la responsabilidad de suministrar los Servicios de Tránsito Aéreo. Pero, mediante R.D. N° 156-2000-MTC/15.16, R.D. N° 021-2001-MTC/15.16 y R.D. N° 235-2013-MTC/12, se delegó a CORPAC las funciones de administrar y operar los servicios de navegación aérea en los aeródromos públicos, así como los espacios aéreos designados para tal propósito, de conformidad con el indicado en las Regulaciones Aeronáuticas del Perú.

La gestión de la Organización se rige por las siguientes normas: - Ley N° 24948 – Ley de la Actividad Empresarial del Estado. - Ley N° 26887 – Ley General de Sociedades. - Decreto Legislativo N° 674 - Ley de Promoción de la Inversión Privada en las Empresas del Estado. - Ley N° 27170 – Ley del Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (FONAFE). - Decreto Legislativo N° 1252 del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones, publicado el 01.12.16. - Directiva de Gestión de FONAFE y modificatorias. (Fuente: Planeamiento estratégico de CORPAC S.A. 2017- 2021).

Norma legal del planeamiento estratégico

Según la ley N° 28522 se crea el Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN), el cual fue derogado por el Decreto Legislativo N° 1088. (Publicado en el Diario Oficial “El Peruano”, el 28 de junio de 2008). El objetivo de dicha norma fue “No comprometer las capacidades de generaciones futuras para satisfacer necesidades actuales”.

Normas legales para la responsabilidad social empresarial

No se ha encontrado norma específica a este respecto, sin embargos es oportuno conceptualizar a que está referido este tema tan importante y nos quedaremos con la afirmación conceptual del Libro verde de la COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS “Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (2006).

1.4 Formulación del problema

La formulación del problema se hará a través de una pregunta de investigación, la cual a su vez se desagregará en preguntas secundarias.

Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. año 2018?

Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cuál es la relación que existe entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018?

Problema específico 2

¿Cuál es la relación que existe entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018?

Problema específico 3

¿Cuál es la relación que existe entre el sistema de objetivos y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018?

Problema específico 4

¿Cuál es la relación que existe entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018?

Problema específico 5

¿Cuál es la relación que existe entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018?

1.5 Justificación

Justificación teórica

Esta investigación busca, mediante la aplicación de la metodología de la planificación estratégica, determinar de qué manera los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A., tienen relación con la responsabilidad social empresarial en el plan estratégico. Para tal efecto, se empleará la teoría del autor Sainz de Vicuña sobre planeamiento estratégico y a Manuel Carneiro sobre responsabilidad social empresarial. Sin embargo, antes de ello se exponen algunas teorías relacionadas a las variables de investigación.

Justificación práctica

De acuerdo a los objetivos planteados, el resultado de este estudio permitirá determinar de qué manera los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A., se relaciona la responsabilidad social empresarial en el plan estratégico. Y plantear las apreciaciones y recomendaciones posteriores al estudio.

Justificación metodológica

La metodología empleada para este estudio es de tipo básico, diseño no experimental, enfoque cuantitativo con variables cualitativos ordinales, método hipotético deductivo y alcance correlacional de corte transversal. Para lo cual se emplearán encuestas de una población de 124 trabajadores de los aeropuertos comerciales administrados por CORPAC S.A. utilizando la técnica de muestreo aleatorio simple en cuya prueba de confiabilidad se aplicara el alfa de

Conbrach para un índice superior al 75%. También se empleará fuentes secundarias como; libros, y literatura relacionada al tema.

1.6 Hipótesis

Hipótesis General

Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Existe una relación significativa entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Hipótesis específica 2

Existe una relación significativa entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Hipótesis específica 3

Existe una relación significativa entre los sistemas de objetivos y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Hipótesis específica 4

Existe una relación significativa entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Hipótesis específica 5

Existe una relación significativa entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

1.7 Objetivos

Así mismo los objetivos también se plantearán como objetivo general y objetivos específicos.

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

Objetivos Específicos

Objetivos Específicos 1

Determinar la relación que existe entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Objetivos Específicos 2

Determinar la relación que existe entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Objetivos Específicos 3

Determinar la relación que existe entre los sistemas de objetivos y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Objetivos Específicos 4

Determinar la relación que existe entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Objetivos Específicos 5

Determinar la relación que existe entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

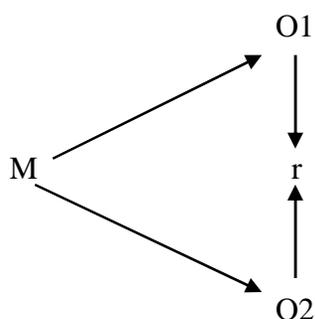
II. MÉTODO

2.1 Diseño de la investigación

En cuanto al diseño de la investigación, es no experimental porque las variables de investigación no fueron manipuladas. El enfoque es cuantitativo, empleando variables de tipo cualitativos ordinales. En cuanto al alcance es correlacional y de acuerdo al recojo de datos, esta investigación es transversal porque la información se recogió en un solo momento.

Hernández, Fernández y Baptista, opinan que una investigación es no experimental cuando "la investigación se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables" (2014, p. 152). Así también, mencionan que una investigación es correlacional cuando: "su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico" (2014, p. 98).

Diagrama de correlación:



Dónde: M = Muestra.

O1= Observación de la variable 1 "Planeamiento estratégico".

O2= Observación de la variable 2 "Responsabilidad social empresarial".

r = Correlación entre variables.

2.2 Variables, operacionalización

Las variables de investigación de esta tesis son:

Variable1: Planeamiento estratégico

Variable 2: Responsabilidad social empresarial

Definición conceptual

Variable 1: Planeamiento estratégico

Para Díaz (2005), el planeamiento estratégico es una función natural de la administración, que consiste en plantear los fundamentos hoy del papel que jugará la empresa en la sociedad, teniendo en cuenta las decisiones que debe tomar en el presente para alcanzar dicho futuro.

Variable 2: Responsabilidad social empresarial

De acuerdo a Fernández (2009), la responsabilidad social empresarial o corporativa es la contribución voluntaria que realiza una empresa con la finalidad de obtener una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. A través de este concepto la empresa también busca la excelencia en la empresa, poniendo especial cuidado en los trabajadores y sus condiciones laborales, del mismo modo los procesos productivos de la empresa.

Operacionalización de variables

Teniendo en cuenta que las variables son planeamiento estratégico y responsabilidad social empresarial, ambas fueron descompuestas en su definición conceptual y operacional. Del mismo modo, se presentan en la tabla de operacionalización, las dimensiones e indicadores correspondientes a ambas variables. También se ha tenido en cuenta los ítems, es decir las preguntas relacionadas a cada variable, las cuales se formularon en la encuesta para obtener la información requerida para medir con los indicadores.

Tabla 01.

Operacionalización de la variable 1: Planeamiento estratégico

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas Valores	Niveles y rangos
Análisis de la situación	a) Estrategias implementadas. b) Amenazas del mercado. c) Nivel de aceptación. d) Contexto económico. e) Competencia f) Servicios sustitutos. g) Crecimiento. h) Compromiso.	1,2,3,4,5,6,7,8.	Escala ordinal Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
Diagnóstico de la situación	a) Fortalezas de la empresa. b) Debilidades de la empresa. c) Oportunidades de la empresa. d) Amenazas de la empresa.	9,10,11,12	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	Bajo (23 - 53) Medio (54 – 84) Alto (85 – 115)
Sistemas de objetivos	a) Misión. b) Visión c) Valores. d) Objetivos.	13,14,15,16,17,	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
Estrategias corporativas	a) Estrategia de liderazgo en costos. b) Estrategia de diferenciación. c) Estrategia de crecimiento.Estrategias funcionales.	18,19,20	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
Decisiones operativas	a) Planes de acción b) Matriz de priorización c) Presupuesto	21,22,23,	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	

Nota. Tomado de Sainz de Vicuña, 2012.

Tabla 02.

Operacionalización de la variable 2: Responsabilidad social empresarial

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORES	NIVELES Y RANGOS
Responsabilidad social en la organización	a) Fomento de la empleabilidad. b) Diálogo con los trabajadores	24,25.	Escala ordinal Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
Responsabilidad social sobre las personas	a) Mejora de las capacidades de los trabajadores. b) Discriminación por nacionalidad. c) Discriminación por género. d) Discriminación por raza. e) Discriminación por religión. f) Integración de discapacitados.	26,27,28,29, 30,31,32,33, 34,	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	Bajo (18 – 35) Medio (36 – 53)
La responsabilidad sobre las relaciones	a) Participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa. b) Bonos de productividad. c) Nivel de fomento de información. d) Uso de medios para fomentar la información. e) Voluntariado corporativo. f) Acción social. g) Seguridad y salud en el trabajo.	35,36,37,38,	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	Alto (54 – 71)
La responsabilidad sobre el ambiente	a) Actuaciones corporativas para la conciliación familiar y laboral. b) Mejora de condiciones laborales. c) Cumplimiento de descanso pre y post natal de las trabajadoras	39,40,41	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	

Nota. Tomado de Sainz de Vicuña, 2012.

2.3 Población y muestra

Población

La población estuvo compuesta por 120 trabajadores de nueve aeropuertos comerciales a nivel nacional.

En este aspecto, Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 87) menciona que “la población es la totalidad de un fenómeno de estudio”.

Muestra

Según Icart, Isaz y Pulpón (2006), la muestra es “el grupo de individuos que es un sub conjunto de la población con características que puedan generalizar los resultados obtenidos, y para ello se deben incluir los criterios de inclusión y exclusión” (p. 55).

En la población participaron 120 trabajadores de los 9 aeropuertos comerciales del Perú administrados por Corpac S.A., quienes también conformaron la muestra, es decir esta fue de tipo censal.

$$N = 120$$

Criterios de inclusión

Trabajadores bajo la modalidad de Decreto Legislativo N° 728.

Criterios de exclusión

Trabajadores que se encontraban de vacaciones.

Trabajadores ausentes por motivo de salida de comisión.

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

Técnicas

A este respecto Gómez (2012, p. 58), manifiesta que “para obtener información importante y necesaria, la técnica más apropiada es la encuesta, pues está dirigida a obtener información específica y precisa”.

Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se aplicó en esta tesis fue el cuestionario, de la modalidad Likert y se aplicó a todos los trabajadores de los nueve aeropuertos que administra Corpac S.A., sin discriminar el cargo puesto de trabajo. Al respecto, Sánchez y Reyes (2015) escriben que el cuestionario, es un instrumento escrito con preguntas relacionadas al objetivo de la investigación.

Para esta investigación se formuló 41 preguntas, de las cuales 23 estuvieron relacionadas a la variable planeamiento estratégico y 18 relacionadas a la variable responsabilidad social empresarial, en cada pregunta se aplicó la escala de Lickert.

Cuestionario sobre la variable Planeamiento estratégico.

El instrumento contó con 23 preguntas acerca de la variable planeamiento estratégico y sus dimensiones, las cuales son cinco, la validación de la encuesta se hizo por juicio de expertos.

Ficha técnica

Nombre	:	Cuestionario sobre la variable planeamiento estratégico
Autor	:	Sainz de Vicuña, adaptado por el autor.
Año	:	2012
Administración	:	Individual
Duración	:	10 minutos

Validez:

La validación estuvo a cargo de dos especialistas y la técnica se denomina “juicio de expertos”, quienes ostentan el grado de Doctores. A continuación se presenta los datos.

Tabla 3.

Validez del contenido del instrumento sobre la variable de planeamientos estratégico.

Nombre y apellidos	Opinión
Dr. Leonidas Pando Sussuni.	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Nivel de medición: escala politómica

Descripción de la prueba: Estuvo conformada por 23 ítems, y 5 dimensiones con alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert.

Objeto de la prueba

La escala de Likert permitió obtener la percepción de los trabajadores sobre las dimensiones del planeamiento estratégico y su relación con la responsabilidad social empresarial.

Calificación

La calificación está en la escala del 1 a 5 y se presentó de la siguiente manera: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5).

Cuestionario sobre la responsabilidad social empresarial

El instrumento estuvo conformado por 18 preguntas relacionadas a la variable responsabilidad social empresarial y sus dimensiones, las cuales fueron cuatro, la validación de la encuesta se hizo por juicio de expertos.

Ficha técnica

Nombre	:	Cuestionario sobre responsabilidad social empresarial
Autor	:	Carneiro, adaptado por el autor
Año	:	2004
Administración	:	Individual
Duración	:	10 minutos

Validez:

La validación estuvo a cargo de dos especialistas y la técnica se denomina “juicio de expertos”, quienes ostentan el grado de Doctores. A continuación se presenta los datos:

Tabla 4.

Validez del contenido del instrumento sobre la responsabilidad social empresarial.

Nombre y apellidos	Opinión
Dr. Leonidas Pando Sussoni	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Nivel de medición: escala politómica

Descripción de la prueba: Estuvo conformada por 18 ítems, y 4 dimensiones con alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert.

La escala de Likert permitió obtener la percepción de los trabajadores sobre las dimensiones del planeamiento estratégico y su relación con la responsabilidad social empresarial.

Calificación

La calificación se mostró en la escala del 1 a 5 y se presentó de la siguiente manera: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5).

Validación y confiabilidad

La validación de la encuestas se realizó por “juicio de expertos”, quienes evaluaron las preguntas para dar una respuesta y mejorar el contenido del instrumento.

En cuanto a la confiabilidad del instrumento, en primer lugar se aplicó una prueba piloto a 25 trabajadores que fueron distribuidas entre los 9 aeropuertos comerciales del Perú. Asimismo, se aplicó la fórmula del Alfa de Cronbach para evaluar los resultados obtenidos de esta prueba piloto.

Para poder interpretar y tener en cuenta una referencia de los resultados, Hernández, Fernández y Baptista (2003) sugieren las siguientes recomendaciones para evaluar el coeficiente de alfa de Cronbach.

Tabla 5.
Coefficiente de Alfa de Cronbach

Coefficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Despreciable
0.20 a 0.40	Bajo o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy alta

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista.

Tabla 6.
Estadístico de fiabilidad del instrumento planeamiento estratégico

Alfa de Cronbach	N de elementos
,801	23

Nota: La fuente se obtuvo de los resultados de la encuesta piloto

Interpretación.

Se obtuvo un valor de 0,801, ubicándose en la Tabla 5, del Coeficiente del Alfa de Cronbach como de nivel muy alta.

Tabla 7.

Estadístico de fiabilidad del instrumento responsabilidad social empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
,942	18

Nota: La fuente se obtuvo de los resultados de la encuesta piloto

Interpretación.

Los resultados obtenidos en la Tabla 7 aplicando el Alfa de Cronbach, éste resultado es de 0,942, superior a 0,9, por lo que se infiere que la confiabilidad es de nivel Muy Alta, según la Tabla 5.

2.5 Métodos de análisis de datos

Para el análisis de los datos donde contienen las respuestas relacionadas a las variables de investigación, se utilizó el programa estadístico SPSS versión 24, esta herramienta permitió obtener resultados importante para su interpretación. Posteriormente estos resultados se tradujeron mediante tablas y figuras que muestran los valores de las frecuencias y porcentajes, las cuales han permitido realizar un análisis e interpretación de resultados teniendo como base del marco teórico.

2.6 Aspectos éticos

Este estudio fue elaborado contando con la autorización de los administradores de los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

Esta investigación se elaboró teniendo en cuenta aspectos como la originalidad en su redacción y existencia de los datos mencionados en este documento. Por lo que toda la investigación está basado en información proporcionada por los trabajadores de los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A., sobre la realidad del planeamiento estratégico y la responsabilidad social interna.

Para ello, se ha considerado la integridad de la información y la discreción respectiva con respecto a la identidad de los participantes en la aplicación del instrumento.

III. RESULTADOS

3.1 Presentación de resultados

3.1.1 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la variable Planeamiento Estratégico

Tabla 8.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos sobre el planeamiento estratégico.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	1	0.8%	0.8%
Medio	54	45.0%	45.8%
Alto	65	54.1%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018).

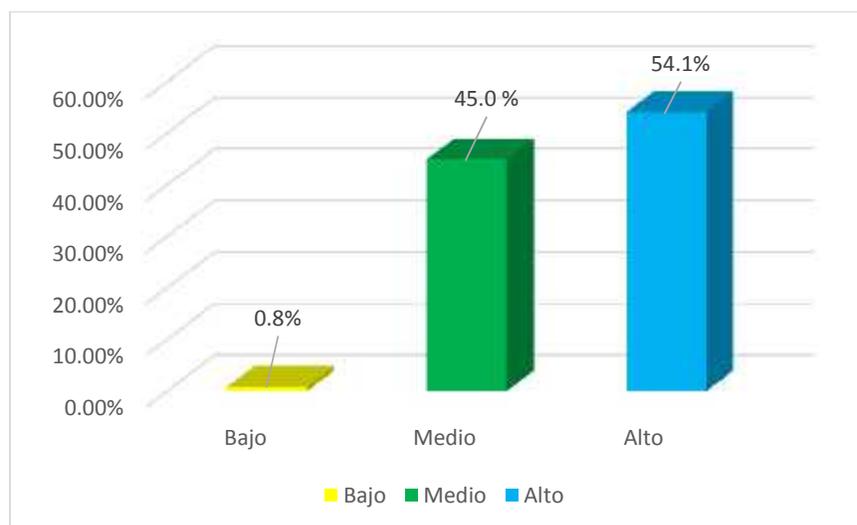


Figura 6. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos al planeamiento estratégico.

Interpretación

Sobre los resultados obtenidos: se observa que 54.1% de las personas encuestadas en esta investigación perciben que el planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 es de nivel alto, el 45.0% considera el planeamiento estratégico de nivel medio y 0.8% lo considera de nivel bajo.

Es así que se infiere que el planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, es de nivel alto.

3.1.2 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la variable Responsabilidad social empresarial

Tabla 9.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos sobre la Responsabilidad social empresarial.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	2	1.6%	1.6%
Medio	8	6.6%	8.3%
Alto	110	91.6%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

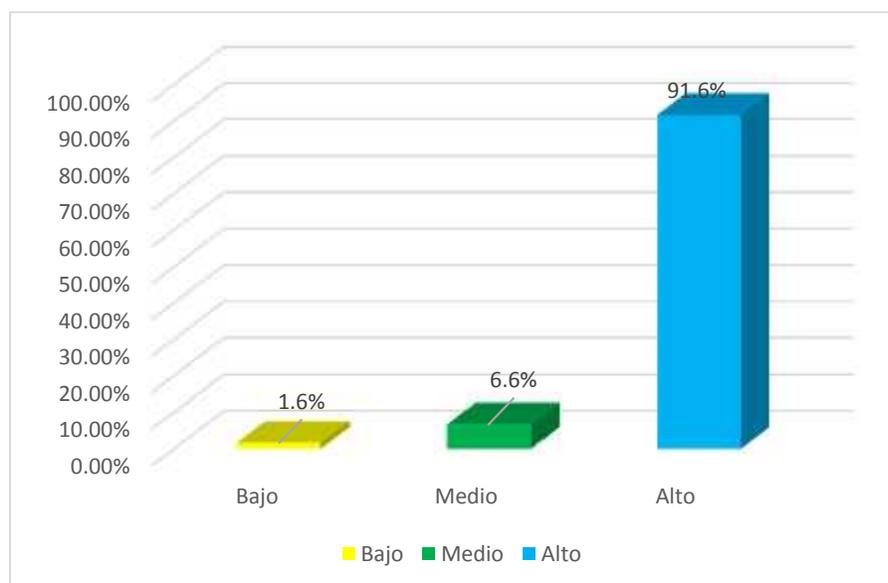


Figura 7. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos a la responsabilidad social empresarial.

Interpretación

Sobre los resultados obtenidos: se observa que 91.6% de las personas encuestados en esta investigación perciben que la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 es de nivel alto, 6.6% lo considera de nivel medio y el 1.6% considera el planeamiento estratégico de nivel bajo.

Es así que se infiere que la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, es de nivel alto.

3.1.3 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la dimensión análisis de la situación

Tabla 10.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos sobre el análisis de la situación.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	5	4.1%	4.1%
Medio	53	44.1%	48.3%
Alto	62	51.6%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

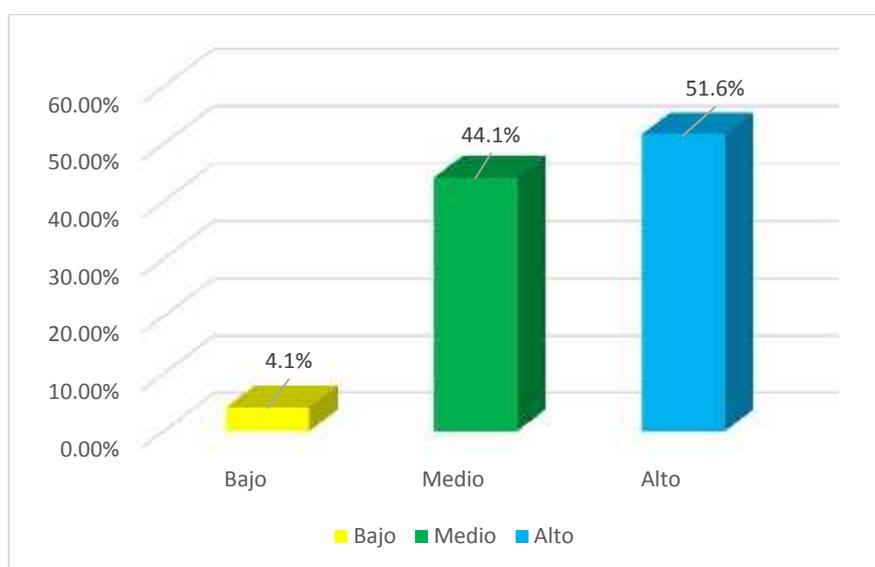


Figura 8. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos al análisis de la situación

Interpretación

Sobre los resultados obtenidos: se tiene que 51.6% de los individuos encuestados en esta investigación perciben que el análisis de situación de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 es de nivel alto, 44.1% percibe que es medio y 4.1% percibe que es de nivel bajo.

Es así que se infiere que el análisis de la situación de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, es de nivel alto.

3.1.4 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la dimensión diagnóstico de la situación

Tabla 11.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos sobre el diagnóstico de la situación.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	4	3.3%	3.3%
Alto	116	96.6%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

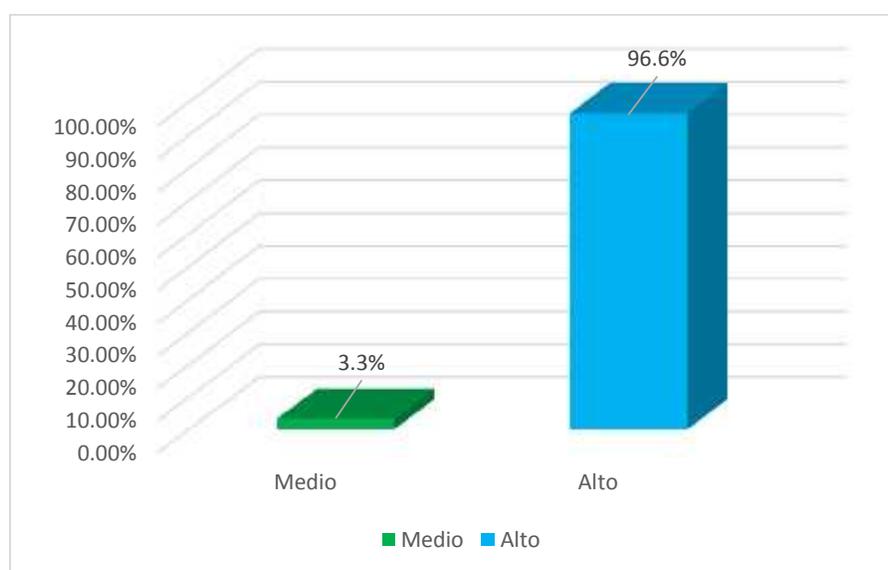


Figura 9. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos al diagnóstico de la situación.

Interpretación

Sobre los resultados obtenidos: el 96.6% de los participantes en esta investigación perciben que el diagnóstico de la situación de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 es de nivel alto y solo el 3.3% lo considera de nivel medio. Es así que se infiere que este resultado es de nivel alto.

3.1.5 Análisis descriptivo de los valores obtenidos del sistema de objetivos

Tabla 12.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos del sistema de objetivos.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	1	0.8%	0.8%
Medio	44	36.6%	37.5%
Alto	75	62.5%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

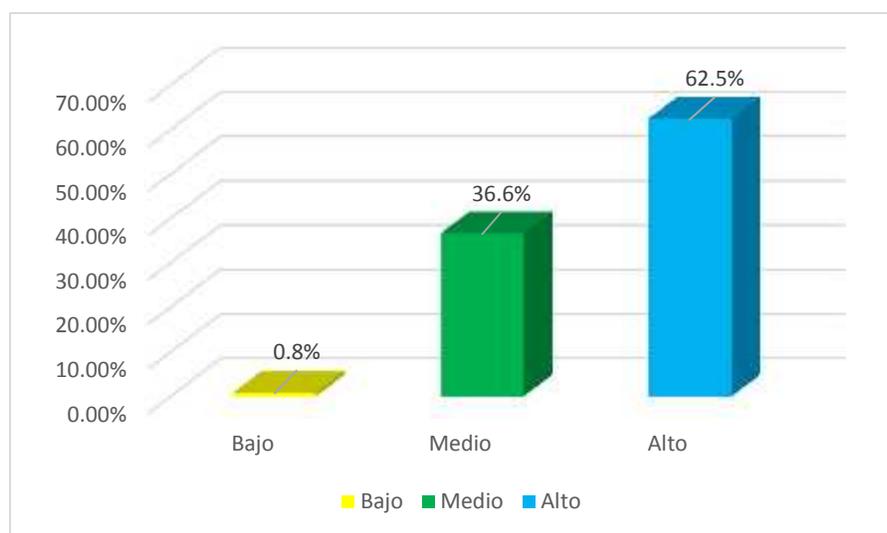


Figura 10. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos al sistema de objetivos.

Interpretación

De los resultados mostrados, 62.5% de los participantes en la encuesta de esta investigación perciben que el sistema de objetivos de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 es de nivel alto, así también 36.6% percibe que los resultados son de nivel medio y el 0.8% lo considera de nivel bajo.

Es así que se infiere que el sistema de objetivos de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, es de nivel alto.

3.1.6 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de las estrategias corporativas

Tabla 13.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de las estrategias corporativas.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	1	0.8%	0.8%
Medio	53	44.1%	45.0%
Alto	66	55.0%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

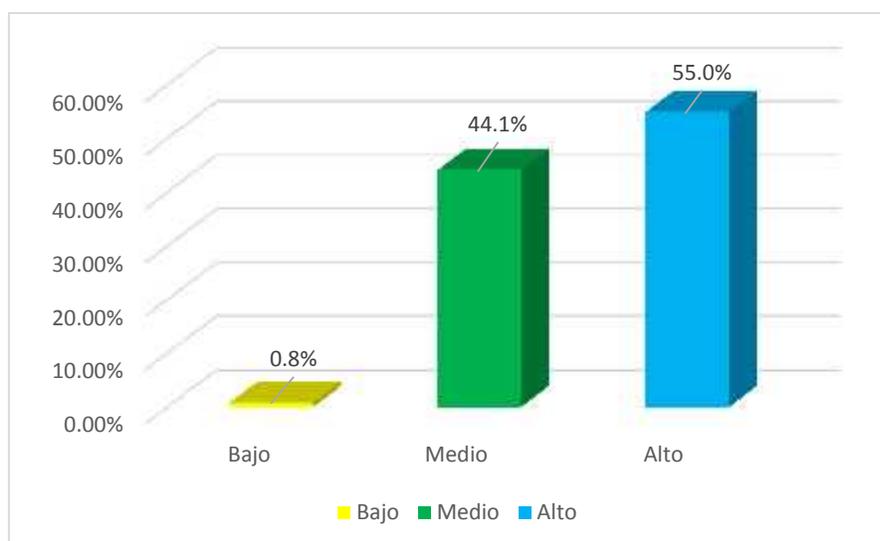


Figura 11. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos a las estrategias corporativas.

Interpretación

De los resultados mostrados, 55.0% de los participantes en la encuesta de esta investigación perciben que las estrategias corporativas de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 es de nivel alto, el 44.1% percibe que es de nivel medio y el 0.8% lo considera de nivel bajo.

Por lo que se concluye que las estrategias corporativas de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, es de nivel alto.

3.1.7 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de las decisiones operativas

Tabla 14.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de las decisiones operativas.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	3	2.5%	2.5%
Medio	39	32.5%	35.0%
Alto	78	65.0%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

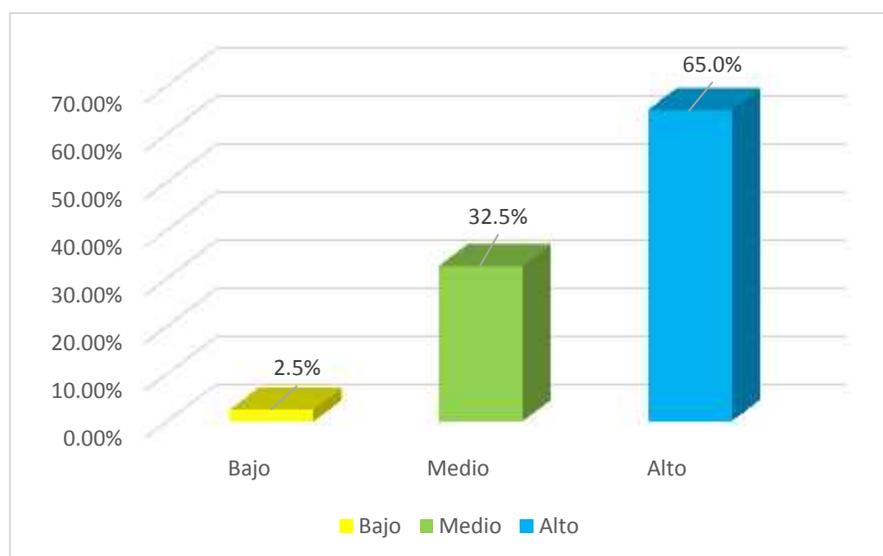


Figura 12. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos a las decisiones operativas.

Interpretación

De los valores observados, 65.0% de los participantes de la encuesta de esta investigación percibe que las decisiones operativas de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 es de nivel alto, el 32.5% considera de nivel medio y el 2.5% percibe de nivel medio.

Por lo que se infiere que las decisiones operativas de la variable planeamiento estratégico en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, es de nivel alto.

3.1.8 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la responsabilidad social en la organización

Tabla 15.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la responsabilidad social.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	1	0.8%	0.8%
Medio	12	10.0%	10.8%
Alto	107	89.1%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

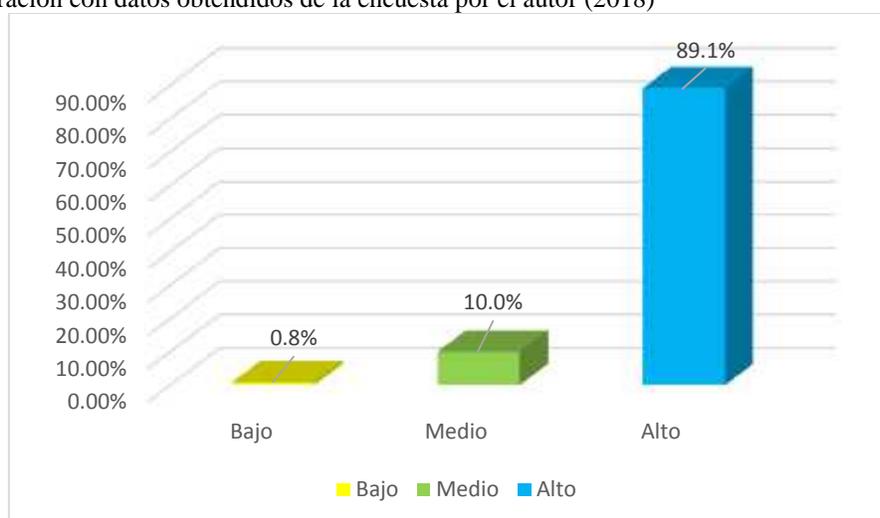


Figura 13. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos a la responsabilidad social.

Interpretación

Sobre los valores obtenidos, 89.1% de los trabajadores encuestados perciben que la dimensión responsabilidad social empresarial en la organización en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 es de nivel alto, el 10.0% perciben que es de nivel medio y el 0.8% perciben que es de nivel bajo.

De tal forma que se infiere que esta dimensión de la variable responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, es de nivel alto.

3.1.9 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la responsabilidad social sobre las personas

Tabla 16.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la responsabilidad social sobre las personas.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	1	0.8%	0.8%
Medio	2	1.6%	2.5%
Alto	117	97.5%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

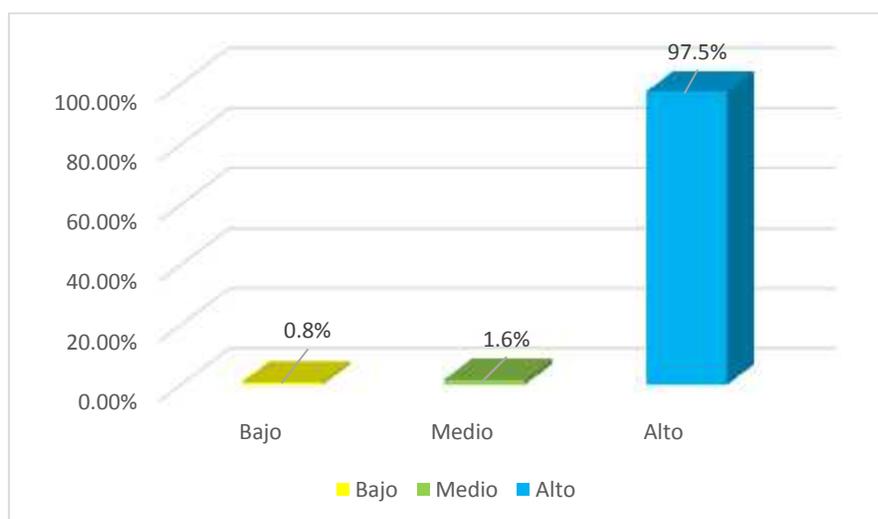


Figura 14. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos a la responsabilidad social sobre las personas.

Interpretación

Sobre los valores obtenidos, 97.5% de los trabajadores encuestados percibe que la responsabilidad social sobre las personas encuestadas en la investigación de la variable responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 corresponde al rango alto, así también 1.67% perciben que corresponde a un rango medio y finalmente 0.83% considera que es de rango bajo. De ello se infiere que los valores son de nivel alto.

3.1.10 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la responsabilidad social sobre las relaciones

Tabla 17.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la responsabilidad social sobre las relaciones.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	2	1.6%	1.6%
Medio	9	7.5%	9.1%
Alto	109	90.8%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

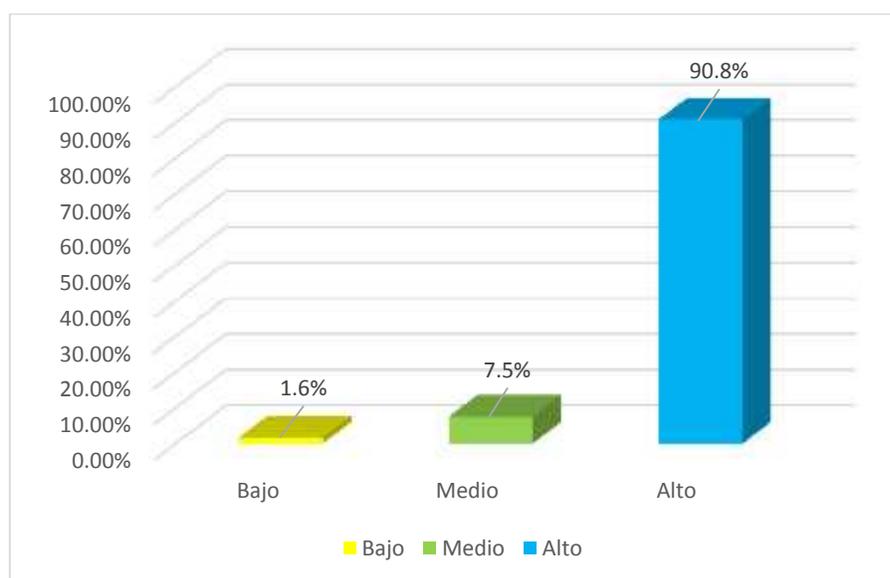


Figura 15. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos a la responsabilidad social sobre las relaciones.

Interpretación

De los resultados obtenidos, 0.83% de los trabajadores encuestados percibe que la responsabilidad social sobre las relaciones de la variable responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 corresponde a un rango alto, así también 7.50% perciben que corresponde a un rango medio y el 1.67% perciben que es un rango bajo. De tal forma que se infiere que la dimensión en análisis es de nivel Alto.

3.1.11 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la responsabilidad social sobre el ambiente

Tabla 18.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la responsabilidad social sobre el ambiente.

Niveles y rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Medio	3	2.5%	2.5%
Alto	117	97.5%	100.0%
Total	120	100.0%	

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

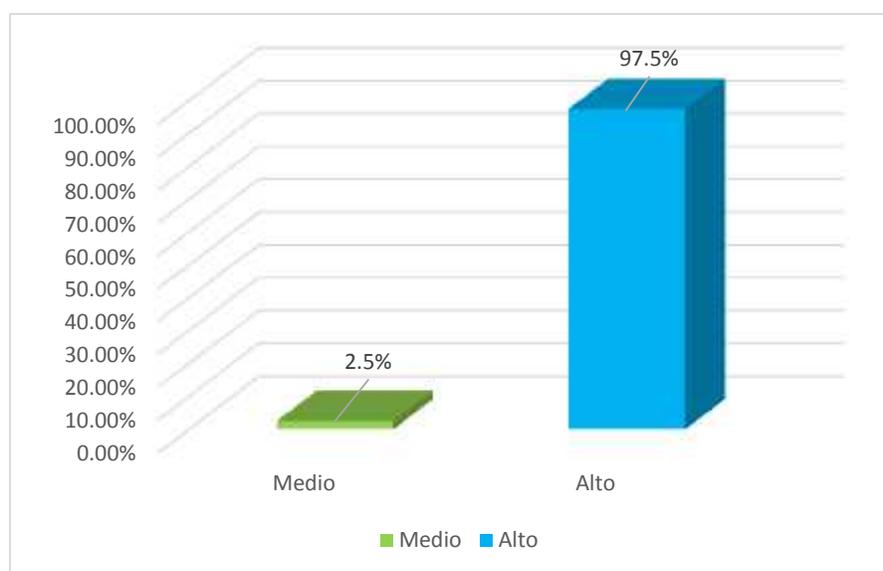


Figura 16. Representación gráfica de los resultados porcentuales de los niveles referidos a la responsabilidad social sobre el ambiente.

Interpretación

De los resultados obtenidos, 97.50% de los trabajadores encuestados percibe que la responsabilidad social sobre el ambiente de la variable responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 corresponde a un rango alto y el 2.5% percibe que el rango es medio.

De acuerdo a ello se infiere que la dimensión en estudio es de rango alto.

Tablas cruzadas

3.1.12 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la relación del planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial

Tabla 19.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos del planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial.

			Responsabilidad Social Empresarial			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Planeamiento Estratégico	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% total	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
	Medio	Recuento	1	8	45	54
		% total	0.8%	6.6%	37.5%	45.0%
	Alto	Recuento	0	0	65	65
		% total	0.0%	0.0%	54.1%	54.1%
Total		Recuento	2	8	110	120
		% total	1.6%	6.6%	91.7%	100.0%

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

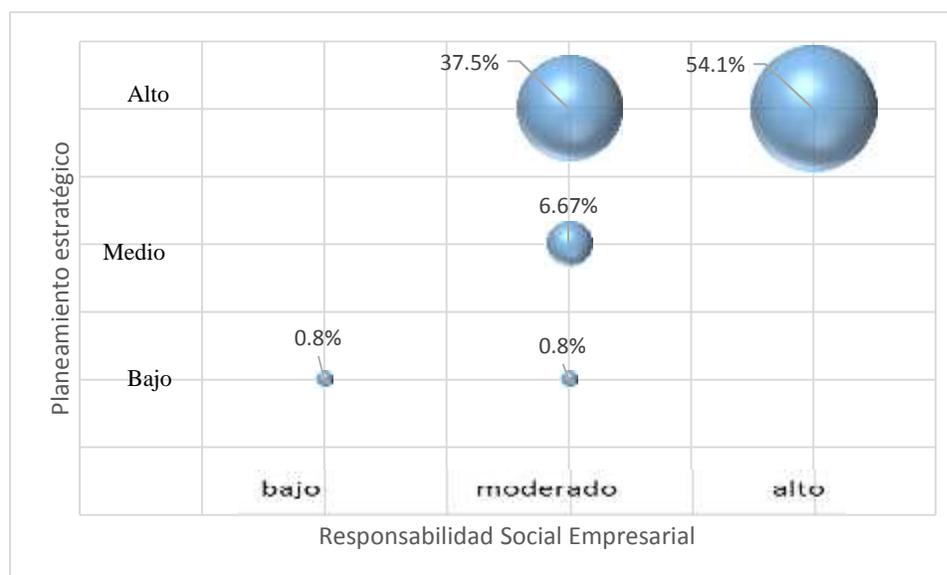


Figura 17. Distribución porcentual de la relación del planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial.

Interpretación

De los resultados obtenidos, 54.1% de los participantes en la encuesta de esta investigación perciben en un rango alto que el planeamiento estratégico tiene relación con la responsabilidad

social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Es así que estos valores muestran que existe una relación positiva en ambas variables planeamiento estratégico y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

3.1.13 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la relación entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial

Tabla 20.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la relación entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial.

			Responsabilidad Social Empresarial			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Análisis de la Situación	Bajo	Recuento	2	1	2	5
		%Total	1.6%	0.8%	1.6%	4.1%
	Medio	Recuento	0	7	46	53
		%Total	0.0%	5.8%	38.3%	44.1%
	Alto	Recuento	0	0	62	62
		%Total	0.0%	0.0%	51.6%	51.6%
Total		Recuento	2	8	110	120
		%Total	1.6%	6.6%	91.6%	100.0%

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

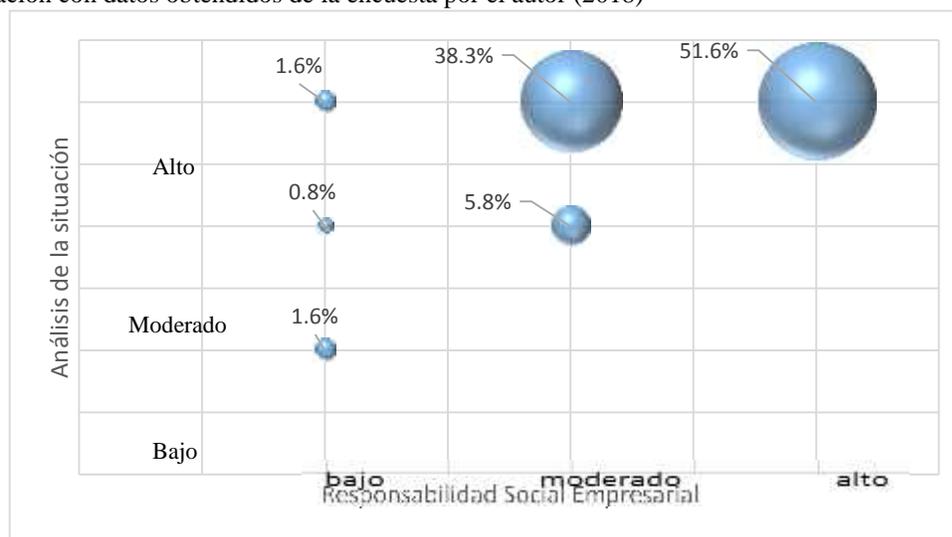


Figura 18. Distribución porcentual de la relación entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial.

Interpretación

De acuerdo a los resultados, 51.67% de los participantes de la encuesta en esta investigación perciben que el análisis de la situación tiene relación con la variable responsabilidad social empresarial. Por lo que se puede inferir que existe una relación positiva entre la dimensión análisis de la situación y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, debido a que el rango entre ambas es alto.

3.1.14 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la relación entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial

Tabla 21.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la relación entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial.

			Responsabilidad Social Empresarial			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Diagnóstico de la situación	Medio	Recuento	0	0	4	4
		% Total	0.0%	0.0%	3.3%	3.3%
	Alto	Recuento	2	8	106	116
		% Total	1.6%	6.6%	88.3%	96.6%
Total		Recuento	2	8	110	120
		% Total	1.6%	6.6%	91.6%	100.0%

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

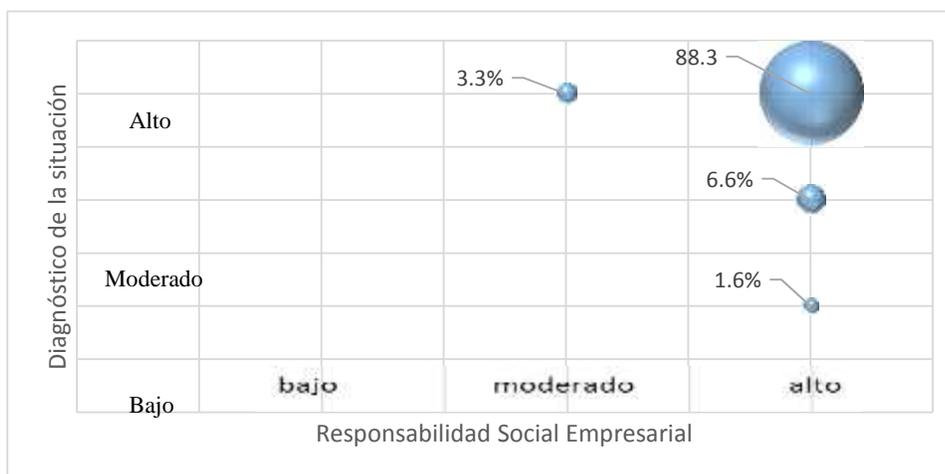


Figura 19. Distribución porcentual de la relación entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial.

Interpretación

De acuerdo a los resultados se percibe que 83.3% de los participantes de la encuesta en esta investigación perciben en un rango alto que el diagnóstico de la situación tiene relación con la variable responsabilidad social empresarial. Por lo que se puede inferir que existe una relación positiva entre la dimensión diagnóstico de la situación y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

3.1.15 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la relación entre el sistema de objetivos y la responsabilidad social empresarial.

Tabla 22.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la relación entre el sistema de objetivos y la responsabilidad social empresarial.

			Responsabilidad Social Empresarial			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Sistema de objetivos	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% Total	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
	Medio	Recuento	0	7	37	44
		% Total	0.0%	5.8%	30.8%	36.6%
	Alto	Recuento	1	1	73	75
		% Total	0.8%	0.8%	60.8%	62.5%
Total		Recuento	2	8	110	120
		% Total	1.6%	6.6%	91.6%	100.0%

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

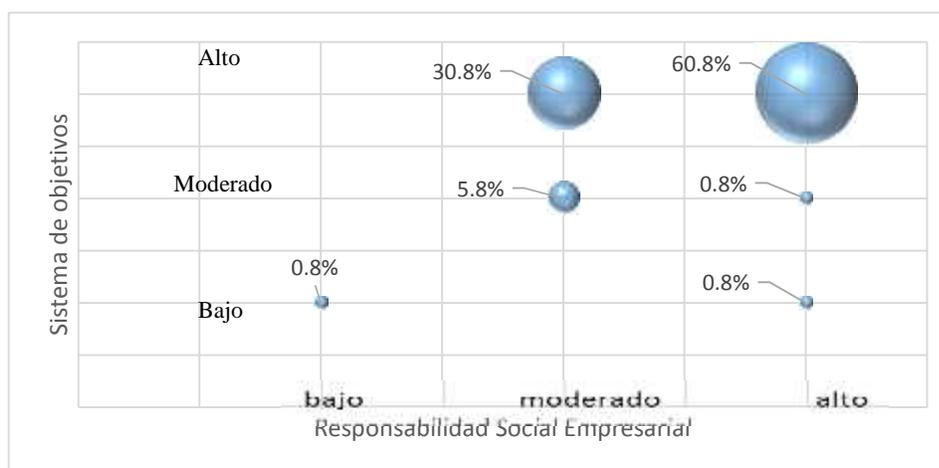


Figura 20. Distribución porcentual de la relación entre el sistema de objetivos y la responsabilidad social empresarial.

Interpretación

De los resultados observados, 60.83% de los participantes de la encuesta en esta investigación perciben en un nivel alto que el sistema de objetivos tiene relación con la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Por lo que se puede inferir que existe una relación positiva entre la dimensión sistema de objetivos y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, por lo que el rango entre ambas es alto.

3.1.16 Análisis descriptivo de los valores obtenidos entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial

Tabla 23.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la relación entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial.

			Responsabilidad Social Empresarial			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Estrategias Corporativas	Bajo	Recuento	1	0	0	1
		% Total	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%
	Medio	Recuento	1	8	44	53
		% Total	0.8%	6.6%	36.6%	44.1%
	Alto	Recuento	0	0	66	66
		% Total	0.0%	0.0%	55.0%	55.0%
Total		Recuento	2	8	110	120
		% Total	1.6%	6.6%	91.6%	100.0%

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

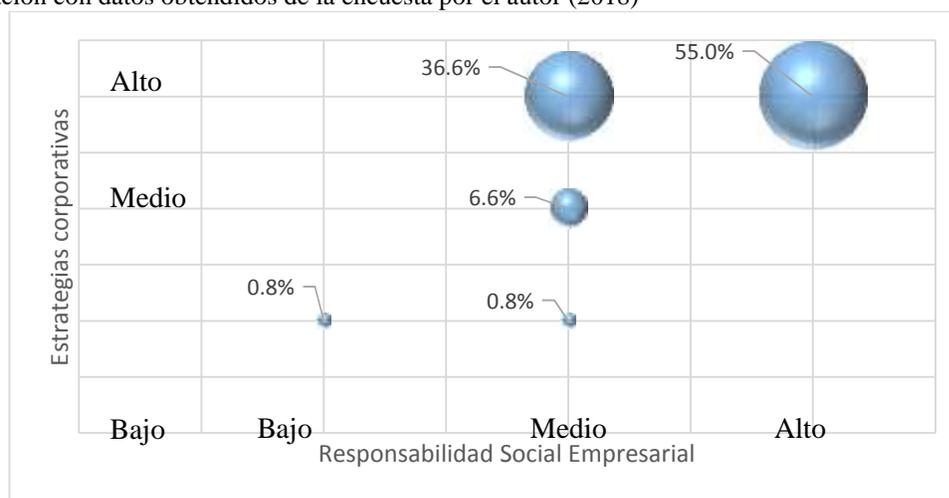


Figura 21. Distribución porcentual de la relación entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial.

Interpretación

De los resultados mostrados, 55.00% de los participantes de la encuesta en esta investigación perciben en un rango alto que las estrategias corporativas tiene relación con la responsabilidad social empresarial. Por lo que se puede inferir que existe una relación positiva entre la dimensión estrategias corporativas y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, por lo que el rango entre ambas es Alto.

3.1.17 Análisis descriptivo de los valores obtenidos de la relación entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial

Tabla 24.

Valores absolutos y porcentuales de los niveles y rangos de la relación entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial.

			Responsabilidad Social Empresarial			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Decisiones Operativas	Bajo	Recuento	1	1	1	3
		% Total	0.8%	0.8%	0.8%	2.5%
	Medio	Recuento	1	7	31	39
		% Total	0.8%	5.8%	25.8%	32.5%
	Alto	Recuento	0	0	78	78
		% Total	0.0%	0.0%	65.0%	65.0%
Total		Recuento	2	8	110	120
		% Total	1.6%	6.6%	91.6%	100.0%

Fuente. Elaboración con datos obtenidos de la encuesta por el autor (2018)

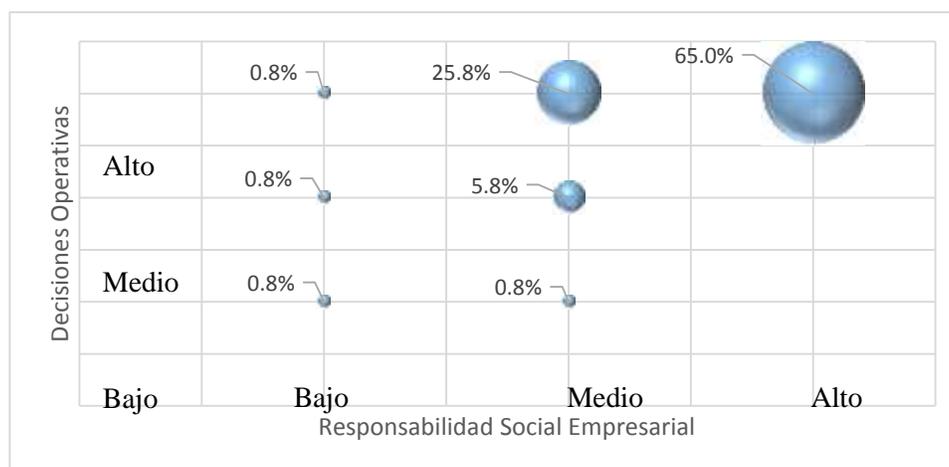


Figura 22. Distribución porcentual de la relación entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial.

Interpretación

De los resultados mostrados, 65.00% de los participantes de la encuesta en esta investigación perciben en un rango alto que las decisiones operativas tiene relación con la responsabilidad social empresarial. Por lo que se puede inferir que existe una relación positiva entre la dimensión decisiones operativas y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, por lo que el rango entre ambas es Alto.

Prueba de Normalidad

Debido a que la muestra es de 120 unidades se utilizó para analizar la normalidad la prueba de Kolmogorov –Smirnov, la cual luego de su aplicación con las dos variables en SPSS arroja los siguientes.

Planteamiento de Hipótesis:

Ho: Los datos tienen una distribución normal

Ha: los datos no tienen una distribución normal.

Resultados:

Tabla 25.

Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad			
	Estadístico	Kolmogorov-Smirnov ^a	
		gl	Sig.
Planeamiento Estratégico	,100	120	,005
Responsabilidad Social Empresarial	,122	120	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Software SPSS24

Interpretación.

De acuerdo a los resultados de la prueba de normalidad, la cual muestra un nivel de significancia de 0.005 para la variable “Planeamiento Estratégico” y de 0.000 para la variable “Responsabilidad Social Empresarial”, lo cual demuestra que son menores a $\alpha = 0.05$ indicando con ellos que los datos no son normales. De acuerdo a ello, se rechaza la hipótesis nula y como consecuencia se utilizará la prueba no paramétrica de Rho Spearman.

Tabla 26.

Tabla de interpretación del coeficiente de correlación de Spearman según Bisquerra

Valores	Interpretación
De -0,91 a -1	Correlación muy alta
De -0,71 a -0,90	Correlación alta
De -0,41 a -0,70	Correlación moderada
De -0,21 a -0,40	Correlación baja
De 0 a -0,20	Correlación prácticamente nula
De 0 a 0,20	Correlación prácticamente nula
De 0,21 a 0,40	Correlación baja
De 0,41 a 0,70	Correlación moderada
De 0,71 a 0,90	Correlación alta
De 0,01 a 1	Correlación muy alta

Fuente. Bisquerra (2009)

3.2 Contrastación de las hipótesis

Hipótesis general

Ho No existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Ha Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Tabla 27.

Significancia y correlación entre la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial

		P.E.	R.S.E.	
Rho de Spearman	Planeamiento Estratégico	Coefficiente de correlación	,894**	
		Sig. (bilateral)	,000	
	N		120	
	Responsabilidad Social Empresarial	Coefficiente de correlación	,894**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
	N		120	120

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

Fuente: Software SPSS24

Interpretación

De los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre las variables planeamiento estratégico y responsabilidad social empresarial, se obtuvo el valor de $p = 0.000$, éste es menor que $\alpha = 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre las variables planeamiento estratégico y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0.894, cuya interpretación de acuerdo a la tabla 28 de Rho de Spearman según Bisquerra, dicha correlación es alta.

Hipótesis específica 1

H_0 No existe una relación significativa entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

H_a Existe una relación significativa entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Tabla 28.

Significancia y correlación entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial

		A.	S.	R.S.E.
Rho de Spearman	Análisis de la situación	Coeficiente de correlación	1,000	,874**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	120	120
	Responsabilidad Social Empresarial	Coeficiente de correlación	,874**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	120	120

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

Fuente: Software SPSS24

Interpretación

De los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial, se obtuvo el valor de $p = 0.000$, éste es superior que $\alpha = 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre el análisis de la situación y responsabilidad social empresarial en los

aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0.874, cuya interpretación de acuerdo a la tabla de Rho de Spearman dicha correlación es alta.

Hipótesis específica 2

H \emptyset No existe una relación significativa entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Ha Existe una relación significativa entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Tabla 29.

Significancia y correlación entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial

		D. S.	R.S.E.
Rho de Spearman	Diagnóstico de la situación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,781
		N	120
	Responsabilidad Social Empresarial	Coefficiente de correlación	,026
		Sig. (bilateral)	,781
		N	120

Fuente: Software SPSS24

Interpretación

De los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre el diagnóstico de la situación y la responsabilidad social empresarial, se obtuvo el valor de $p = 0.781$, éste es superior que 0.05 por tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que no existe relación significativa entre el diagnóstico de la situación y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0.026, cuya interpretación de acuerdo a la tabla de Rho de Spearman dicha correlación es prácticamente nula.

Hipótesis específica 3

H₀ No existe una relación significativa entre los sistemas de objetivos y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

H_a Existe una relación significativa entre los sistemas de objetivos y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Tabla 30.

Significancia y correlación entre el sistema de objetivos y la responsabilidad social empresarial

		S. O.	R.S.E.	
Rho de Spearman	Sistemas de Objetivos	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,858**	
		N	120	
	Responsabilidad Social Empresarial	Coeficiente de correlación	,858**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	120	120

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

Fuente: Software SPSS24

Interpretación

De los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre el sistema de objetivos y la responsabilidad social empresarial, se obtuvo el valor de $p = 0.000$, ésta es menor que $\alpha = 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre el sistema de objetivos y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0.858, cuya interpretación de acuerdo a la tabla de Rho de Spearman dicha correlación es alta.

Hipótesis específica 4

H₀ No existe una relación significativa entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

H_a Existe una relación significativa entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Tabla 31.
Significancia y correlación entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial

		E.C.	R.S.E.
Rho de Spearman	Estrategias Corporativas	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,937**
		N	120
	Responsabilidad Social Empresarial	Coeficiente de correlación	,937**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	120

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

Fuente: Software SPSS24

Interpretación

De la aplicación de la prueba de Rho de Spearman, se obtuvo el valor de $p = 0.000$, ésta es menor que $\alpha = 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0.937, cuya interpretación de acuerdo a la tabla de Rho de Spearman dicha correlación muy alta.

Hipótesis específica 5

H_0 No existe una relación significativa entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

H_a Existe una relación significativa entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Tabla 32.
Significancia y correlación entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial

		D. O.	R.S.E.
Rho de Spearman	Decisiones Operativas	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,843**
		N	120
	Responsabilidad Social Empresarial	Coeficiente de correlación	,843**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	120

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

Fuente: Software SPSS24

Interpretación

De los resultados obtenidos de la aplicación de la prueba de Rho de Spearman para encontrar la relación entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial, se obtuvo el valor de $p = 0.000$, ésta es menor que $\alpha = 0.05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0.843, cuya interpretación de acuerdo a la tabla de Rho de Spearman dicha correlación es alta.

IV. DISCUSIÓN

El objetivo general de esta investigación fue determinar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. de los resultados descriptivos al relacionar la variable planeamiento estratégico y responsabilidad social se obtuvo que el 54.17% percibe que ambas variables están relacionadas en un nivel alto. Aspecto que nos indica que la responsabilidad social empresarial en Corpac S.A., tiene relación sobre las actividades que realiza la organización. Este aspecto se puede apreciar en la prueba de Rho de Spearman al obtener que este resultado es de 0.894, es decir que la correlación es alta. Así también, el nivel de significancia es de 0.000, menor a $\alpha = 0.05$, rechazándose la hipótesis nula. Aspecto que corrobora los resultados inferenciales. En tal sentido, se afirma que hay una relación significativa entre ambas variables y es de nivel alto. Al respecto, Hernández y Manrique (2017), en su tesis de investigación concluyen de forma parecida y afirma que la responsabilidad social empresarial tiene influencia de forma positiva en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca, esta influencia se traduce en beneficio económico, competitividad y desarrollo de la empresa. Por el contrario, Vilca (2017), muestra un resultado distinto al indicar en sus conclusiones que la RSE no se encuentra integrada dentro del plan estratégico de la empresa en estudio o solo está en intenciones más no se plasma en la práctica, es por ello que el resultado obtenido en esa investigación no es significativo. Del mismo modo, Bedoya (2013), afirma que las actividades de RSE en la empresa de su estudio prácticamente se realizan de manera aislada, cuando estas deben ser integradas en el plan estratégico de la empresa.

En relación al análisis de la situación del planeamiento estratégico en los aeropuertos administrados por Corpac S.A., el 51.67% de las participantes en la encuesta considera que es de nivel alto. Es decir, Corpac tiene en cuenta los factores externos a la organización para determinar sus objetivos y estrategias porque sabe que en una coyuntura desfavorable el efecto sería nocivo. Sainz de Vicuña (2012), anota sobre estos factores y menciona que los factores económicos, políticos, tecnológicos y sociales en el análisis de la situación externa, así también los aspectos internos de la misma organización, deben tenerse en cuenta a la hora de la elaboración del planeamiento estratégico. Esta afirmación se puede apreciar también en los resultados descriptivos de la relación entre el análisis de la situación y la responsabilidad

social empresarial, donde se obtuvo que el 51.67% de los trabajadores encuestados percibe en un rango alto que el análisis de la situación tiene relación con la responsabilidad social empresarial, por lo que se infiere que existe una relación positiva entre la dimensión análisis de la situación y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Del mismo modo, en la prueba de Rho de Spearman, se obtuvo como resultado en este objetivo específico que se rechaza la hipótesis nula debido a que el resultado de $p= 0.000$. Razón por la cual existe relación significativa entre el análisis de la situación y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018 y su correlación de 0.874 es alta. En este aspecto es necesario mencionar que el análisis de la situación dentro del planeamiento estratégico es importante para la empresa porque le ayuda a tomar mejores decisiones en el presente que tendrá una repercusión en el futuro. Es decir esta dimensión si influye en los resultados.

Con respecto al diagnóstico de la situación del planeamiento estratégico en los aeropuertos administrados por Corpac S.A., se tiene que el 96.67% de las participantes en la encuesta considera que es de nivel alto. Es decir, los trabajadores perciben que la organización ha realizado un diagnóstico exhaustivo de la situación antes de realizar el planeamiento estratégico. Así también en la relación entre esta dimensión y la variable responsabilidad social empresarial se obtuvo que el 83.33% de los trabajadores encuestados percibe en un rango alto que el diagnóstico de la situación tiene relación con la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Por lo que se interpreta que existe una relación positiva entre ambos elementos. Sin embargo, la prueba de Spearman ha demostrado que no existe relación significativa entre el diagnóstico de la situación y responsabilidad social empresarial, debido a que el valor de $p= 0.741$, resultado superior a $\alpha = 0.05$ y una correlación de 0.026 que es prácticamente nula. Sainz de Vicuña (2012), recomienda que el planeamiento estratégico debe realizar un diagnóstico de la situación para tener en cuenta los factores más importantes en la confección del plan. Cuando este aspecto no se tiene en cuenta los resultados podrían ser diferentes a los esperados. Por otro lado, la relación que también debe existir entre el diagnóstico y la responsabilidad social empresarial es preponderante porque esta última es un factor que en la actualidad todas las empresas que desean perdurar en el tiempo la tienen en cuenta e influye positivamente en la

competitividad de la organización. Es por ello que Hernández y Manrique (2017), en su tesis concluye que la responsabilidad social empresarial influye de forma positiva en el éxito competitivo de las empresas.

En cuanto al sistema de objetivos del planeamiento estratégico en los aeropuertos administrados por Corpac S.A., se tiene que el 62.50% de las participantes en la encuesta considera que es de nivel alto. Es decir, cuentan con un sistema de objetivos que los trabajadores perciben adecuado, pues según sus respuestas tienen claro los objetivos de la organización. Sainz de Vicuña (2012), recomienda que los objetivos deben ser precisos, deben tener un alcance, realizables y deben involucrar a los trabajadores de la organización. Así también la relación entre el sistema de objetivos y la responsabilidad social empresarial, se tiene que el 60.83% de los trabajadores encuestados percibe un nivel alto. Por lo que se interpreta que existe una relación positiva entre la dimensión sistema de objetivos y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. La prueba de Rho de Spearman rechaza la hipótesis nula por el resultado de $p = 0.000$ menor al parámetro de 0.05 y se afirma que existe relación significativa entre el sistema de objetivos y responsabilidad social empresarial con una correlación alta de 0.858. Teniendo en cuenta según lo manifestado por los trabajadores que tienen conocimiento preciso acerca de los objetivos, es decir su participación al tema es activo, aspecto que contribuye positivamente en el avance de la organización. A este propósito Uribe (2017), en su investigación registra una conclusión contraria, ya que indica que en cuanto al atributo participación de los empleados, ellos no tienen ninguna participación en los beneficios que obtienen las instituciones, por el contrario es opuesta a los demás factores estudiados, por obtener la menor calificación y correlación más baja. Lo que demuestra que esta práctica no se desarrolla en las instituciones financieras del estudio.

Con respecto a las estrategias corporativas del planeamiento estratégico en los aeropuertos administrados por Corpac S.A., se tiene que el 55.00% de las participantes en la encuesta considera que es de nivel alto. Es decir, los trabajadores de la organización perciben que las estrategias implementadas tienen el efecto o el resultado que deberían tener, además de ser congruentes con el entorno. Corpac, S.A. aplica estrategias corporativas que le permiten mantenerse en el mercado como una organización líder. Sin embargo, es necesario aclarar aquí

que las estrategias implementadas por Corpac S.A. no son agresivas ni de necesariamente la expansión, pues como se sabe esta compañía tiene un acuerdo con el Estado peruano. Al respecto Sainz de Vicuña (2012), define que las traducciones de los objetivos en estrategias permitirán que esta pueda concretar dichos objetivos con el empleo eficiente de los recursos. En cuanto a la relación de las estrategias corporativas con la responsabilidad social empresarial, el 55.00% de los trabajadores encuestados percibe un rango alto. En tal sentido, los resultados descriptivos conforman que existe una relación positiva entre la dimensión estrategias corporativas y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Este resultado se complementa con la prueba de Rho de Spearman que define que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador, debido a que el $p = 0.000$, menor al parámetro de 0.05 y la correlación es muy alta de 0.937. Concluyendo que existe relación significativa entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial. Por el contrario Álvarez (2017), en su tesis denominada “El planeamiento estratégico y el desarrollo institucional de Corpac, sede Callao. 2015”, muestra que las estrategias y recursos tuvo una correlación positiva débil y significativa con el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015.

Finalmente en relación a las decisiones operativas del planeamiento estratégico en los aeropuertos administrados por Corpac S.A., se tiene que el 65.00% de los participantes en la encuesta considera que es de nivel alto. Estas decisiones están relacionadas a los planes de acción de la compañía, los cuales de acuerdo a la percepción de los trabajadores cumple con los objetivos planteados en el plan. Sainz de Vicuña (2012), presenta una matriz de prioridades donde recomienda considerar a todos los planes de acción de acuerdo a un orden de prioridad, herramienta muy útil en el cumplimiento de los objetivos de la empresa. En cuanto a la relación entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial se tiene que el 65.00% de los trabajadores encuestados percibe un rango alto de relación. Determinando de esta manera que existe una relación positiva entre la dimensión decisiones operativas y responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. En cuanto a la prueba de Spearman, se tiene que esta es de $p = 0.000$, resultado menor al parámetro de 0.05, razón por la cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna del investigador. Por lo que se afirma que existe relación significativa entre las decisiones

operativas y la responsabilidad social empresarial, con un nivel de correlación de 0.843, es decir una correlación alta. Del mismo modo, Álvarez (2017), en su tesis denominada “El planeamiento estratégico y el desarrollo institucional de Corpac, sede Callao. 2015”, también menciona en su investigación la importancia del monitorio y control, los cuales tuvieron una correlación positiva débil y significativa con el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015.

V. CONCLUSION

De acuerdo a los objetivos propuestos en esta investigación y en concordancia con los resultados y el análisis de las hipótesis, se presenta a continuación las conclusiones:

Primera: Se concluye que existe relación entre las variables planeamiento estratégico y la variable responsabilidad social empresarial debido a que se obtuvo rho de Spearman = 0,894 señalando que hay una relación significativa, con un nivel de correlación alta, asimismo se obtuvo un nivel de significancia de $p = 0,000$, lo cual indica que es menor a $\alpha = 0,05$; ello señala que la relación es significativa.

Segundo: Se concluye que existe una relación significativa entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, debido a que de la prueba de Rho de Spearman se obtuvo un valor de $p = 0.000$, valor inferior al $\alpha = 0.05$ y la correlación encontrada fue de 0.874, es decir una correlación alta.

Tercero: Se concluye que no existe relación significativa entre el diagnóstico de la situación y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Aspecto que se debe al resultado obtenido de $p = 0.781$, resultado superior al $\alpha = 0.05$ y un nivel de correlación de Spearman de 0.026, encontrándose una correlación prácticamente nula.

Cuarto: Se concluye que existe relación significativa entre el sistema de objetivos y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Debido a que luego de la prueba de Spearman los resultado fueron que el $p = 0.000$, menor a $\alpha = 0.05$ y la correlación fue de 0.858, es decir correlación es alta.

Quinto: Se concluye que existe relación significativa entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Este resultado se obtuvo de la prueba de Spearman el cual expresa que $p = 0.000$ y la correlación fue de 0.937 identificada como correlación muy alta.

Sexto: Se concluye que existe relación significativa entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados

por Corpac S.A. 2018. El cual obedece al resultado obtenido de la prueba de Spearman cuyo $p = 0.000$, menor a $\alpha = 0.05$ y el nivel de correlación fue de 0.843, es decir dicha correlación es alta.

VI. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones mencionadas a continuación se han confeccionado en base a las conclusiones obtenidas de la presente investigación.

- Primero: La empresas Corpac S.A. debe reforzar dentro de sus objetivos estratégicos la responsabilidad social en todas sus dimensiones, no como un aspecto obligatorio, sino como parte de su cultura organizacional.
- Segundo: Antes de realizar cualquier acción Corpac S.A. debe realizar un análisis de la situación actual de su entorno, evaluando factores, económicos, sociales, políticos y tecnológicos, además de los factores internos que inciden directamente sobre la empresa y sobre el cliente.
- Tercero: Ningún objetivo se puede plantear y tampoco ninguna estrategia se puede implementar si es que no se hace un diagnóstico total de la organización y de la situación actual de la empresa en su entorno. Partiendo de allí, la empresa puede replantearse objetivos estratégicos y abrir caminos para incluir aspectos como la responsabilidad social considerando desde su análisis DAFO para incluirlo en el planeamiento estratégico como factor principal.
- Cuarto: Corpac S.A. debe hacer participar a la organización en general en el planteamiento del sistema de objetivos, estrategias corporativas, planes de acción estos y monitoreo de cumplimiento el cual debe ser conocido por toda la organización para que cada uno contribuya a alcanzarlo. Estos deben ser participativos, a corto, mediano y largo plazo, alcanzables y deben ser medidos de acuerdo a un cronograma para su cumplimiento.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C. (2017). *El planeamiento estratégico y el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015*. Tesis de Maestría. (En línea) Universidad César Vallejo. Lima, Perú. Consultado: (17, julio, 2018). Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14522/%C3%81lvarez_PCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Armijo M. (s.f.). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. CEPAL. (En línea). Consultado: (17, julio, 2018). Recuperado de: https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30_04_MANUAL_COMPLETO_de_Abril.pdf
- Bedoya, M. (2013). *La responsabilidad social en el plan estratégico de las empresas Caso: Camari* (Tesis de Maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3753>
- Bisquerra, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. (En línea) (2° edición). Editorial La Muralla S.A. Recuperado de: <http://epistemologia20.blogspot.com/2013/10/metodologia-de-la-investigacion.html>
- Carneiro, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna*. Editorial ESIC. Madrid. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=FpPDPz5_Q4gC&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social+empresarial+carneiro&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTg53m-ZHbAhUyuVkJHaS5CVAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20empresarial%20carneiro&f=false
- Castañeda, A.; y Tapia, C. (2015). *Planeamiento estratégico y la evaluación de proyectos de inversión pública en el organismo supervisor de las contrataciones del estado- Jesús María*. Lima, 2014. Tesis de Maestría. (En línea) Universidad César Vallejo. Lima, Perú. Consultado: (17, julio, 2018). Recuperado de: file:///C:/Users/HALION/Downloads/Casta%C3%B1eda_PAL-Tapia_CCA.pdf

- Castillo, A. (2015). *Cambio social y relaciones públicas*. (En línea). Editorial UOC. Barcelona. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8490646503>
- Cegarra, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Ediciones Díaz de Santos, Madrid, España. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=YROO_q6-wzgC&printsec=frontcover&dq=definici%C3%B3n+de+metodo+inductivo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj674nV15_bAhWNt1kKHbw8AjgQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false
- Celaya, L. (2017). *Posicionamiento Web*. (En línea). Consultado (17, julio, 2018). Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8490219796>
- Curto, M. (2012). *La responsabilidad social interna de las empresas*. IESE Business School. Universidad de Navarra. España. Recuperado de https://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2016_tcm5-85313.pdf
- Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica* (En línea). Consultado: (17, julio, 2018). Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9702604273>
- D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. CENTRUM. Lima, Perú.
- Díaz, L. (2005). *Análisis y planeamiento*. Costa Rica. Editorial EUNEC. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=6p0R6MOBQc4C&pg=PA91&dq=definici%C3%B3n+de+planeamiento+estrat%C3%A9gico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjZ8pKasI3bAhWKtlkKHcLMBhoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20planeamiento%20estrat%C3%A9gico&f=false>
- Espinosa, V. (2015). *Plan estratégico de responsabilidad social empresarial de la empresa Euronatura S.A. con la utilización del Balanced Scordcard* (Tesis de pregrado). Universidad de las fuerzas armadas. Sangolquí, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/10322/T-ESPE-048851.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. Editorial club universitario. Alicante, España. Recuperado de

[https://books.google.com.pe/books?id=Yns6DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Fern%C3%A1ndez+Garc%C3%ADa,+Ricardo+\(2009\).+Responsabilidad+soci+al+corporativa.+Editorial+club+universitario&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjS-emmg8DbAhUQ7VMKHRNWDkkQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Yns6DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Fern%C3%A1ndez+Garc%C3%ADa,+Ricardo+(2009).+Responsabilidad+soci+al+corporativa.+Editorial+club+universitario&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjS-emmg8DbAhUQ7VMKHRNWDkkQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false)

- Freeman, E. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, 25. Primavera 1983. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/R_Freeman/publication/238325277_Stockholders_and_Stakeholders_A_New_Perspective_on_Corporate_Governance/links/5893a4b2a6fdcc45530c2ee7/Stockholders-and-Stakeholders-A-New-Perspective-on-Corporate-Governance.pdf
- Gómez. S. (2012). Metodología de la investigación. Editorial Red Tercer Milenio. Primera Edición. México.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill. Sexta Edición. México.
- Hernández, D. y Manrique, G. (2017). *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2676/1/2017_Hernandez_La_responsabilidad_social_empresarial.pdf
- Icart, T., Isaz, C. y Pulpón, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Universitat de Barcelona. España. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=5CWKWi3woi8C&pg=PA54&dq=definici%C3%B3n+de+la+muestra&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi22tL_n8DbAhVQwFkKHdPXDg0Q6AEINTAC#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20la%20muestra&f=false
- Jamali, D. (2008). Un enfoque de las partes interesadas sobre la responsabilidad social de las empresas: una nueva perspectiva de la teoría y la práctica. Volumen 82, Número 1, pp 213 – 231. Recuperado de:

<https://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-007-9572-4&prev=search>

Kaplan, R. y Norton, D. (2009). *El cuadro de mando integral*. (Tercera edición). (En línea). Gestión 2000. Barcelona, España. Consultado: (17, julio, 2018). Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8498750482>

Moreno, M. (1987). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. Editorial Progreso. Guadalajara. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=9eARu_jwbgUC&pg=PA36&dq=investigaci%C3%B3n+b%C3%A1sica+y+aplicativa+%2B+metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiO2tue-r_bAhWzlKkHTuUBwQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20b%C3%A1sica%20y%20aplicativa%20%2B%20metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n&f=false

Palacios, L. (2018). *Dirección estratégica*. (Segunda edición). (En línea). ECOE Ediciones. Consultado (17, julio, 2018). Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9587713826>

Sainz de Vicuña, J. (2012). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid. ESIC Editorial.

Sánchez, H y Reyes, C (2015). *Metodología y diseños en la investigación científica*. (5ta. Ed.) Lima – Perú: Business Support Aneth S.R.L.

Thomas S, Bateman y Scoth A, Snell (1999). *Administración. Una ventaja competitiva*. Mc Graw Hill. México.

Thompson, P. y Gamble, S. (2012). *Administración estratégica*. Mc Graw Hill. México.

Uribe, M. (2017). *La responsabilidad social empresarial en las instituciones del sector financiero de Ibagué (Colombia)*. Tesis de Doctorado.(En línea). Universidad EAN, Ibagué, Colombia. Consultado: (17, julio, 2018). Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v12-n3/A19.12\(3\)296-327.pdf](http://www.spentamexico.org/v12-n3/A19.12(3)296-327.pdf)

Vilca, G. (2017). *Responsabilidad social empresarial y el plan estratégico de la empresa minera Aruntani S.A.C., período 2014* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional

del Altiplano. Puno, Perú. Recuperado de
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3969/Vilca_Flores_Gladys.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VIII. ANEXOS

<p>Problema específico 4 ¿Cuál es la relación que existe entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018?</p> <p>Problema específico 5 ¿Cuál es la relación que existe entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018?</p>	<p>Hipótesis específica 4 Existe una relación significativa entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.</p> <p>Hipótesis específica 5 Existe una relación significativa entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.</p>	<p>Objetivo específico 4 Determinar cuál es la relación que existe entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.</p> <p>Objetivo específico 5 Determinar cuál es la relación que existe entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1253 188 1373 412">Estrategias corporativas</td> <td data-bbox="1373 188 1619 412">Estrategia de liderazgo en costos. Estrategia de diferenciación. Estrategias de crecimiento. Estrategias funcionales.</td> <td data-bbox="1619 188 1713 412">17, 18, 19, 20</td> <td data-bbox="1713 188 1864 412">Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2)</td> <td data-bbox="1864 188 1971 412">Bajo Medio Alto</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1253 412 1373 743">Decisiones operativas</td> <td data-bbox="1373 412 1619 743">Planes de acción. Matriz de priorización. Presupuesto.</td> <td data-bbox="1619 412 1713 743">21, 22, 23</td> <td data-bbox="1713 412 1864 743">Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)</td> <td data-bbox="1864 412 1971 743"></td> </tr> </table>					Estrategias corporativas	Estrategia de liderazgo en costos. Estrategia de diferenciación. Estrategias de crecimiento. Estrategias funcionales.	17, 18, 19, 20	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2)	Bajo Medio Alto	Decisiones operativas	Planes de acción. Matriz de priorización. Presupuesto.	21, 22, 23	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
Estrategias corporativas	Estrategia de liderazgo en costos. Estrategia de diferenciación. Estrategias de crecimiento. Estrategias funcionales.	17, 18, 19, 20	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2)	Bajo Medio Alto													
Decisiones operativas	Planes de acción. Matriz de priorización. Presupuesto.	21, 22, 23	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)														
Variable: Responsabilidad social empresarial interna																	
Dimensiones	Indicadores	ITEM'S	Escala y valores														
Responsabilidad de las organizaciones	Fomento de la empleabilidad. Diálogo con los trabajadores.	24, 25	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2)	Alto Medio Bajo													
Responsabilidad sobre las personas	Mejora de capacidades de trabajadores. Discriminación por nacionalidad. Discriminación por género. Discriminación por religión. Integración de discapacitados.	26, 27, 28, 29, 30, 31	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de														

			<p>La responsabilidad sobre las relaciones</p>	<p>Participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa. Bonos de productividad. Nivel de fomento de información. Uso de medios para fomentar la información. Voluntariado corporativo. Acción social. Seguridad y salud en el trabajo.</p>	<p>32, 33, 34, 35, 36, 37, 38</p>	<p>acuerdo (5)</p>	<p>Alto Medio Bajo</p>	
			<p>La responsabilidad sobre el ambiente.</p>	<p>Actuaciones corporativas para la conciliación familiar y laboral. Mejora de condiciones laborales. Cumplimiento de descanso pre y post natal de las trabajadoras.</p>	<p>39, 40, 41</p>		<p>Alto Medio Bajo</p>	

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Tipo: BASICO Alcance: Correlacional. Diseño: No experimental / Transversal Método: Hipotético-deductivo</p>	<p>Población: 124 trabajadores de los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. Muestra: 94 trabajadores.</p>	<p>Variable 1: Planeamiento estratégico. Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Autor: Sainz de Vicuña, J. – Modificado por Paul Pillaca Samora 2018. Año: 2012 Monitoreo: Paul Pillaca Samora Ámbito de aplicación: Trabajadores de los 09 aeropuertos comerciales del Perú. Forma de administración: Colectiva</p> <p>Variable 2: Responsabilidad social empresarial Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Autor: Carneiro Caneda, Manuel – Modificado por Paul Pillaca Samora 2018. Año: 2004 Monitoreo: Paul Pillaca Samora Ámbito de aplicación: Trabajadores de los 09 aeropuertos comerciales del Perú. Forma de administración: Colectiva</p>	<p>DESCRIPTIVA: Luego de aplicar la encuesta a través de un cuestionario de 41 preguntas donde integran las dos variables de investigación, estos datos se procesarán mediante el programa estadístico SPSS versión 24, estos resultados serán presentados en tablas y figuras para su análisis e interpretación.</p> <p>INFERENCIAL: Para la prueba de hipótesis se utilizó la Prueba de Hipótesis de Rho de Spearman</p>

Anexo B. Instrumento

Encuesta aplicada a los colaboradores de los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

Edad	Sexo	Cargo				
Variable independiente : Planeamiento estratégico		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Análisis de la situación						
1. Las estrategias comerciales se han implementado en los tres últimos años.						
2. En el mercado existen amenazas de las cuales Corpac ha tomado acciones.						
3. El servicio de Corpac es aceptado y va de acuerdo con las preferencias de los usuarios						
4. El contexto económico del país ha afectado a la empresa Corpac						
5. Existen otros aeropuertos que compiten con Corpac.						
6. Existen otros medios de transporte que compiten con Corpac.						
7. El mercado del transporte aéreo ha experimentado un crecimiento en los tres últimos años.						
8. Los proveedores están comprometidos con los objetivos de Corpac.						
Diagnóstico de la situación						
9. Corpac cuenta con fortalezas importantes en su servicio.						
10. Corpac tiene debilidades que no ha superado en su servicio.						
11. Las oportunidades del mercado son aprovechadas por Corpac en cuanto aparecen.						
1. Corpac ha tomado acciones contra aspectos negativos que afectan su servicio.						

Sistema de objetivos	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
13. La misión de Corpac es conocida por todos los trabajadores.					
14. La visión de Corpac es compartida por todos los empleados					
15. Corpac cuenta con valores que todos lo empleados practican.					
16. Los empleados de Corpac conocen los objetivos a largo plazo de la empresa.					
Estrategias corporativas					
17. Las estrategias implementadas permiten optimizar los costos de la empresa.					
18. Las estrategias implementadas permiten resaltar las diferencias del servicio de Coparc.					
19. Las estrategias implementadas han permitido que Corpac esté en crecimiento.					
20. La empresa ha implementado estrategias para cada área para su mejor desempeño.					
Decisiones operativas					
21. Los planes de acción de Corpac se cumplen según el plan estratégico					
22. Los planes de acción se cumplen por orden de prioridad.					
23. El presupuesto para cada plan de acción es coherente con los resultados obtenidos.					

Variable dependiente: responsabilidad social empresarial	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Responsabilidad social en la organización					
24. Corpac fomenta la empleabilidad en los trabajadores					
25. Corpac mantiene una buena relación con sus trabajadores					
Responsabilidad social sobre las personas					
26. Corpac mejora las capacidades de sus trabajadores mediante capacitación auspiciada por la empresa					
27. En Corpac existen trabajadores extranjeros que hacen un buen trabajo.					
28. Corpac valora el desempeño laboral de la mujer en su organización.					
29. Corpac tiene un trato equitativo con los trabajadores de diferente raza.					
30. Corpac tiene un trato equitativo con los trabajadores de diferente religión.					
31. Corpac incorpora dentro de su fuerza laboral a personas con discapacidad.					
La responsabilidad sobre las relaciones					
32. Corpac hace partícipe de las utilidades con los trabajadores.					
33. Corpac otorga bonos de productividad a los trabajadores cuando ellos tienen buen desempeño.					
34. La información relevante de Corpac se comparte con los trabajadores en reuniones formales para obtener mejores resultados.					
35. Corpac hace uso de los medios de comunicación interna para transmitir información importante para los trabajadores.					
36. Corpac promueve programas de voluntariado corporativo en sus trabajadores como parte de la responsabilidad social.					
37. Corpac promueve la acción social en sus trabajadores.					

38. La seguridad y salud ocupacional en Corpac es efectiva.					
La responsabilidad sobre el ambiente					
39. Corpac promueve acciones corporativas para la integración familiar.					
40. Corpac ha mejorado las condiciones laborales para sus trabajadores teniendo en cuenta su problemática.					
41. Corpac cumple con los beneficios pre y post natal de las trabajadoras sin problemas					

Anexo C. Matriz de operacionalización de las variables Planeamiento estratégico.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas valores	Niveles y rangos
Análisis de la situación	i) Estrategias implementadas.	1,2,3,4,5,6,7,8.	Escala medición ordinal de tipo Liker. Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
	j) Amenazas del mercado.			
	k) Nivel de aceptación.			
	l) Contexto económico.			
	m) Competencia			
	n) Servicios sustitutos.			
	o) Crecimiento.			
Diagnóstico de la situación	p) Compromiso.	9,10,11,12	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
	e) Fortalezas de la empresa.			
	f) Debilidades de la empresa.			
	g) Oportunidades de la empresa.			
Sistemas de objetivos	h) Amenazas de la empresa.	13,14,15,16,17,	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	Bajo (23 - 53) Medio (54 – 84) Alto (85 – 115)
	e) Misión.			
	f) Visión			
	g) Valores.			
	h) Objetivos.			
Estrategias corporativas	d) Estrategia de liderazgo en costos.	18,19,20	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
	e) Estrategia de diferenciación.			
	f) Estrategia de crecimiento.Estrategias funcionales.			
Decisiones operativas	d) Planes de acción	21,22,23,	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	
	e) Matriz de priorización			
	f) Presupuesto			

Matriz de operacionalización, responsabilidad social

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORES	NIVELES Y RANGOS	
Responsabilidad social en la organización	c) Fomento de la empleabilidad.	24,25.	Totalmente en desacuerdo (1)		
	d) Diálogo con los trabajadores		En desacuerdo (2)		
Responsabilidad social sobre las personas			Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	Bajo (18 – 35)	
			De acuerdo (4)		
			Totalmente de acuerdo (5)		
	g) Mejora de las capacidades de los trabajadores.	26,27,28,29,	Totalmente en desacuerdo (1)		Medio (36 – 53)
	h) Discriminación por nacionalidad.	30,31,32,33,	En desacuerdo (2)		
	i) Discriminación por género.	34,	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)		
j) Discriminación por raza.		De acuerdo (4)			
k) Discriminación por religión.		Totalmente de acuerdo (5)			
l) Integración de discapacitados.					
La responsabilidad sobre las relaciones	h) Participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa.	35,36,37,38,	Totalmente en desacuerdo (1)	Alto (54 – 71)	
	i) Bonos de productividad.		En desacuerdo (2)		
	j) Nivel de fomento de información.		Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)		
	k) Uso de medios para fomentar la información.		De acuerdo (4)		
	l) Voluntariado corporativo.		Totalmente de acuerdo (5)		
	m) Acción social.				
La responsabilidad sobre el ambiente	n) Seguridad y salud en el trabajo.				
	d) Actuaciones corporativas para la conciliación familiar y laboral.	39,40,41	Totalmente en desacuerdo (1)		
	e) Mejora de condiciones laborales.		En desacuerdo (2)		
	f) Cumplimiento de descanso pre y post natal de las trabajadoras		Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)		
	De acuerdo (4)				
			Totalmente de acuerdo (5)		

Anexo D: Base de datos

Planeamiento estratégico.

ENCUESTA	Análisis de la situación								Diagnóstico de la situación				Sistemas de objetivos				Estrategias corporativas				Decisiones corporativas		
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23
Persona1	3	3	2	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4
Persona2	3	3	4	2	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4
Persona3	3	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2
Persona4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
Persona5	3	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4
Persona6	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Persona7	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
Persona8	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	2	2	3
Persona9	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
Persona10	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3
Persona11	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
Persona12	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
Persona13	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Persona14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona15	4	5	2	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	5	2
Persona16	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona17	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3
Persona18	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Persona19	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
Persona20	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona22	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
Persona23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona24	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	2	3	3
Persona25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona26	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
Persona27	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona28	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
Persona29	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4
Persona30	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	2	2	2	4	2	2	2
Persona31	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
Persona32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona33	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
Persona34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona36	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
Persona37	3	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	3	5	5
Persona38	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
Persona39	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
Persona40	3	4	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3

Persona41	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Persona42	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona43	2	2	2	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2
Persona44	4	4	4	2	4	4	4	2	5	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4
Persona45	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
Persona46	2	2	2	3	2	2	2	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Persona47	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Persona48	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
Persona49	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
Persona50	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4
Persona51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona52	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
Persona53	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
Persona54	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5
Persona55	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	5
Persona56	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
Persona57	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
Persona58	3	4	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3
Persona59	3	4	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3
Persona60	3	4	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3
Persona61	0	0	2	3	0	0	2	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	2
Persona62	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4
Persona63	2	3	3	3	2	3	3	3	5	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
Persona64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona65	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Persona66	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
Persona67	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Persona68	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4
Persona69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona70	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
Persona71	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
Persona72	3	3	2	2	3	3	2	2	4	5	4	5	3	4	4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2
Persona73	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Persona74	3	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4	4	4
Persona75	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Persona76	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
Persona77	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4	2	2	2	3	3
Persona78	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
Persona79	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
Persona80	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
Persona81	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
Persona82	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Persona83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona84	4	5	2	4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	5	2	4	4	5	2	4	4	5	4	5	2
Persona85	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	5	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	3
Persona86	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
Persona87	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3

Persona88	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
Persona89	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona90	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
Persona91	3	3	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4
Persona92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona93	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
Persona94	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona96	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5
Persona97	3	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5
Persona98	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
Persona99	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
Persona100	3	4	3	2	3	4	3	2	4	5	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3
Persona101	1	4	4	4	1	4	4	4	4	5	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4
Persona102	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Persona103	3	3	4	5	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4	4
Persona104	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
Persona105	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
Persona106	2	2	3	4	2	2	3	4	4	5	5	5	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	3	3
Persona107	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
Persona108	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
Persona109	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
Persona110	2	3	3	4	2	3	3	4	4	5	4	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3
Persona111	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
Persona112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona113	4	5	2	4	4	5	2	4	5	4	5	5	4	5	2	4	4	4	5	2	4	4	4	2
Persona114	4	2	2	4	4	2	2	4	5	4	5	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	2
Persona115	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
Persona116	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
Persona117	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
Persona118	2	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	4	3
Persona119	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Persona120	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5

Persona26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Persona27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona28	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
Persona29	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4
Persona30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
Persona31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
Persona32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona33	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
Persona34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona36	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
Persona37	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	4
Persona38	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
Persona39	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
Persona40	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4
Persona41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona43	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4
Persona44	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4
Persona45	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4
Persona46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
Persona47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Persona48	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
Persona49	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
Persona50	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
Persona51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Persona52	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
Persona53	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
Persona54	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4

Personal13	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4
Personal14	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4
Personal15	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
Personal16	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Personal17	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
Personal18	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	4
Personal19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Personal20	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4

Anexo E: Datos para prueba de confiabilidad.

BASE DE DATOS																								
ENCUESTA	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23	TOTAL
Persona 1	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	76
Persona 2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	97
Persona 3	1	4	2	3	1	4	3	1	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2	2	4	4	66
Persona 4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	1	79
Persona 5	1	2	5	4	3	1	2	5	3	2	1	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	5	64
Persona 6	5	4	5	5	4	4	4	5	4	2	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	102
Persona 7	4	2	5	5	2	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	101
Persona 8	1	4	1	5	5	4	5	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	85
Persona 9	1	4	1	5	4	4	5	5	2	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	87
Persona 10	1	4	1	2	5	4	5	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	82
Persona 11	3	1	4	5	2	2	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	92
Persona 12	4	5	4	2	2	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	96
Persona 13	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	79
Persona 14	1	5	2	1	5	1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	94
Persona 15	4	4	5	2	5	3	5	5	5	2	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	4	2	97
Persona 16	5	5	3	5	1	3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	2	2	4	3	3	1	3	87	
Persona 17	2	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	78
Persona 18	1	1	4	3	5	5	5	2	3	5	3	5	2	2	5	1	3	3	3	3	4	4	3	75
Persona 19	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	91
Persona 20	2	2	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	1	2	3	4	3	71
Persona 21	4	3	4	4	5	1	5	3	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	3	3	3	3	3	90
Persona 22	2	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	2	82	
Persona 23	3	4	3	4	3	3	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	1	79
Persona 24	1	2	5	4	3	1	2	5	3	2	1	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	5	64
Persona 25	1	4	1	5	5	4	5	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	85
ESTADÍSTICOS																								
VARIANZA	2	1.3	1.8	1.2	1.5	1.4	1	1.5	1.1	1.8	1.1	1.1	0.6	0.6	0.4	1.4	0.6	0.7	1.44	1.4	0.6	1.1	1.4	

K	25.000
Ivi	27.002
Vt	116.838
Sección 1	1.042
Sección 2	0.769
Absoluto S2	0.769
α	0.801

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

BASE DE DATOS																							
ENCUESTA	I24	I25	I26	I27	I28	I29	I30	I31	I32	I33	I34	I35	I36	I37	I38	I39	I40	I41	TOTAL				
Persona 1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	4	45				
Persona 2	2	2	4	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	2	2	2	4	46					
Persona 3	2	2	4	2	5	2	3	2	4	2	2	2	2	1	1	1	4	45					
Persona 4	1	1	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	4	53					
Persona 5	4	3	2	3	4	3	4	5	3	5	3	3	1	5	3	1	3	60					
Persona 6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	85					
Persona 7	5	5	5	1	4	4	4	1	1	1	5	4	4	4	4	5	5	67					
Persona 8	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	81					
Persona 9	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	81					
Persona 10	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	73					
Persona 11	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	77					
Persona 12	5	5	4	3	5	4	4	5	5	3	4	5	3	4	4	4	4	75					
Persona 13	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	58					
Persona 14	1	1	1	5	5	1	5	5	5	1	1	5	1	5	1	1	1	50					
Persona 15	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	82					
Persona 16	3	3	3	5	4	5	5	4	4	2	3	5	3	4	3	2	3	66					
Persona 17	3	2	2	1	4	3	3	4	2	4	4	4	1	1	3	2	3	51					
Persona 18	1	3	1	3	4	4	3	3	2	2	3	1	1	1	1	1	1	38					
Persona 19	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	68					
Persona 20	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	30					
Persona 21	3	2	2	1	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	59					
Persona 22	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	82					
Persona 23	1	1	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	53					
Persona 24	4	3	2	3	4	3	4	5	3	5	3	3	1	5	3	1	3	60					
Persona 25	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	81					
BASE DE DATOS																							
VARIANZA	1.8	1.8	1.8	1.4	0.9	1.5	0.9	1.3	1.5	1.9	1	1	1.6	1.2	1.5	2.4	2.1	0.6					

K	18.000
Ivi	26.058
Vt	235.510
Sección 1	1.059
Sección 2	0.889
Absoluto S2	0.889
α	0.942

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

Anexo F: Lista de trabajadores y aeropuertos comerciales del Perú

Aeropuertos de las ciudades		Funcionarios	Bomberos	Operadores COM/MET, AIS/ARO, AFIS y/o CTA	Personal Administrativo, seguridad y/ vigilancia	Tec. Electicista - electromecanico , ATSEP , otros	TRABAJADORES DE CORPAC POR AEROPUERTO
1	Chimbote		5	2			7
2	Juanjuí	1	3	1	2		7
3	Huánuco	1	6	3	6	1	17
4	Jaén	1	5	3	6		15
5	Jauja		7	4	7		18
6	Mazamari		2	4	3		9
7	Rioja	1	4	2	2		9
8	Tingo María	1	5	4	15		25
9	Yurimaguas	1	4	4	6	2	17
TOTALES		6	41	27	47	3	124

Anexo G: Cartas de presentación.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Escuela de Posgrado

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Lima, 10 de julio de 2018

Carta P.344 – 2018 EPG – UCV LE

SEÑOR(A)

Luis Carpio Carpio

Corpac S.A. aeropuerto de Atalaya

Atención:

Administrador del Aeropuerto

**Asunto:** Carta de Presentación del estudiante Paul Alfonzo Pillaca Samora

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **Paul Alfonzo Pillaca Samora** identificado(a) con DNI N.° **09232297** y código de matrícula N.° **7001145739**; estudiante del Programa de **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA** quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,



Dr. Raúl Delgado Arenas

Jefe de Unidad
 ESCUELA DE POSGRADO
 FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Escuela de Posgrado

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Lima, 10 de julio de 2018

Carta P.344 – 2018 EPG – UCV LE

SEÑOR(A)

Luis Carpio Carpio

Corpac S.A. aeropuerto de Atalaya

Atención:

Administrador del Aeropuerto



Asunto: Carta de Presentación del estudiante Paul Alfonso Pillaca Samora

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **Paul Alfonso Pillaca Samora** identificado(a) con DNI N.° **09232297** y código de matrícula N.° **7001145739**; estudiante del Programa de **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA** quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,



Dr. Raúl Delgado Arenas

Jefe de Unidad

ESCUELA DE POSGRADO

FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

*Escuela de Posgrado**“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”*

Lima, 10 de julio de 2018

Carta P.339 – 2018 EPG – UCV LE

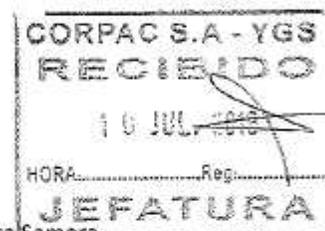
SEÑOR(A)

Saul Encina Tejada

Corpac S.A. aeropuerto de Yurimaguas

Atención:

Jefe de Aeropuerto



Asunto: Carta de Presentación del estudiante Paul Alfonso Pillaca Samora

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **Paul Alfonso Pillaca Samora** identificado(a) con DNI N.° **09232297** y código de matrícula N.° **7001145739**; estudiante del Programa de **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA** quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,

Dr. Raúl Delgado Arenas
Jefe de Unidad
ESCUELA DE POSGRADO
FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Lima, 10 de julio de 2018

Carta P.340 – 2018 EPG – UCV LE

SEÑOR(A)
 José Saavebra Cango.
 Corpac S.A. aeropuerto de Tingo Maria
 Atención:
 Jefe de Aeropuerto



Asunto: Carta de Presentación del estudiante Paul Alfonso Pillaca Samora

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **Paul Alfonso Pillaca Samora** identificado(a) con DNI N.° **09232297** y código de matrícula N.° **7001145739**; estudiante del Programa de **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA** quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,




Dr. Raúl Delgado Arenas
 Jefe de Unidad
 ESCUELA DE POSGRADO
 FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Escuela de Posgrado

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Lima, 10 de julio de 2018

Carta P.346 – 2018 EPG – UCV LE

SEÑOR(A)
 Ramiro Burga Cabrejos
 Corpac S.A. aeropuerto de Jaen
 Atención:
 Administrador del Aeropuerto



Asunto: Carta de Presentación del estudiante Paul Alfonso Pillaca Samora

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **Paul Alfonso Pillaca Samora** identificado(a) con DNI N.° **09232297** y código de matrícula N.° **7001145739**; estudiante del Programa de **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA** quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,

Dr. Raúl Delgado Arenas
 Jefe de Unidad
 ESCUELA DE POSGRADO
 FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Escuela de Posgrado

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Lima, 10 de julio de 2018

Carta P.342 – 2018 EPG – UCV LE

SEÑOR(A)
Ernesto Chiarella Jave
Corpac S.A. aeropuerto de Juan Jui
Atención:
Jefe de Aeropuerto

Asunto: Carta de Presentación del estudiante Paul Alfonso Pillaca Samora

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **Paul Alfonso Pillaca Samora** identificado(a) con DNI N.° **09232297** y código de matrícula N.° **7001145739**; estudiante del Programa de **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA** quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,



Raúl Delgado Arenas
Dr. Raúl Delgado Arenas
Jefe de Unidad
ESCUELA DE POSGRADO
FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Escuela de Posgrado

“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Lima, 10 de julio de 2018

Carta P.343 – 2018 EPG – UCV LE

SEÑOR(A)

Felipe Ramírez ortiz

Corpac S.A. aeropuerto de Huanuco

Atención:

Jefe de Aeropuerto

Asunto: Carta de Presentación del estudiante Paul Alfonzo Pillaca Samora

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a **Paul Alfonzo Pillaca Samora** identificado(a) con DNI N.° **09232297** y código de matrícula N.° **7001145739**; estudiante del Programa de **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA** quien se encuentra desarrollando el Trabajo de Investigación (Tesis):

Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.

En ese sentido, solicito a su digna persona facilitar el acceso de nuestro(a) estudiante a su Institución a fin de que pueda aplicar entrevistas y/o encuestas y poder recabar información necesaria.

Con este motivo, le saluda atentamente,



Raúl Delgado Arenas
 Dr. Raúl Delgado Arenas

Jefe de Unidad

ESCUELA DE POSGRADO

FILIAL LIMA – CAMPUS LIMA ESTE



ANEXO: CUADERNILLO DE CUESTIONARIOS.

OBJETIVO: El presente encuesta tiene como objetivo determinar el grado de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Antes de responder, por favor tener en cuenta lo siguiente:

1. El cuestionario es anónimo y confidencial.
2. Responder de manera franca y honesta.
3. Asegúrese de responder todos los enunciados.
4. Tener en cuenta que tiene una sola opción para contestar por cada uno de los enunciados, es decir usted puede estar:
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo, ni desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de Acuerdo.

Gracias por su participación.



ANEXO: CUADERNILLO DE CUESTIONARIOS.

OBJETIVO: El presente encuesta tiene como objetivo determinar el grado de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Antes de responder, por favor tener en cuenta lo siguiente:

1. El cuestionario es anónimo y confidencial.
2. Responder de manera franca y honesta.
3. Asegúrese de responder todos los enunciados.
4. Tener en cuenta que tiene una sola opción para contestar por cada una de los enunciados, es decir usted puede estar:
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo, ni desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de Acuerdo.

Gracias por su participación.



Anexo H: Certificado de Validación de Instrumento.

DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
Variable Independiente : <u>Planeamiento estratégico</u>							
DIMENSION 1: <u>Responsabilidad social sobre las personas</u>							
24. Corpac fomenta la empleabilidad en los trabajadores.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
25. Corpac mantiene una buena relación con sus trabajadores.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
DIMENSION 2: <u>Responsabilidad social sobre las personas</u>							
26. Corpac mejora las capacidades de sus trabajadores mediante capacitación por la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
27. Corpac cuenta con trabajadores extrajeros.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
28. Corpac valora el desempeño laboral de la mujer en su organización.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
29. Corpac tiene un trato equitativo con los trabajadores de diferente raza.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
30. Corpac tiene un trato equitativo con los trabajadores de diferente religión.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
31. Corpac incorpora dentro de su fuerza laboral a personas con discapacidad.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

DIMENSION 3: La responsabilidad sobre las relaciones							
32. Corpac participa de las utilidades con los trabajadores.	<input checked="" type="checkbox"/>						
31. Corpac otorga bonos de productividad a los trabajadores.	<input checked="" type="checkbox"/>						
34. La información relevante de Corpac se comparte con los trabajadores en reuniones formales.	<input checked="" type="checkbox"/>						
35. Corpac hace uso de los medios de comunicación interna para transmitir información importante para los trabajadores.	<input checked="" type="checkbox"/>						
36. Corpac promueve programas de voluntariado corporativo en sus trabajadores.	<input checked="" type="checkbox"/>						
37. Corpac promueve la acción social en sus trabajadores.	<input checked="" type="checkbox"/>						
38. La seguridad y salud ocupacional en Corpac es efectiva.	<input checked="" type="checkbox"/>						
DIMENSION 4: La responsabilidad sobre el ambiente							
39. Corpac promueve acciones corporativas para la integración familiar.	<input checked="" type="checkbox"/>						
40. Corpac ha mejorado las condiciones laborales para sus trabajadores teniendo en cuenta su problemática.	<input checked="" type="checkbox"/>						
41. Corpac cumple con los beneficios pre y post natal de las trabajadoras sin problemas	<input checked="" type="checkbox"/>						

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Di hay suficiencia
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Pardo Sussoni de Amadas Eduardo DNI: 09602489

Grado y Especialidad del validador: Doctor

San Juan de Lurigancho 23 de Julio del 20...



.....

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA ENSEÑANZA CIENTÍFICA

DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	SI	No	SI	No	SI	No	
Variable Independiente : Planesamiento estratégico							
DIMENSION 1: Análisis de la situación							
1. Se han implementado estrategias comerciales en los tres últimos años.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2. Existen amenazas en el mercado de las cuales Corpac debe tomar acciones.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
3. El servicio de Corpac es aceptado y va de acuerdo con las preferencias de los usuarios	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
4. El contexto económico del país le ha afectado a la empresa Corpac	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
5. Existen otros aeropuertos que puedan competir en servicio en su mercado.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
6. Existen muchos servicios sustitutos en su mismo mercado.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
7. El mercado de la aviación ha crecido en los tres últimos años.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
8. Los proveedores se sienten comprometidos con los objetivos de Corpac.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
DIMENSION 2: Diagnóstico de la situación							

9. Conoce las fortalezas de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Conoce las debilidades de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Existen oportunidades en el mercado que la empresa puede aprovechar.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Existen amenazas en el mercado de las cuales la empresa debe tomar acciones.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DIMENSION 3: Sistema de objetivos									
13. Conoce cual es la misión de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Conoce cual es la visión de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Conoce cuales son los valores que practica la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. La empresa se ha planteado objetivos a largo plazo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DIMENSION 4: Estrategias corporativas									
17. La empresa ha implementado estrategias de optimizar sus costos.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. La empresa ha implementado estrategias de optimizar sus costos.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. La empresa ha implementado estrategias de crecimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. La empresa ha implementado estrategias para cada área para su mejor desempeño	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Corpac cuenta con planes de acción en su plan estratégico	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Corpac prioriza los planes de acción de acuerdo a su importancia.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Corpac tiene asignado presupuesto para cada plan de acción.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

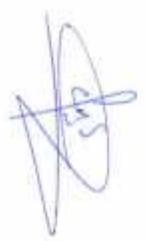
Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay Deficiencia
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Pardo Susana Leonidas Eduardo DNI: 096024189
 Grado y Especialidad del validador: Doctor

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

San Juan de Lurigancho, 23 de Junio del 2018

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



Anexo I: Artículo Científico.**DECLARACIÓN JURADA****DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN
PARA LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO**

Yo, Paul Alfonzo Pillaca Samora, estudiante del Programa Maestría en Administración de Negocios de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI 09232297, con el artículo titulado

“Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018”

Declaro bajo juramento que:

- 1) El artículo pertenece a mi autoría.
- 2) El artículo no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lima, 11 de agosto de 2018

Paul Alfonzo Pillaca Samora

Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018

Br. Paul Alfonso Pillaca Samora

paulpillaca@gmail.com

Resumen

La investigación titulada “Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018”, cuya finalidad es resaltar la importancia de la responsabilidad social empresarial como objetivo estratégico dentro del plan estratégico de la compañía Corpac S.A. Así mismo el objetivo de esta investigación fue determinar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A., por medio del empleo de instrumentos que permitieron definir la relación entre ambas variables.

Para tal efecto se empleó el diseño no experimental de enfoque cuantitativo y de alcance correlacional, el estudio se realizó sobre una población 124 trabajadores distribuidos entre los 9 aeropuertos comerciales de Corpac S.A., que constituyen el 100% de la población. Para el recojo de la información se empleó como instrumento de medición el cuestionario de 41 preguntas debidamente validado. Posterior al recojo de la información se aplicó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman a fin de determinar la correlación de las variables: planeamiento estratégico y responsabilidad social empresarial.

De aplicación de dicha prueba se concluyó que existe relación significativa entre las variables planeamiento estratégico y la variable responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018, con un nivel de significancia de $p = 0.000$ y un coeficiente de correlación de 0.894, es decir una correlación alta.

Palabras clave: Planeamiento estratégico, Responsabilidad social empresarial.

Abstract

The research entitled "Strategic planning and corporate social responsibility in commercial airports managed by Corpac S.A. 2018 ", whose purpose is to highlight the importance of corporate social responsibility as a strategic objective within the strategic plan of the company Corpac S.A. Likewise, the objective of this research was to determine the relationship between strategic planning and corporate

social responsibility in commercial airports administered by Corpac S.A., through the use of instruments that allowed to define the relationship between both variables.

For this purpose, the non-experimental design with a quantitative approach and correlational scope was used. The study was conducted on a population of 124 workers distributed among the 9 commercial airports of Corpac SA, which make up 100% of the population. For the collection of the information, the questionnaire of 41 questions, duly validated, was used as measurement instrument. After the information was collected, Spearman's Rho correlation coefficient was applied in order to determine the correlation of the variables: strategic planning and corporate social responsibility.

Based on this test, it was concluded that there is a direct and significant relationship between the strategic planning variables and the corporate social responsibility variable in the commercial airports managed by Corpac S.A. 2018, with a level of significance of $p = 0.000$ and a correlation coefficient of 0.894, that is, high correlation.

Keywords: Strategic planning, Corporate social responsibility.

INTRODUCCIÓN

El tema relacionado a la planeación estratégica es de vital importancia para las organizaciones, es por ello que este estudio está centrado en la “planeación estratégica y la responsabilidad social en los aeropuertos administrados por Corpac S.A. en el año 2018”. Así también hay que resaltar la importancia hoy en día de la responsabilidad social empresarial, la cual debe ir inserta como uno de los ejes estratégicos de la planeación estratégica. En tal sentido, la importancia de este estudio radica en que permitirá determinar de qué manera los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A., se relaciona la responsabilidad social empresarial en el plan estratégico. Y plantear las apreciaciones y recomendaciones posteriores al estudio. Del mismo modo, esta investigación busca, mediante la aplicación de la metodología de la planificación estratégica, determinar de qué manera los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A., tienen relación con la responsabilidad social empresarial en el plan estratégico. Para tal efecto, se empleará la teoría del autor Sainz de Vicuña sobre planeamiento estratégico y a Manuel Carneiro sobre responsabilidad social empresarial. Sin embargo, antes de ello se exponen algunas teorías relacionadas a las variables de investigación.

Para poder contextualizar la problemática de esta investigación se realizó la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. año 2018? Para ello se planteó el siguiente objetivo general: “Determinar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad

social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A.”.

En tal sentido, este estudio tratará de demostrar la existencia de una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018.

Para este estudio se emplearon algunas investigaciones como referencia citando a Uribe (2017), quien en su tesis denominada La responsabilidad social empresarial en las instituciones del sector financiero de Ibagué (Colombia), esta tesis tuvo como objetivo determinar el enfoque estratégico y las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realizan las instituciones financieras que operan en Ibagué. También podemos citar la tesis de Álvarez (2017), quien presenta una investigación denominada El planeamiento estratégico y el desarrollo institucional de Corpac, sede Callao. 2015. Esta tesis tuvo como objetivo general fue hallar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015.

En cuanto a las teorías relacionadas al tema, se tiene para la variable planeación estratégica a Sains de Vicuña quien afirma que el planeamiento es “tomar un rumbo planificado y acertado ahora, para obtener resultados óptimos mañana” (Sainz, 2012). también se presentan algunos modelos relacionados a esta variables, los cuales se pueden mencionar como el presentado por Fred (2003), al respecto el autor manifiesta que la planeación estratégica es un proceso arduo y complejo que traslada a la empresa a un territorio desconocido. Esta planeación estratégica de la cual habla el autor se desglosa en tres etapas y plantea las siguientes etapas: (Palacios, 2018): formulación implantación y evaluación de la estrategia. También se tiene el modelo de Norton y Kaplan (2009), denominado cuadro de mando integral. Quienes sostienen que el plan estratégico debe estar insertado dentro de un proceso de planeamiento estratégico y que la misión y estrategias se deben transformar en objetivos medibles, los cuales se organizan en cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje y crecimiento.

En cuanto a la variable responsabilidad social empresarial, se tiene que existen dos tipos la RSE interna y la externa, en esta investigación se trató acerca de la interna. Al respecto, también se presentan algunos modelos como el Modelo operativo de responsabilidad social, este es el primer modelo teórico planteado por Archie B. Carroll en 1979 (citado por Gonzales, 2014), quien en su libro denominado “Modelo conceptual en tres dimensiones del desempeño corporativo”, fundamentó que dicho modelo se sustenta en una pirámide (ver figura 3) de cuatro tipos de responsabilidades, las cuales son: “las económicas y legales, que exigencia social, también se encuentran las éticas, las cuales son normalmente esperadas por la sociedad y por último están las filantrópicas, también llamadas discrecionales que son las que realmente son lo que la sociedad quiere” (Jamali, 2008). También se tiene el modelo estratégico de

responsabilidad social, donde se proponen herramientas estadísticas para cuantificar este concepto de R.S.E., estos modelos se basaron en las teorías instrumentales de Mandariaga y Valor (2004, citado por Gonzales, 2014) y las teorías integradoras sustentadas por Garriga y Melé (2004, citado en Gonzales, 2014).

Así también, en cuanto al marco conceptual se han tenido en cuenta conceptos propios del lenguaje relacionado a este estudio.

METODOLOGÍA

En cuanto al diseño de la investigación, es no experimental porque las variables de investigación no fueron manipuladas. El enfoque es cuantitativo, empleando variables de tipo cualitativos ordinales. En cuanto al alcance es correlacional y de acuerdo al recojo de datos, esta investigación es transversal porque la información se recogió en un solo momento.

La población estuvo compuesta por 120 trabajadores de nueve aeropuertos comerciales a nivel nacional. Así también la muestra se consideró el 100% de los trabajadores de la organización en estudio.

En cuanto a las técnicas, el instrumento que se aplicó en esta tesis fue el cuestionario, de la modalidad Likert y se aplicó a todos los trabajadores de los nueve aeropuertos que administra Corpac S.A., sin discriminar el cargo puesto de trabajo. Para esta investigación se formuló 41 preguntas, de las cuales 23 estuvieron relacionadas a la variable planeamiento estratégico y 18 relacionadas a la variable responsabilidad social empresarial, en cada pregunta se aplicó la escala de Lickert. En cuanto al análisis de los datos se empleó para tal efecto el programa estadístico SPSS versión 24, esta herramienta permitió obtener resultados importante para su interpretación. Posteriormente estos resultados se tradujeron mediante tablas y figuras que muestran los valores de las frecuencias y porcentajes, las cuales permitirán realizar un análisis e interpretación de resultados teniendo como base el marco teórico.

RESULTADOS

Se determinó que existe relación entre las variables planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial, debido a que el valor obtenido de $p = 0.000$, la cual fue menor que $\alpha = 0.05$ por tanto se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna del investigador. Confirmando que existe relación significativa entre las variables planeamiento estratégico y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Del mismo modo, el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman fue igual a 0.894, cuya interpretación de acuerdo a la tabla de Rho de Sperman según Bisquerra, dicha correlación es alta.

En cuanto a las demás hipótesis secundarias se tiene que la mayoría fueron aceptadas por estar con resultados por debajo del $\alpha = 0.05$ y con correlaciones altas.

DISCUSIÓN

El objetivo general de esta investigación fue determinar la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. de los resultados descriptivos al relacionar la variable planeamiento estratégico y responsabilidad social se obtuvo que el 54.17% percibe que ambas variables están relacionadas en un nivel alto. Aspecto que nos indica que la responsabilidad social empresarial en Corpac S.A., tiene relación sobre las actividades que realiza la organización. Este aspecto se puede apreciar en la prueba de Rho de Spearman al obtener que este resultado es de 0.894, es decir que la correlación es alta. Así también, el nivel de significancia es de 0.000, menor a $\alpha = 0.05$, rechazándose la hipótesis nula. Aspecto que corrobora los resultados inferenciales. En tal sentido, se afirma que hay una relación significativa entre ambas variables y es de nivel alto. Al respecto, Hernández y Manrique (2017), en su tesis de investigación concluye de forma parecida y afirma que la responsabilidad social empresarial tiene influencia de forma positiva en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca, esta influencia se traduce en beneficio económico, competitividad y desarrollo de la empresa. Por el contrario, Vilca (2017), muestra un resultado distinto al indicar en sus conclusiones que la RSE no se encuentra integrada dentro del plan estratégico de la empresa en estudio o solo está en intenciones más no se plasma en la práctica, es por ello que el resultado obtenido en esa investigación no es significativo. Del mismo modo, Bedoya (2013), afirma que las actividades de RSE en la empresa de su estudio prácticamente se realizan de manera aislada, cuando estas deben ser integradas en el plan estratégico de la empresa.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos propuestos en esta investigación y en concordancia con los resultados y el análisis de las hipótesis, se presenta a continuación las conclusiones:

- Primera: Se concluye que existe relación entre las variables planeamiento estratégico y la variable responsabilidad social empresarial debido a que se obtuvo rho de Spearman = 0,894 señalando que hay una relación significativa, con un nivel de correlación alta, asimismo se obtuvo un nivel de significancia de $p = 0,000$, lo cual indica que es menor a $\alpha = 0,05$; ello señala que la relación es significativa.
- Segundo: Se concluye que existe una relación significativa entre el análisis de la situación y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac

S.A. 2018, debido a que de la prueba de Rho de Spearman se obtuvo un valor de $p = 0.000$, valor inferior al $\alpha = 0.05$ y la correlación encontrada fue de 0.874, es decir una correlación alta.

- Tercero: Se concluye que no existe relación significativa entre el diagnóstico de la situación y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Aspecto que se debe al resultado obtenido de $p = 0.781$, resultado superior al $\alpha = 0.05$ y un nivel de correlación de Spearman de 0.026, encontrándose una correlación prácticamente nula.
- Cuarto: Se concluye que existe relación significativa entre el sistema de objetivos y responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Debido a que luego de la prueba de Spearman los resultado fueron que el $p = 0.000$, menor a $\alpha = 0.05$ y la correlación fue de 0.858, es decir correlación es alta.
- Quinto: Se concluye que existe relación significativa entre las estrategias corporativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. Este resultado se obtuvo de la prueba de Spearman el cual expresa que $p = 0.000$ y la correlación fue de 0.937 identificada como correlación muy alta.
- Sexto: Se concluye que existe relación significativa entre las decisiones operativas y la responsabilidad social empresarial en los aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018. El cual obedece al resultado obtenido de la prueba de Spearman cuyo $p = 0.000$, menor a $\alpha = 0.05$ y el nivel de correlación fue de 0.843, es decir dicha correlación es alta.

REFERENCIAS

- Álvarez, C. (2017). *El planeamiento estratégico y el desarrollo institucional de Corpac, Sede Callao. 2015*. Tesis de Maestría. (En línea) Universidad César Vallejo. Lima, Perú. Consultado: (17, julio, 2018). Disponible en: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14522/%C3%81lvarez_PCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bedoya, M. (2013). *La responsabilidad social en el plan estratégico de las empresas Caso: Camari* (Tesis de Maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3753>

- Bisquerra, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. (En línea) (2° edición). Editorial La Muralla S.A. disponible en <http://epistemologia20.blogspot.com/2013/10/metodologia-de-la-investigacion.html>
- Carneiro, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna*. Editorial ESIC. Madrid. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=FpPDPz5_Q4gC&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social+empresarial+carneiro&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTg53m-ZHbAhUyuVkJHaS5CVAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=responsabilidad%20social%20empresarial%20carneiro&f=false
- Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica* (En línea). Consultado: (17, julio, 2018). Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9702604273>
- Jamali, D. (2008). Un enfoque de las partes interesadas sobre la responsabilidad social de las empresas: una nueva perspectiva de la teoría y la práctica. Volumen 82, Número 1, pp 213 – 231. Consultado el 24 de julio de 2018 desde <https://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&u=https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-007-9572-4&prev=search>
- Kaplan, R. y Norton, D. (2009). *El cuadro de mando integral*. (Tercera edición). (En línea). Gestión 2000. Barcelona, España. Consultado: (17, julio, 2018). Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8498750482>
- Palacios, L. (2018). *Dirección estratégica*. (Segunda edición). (En línea). ECOE Ediciones. Consultado (17, julio, 2018). Disponible en : <https://books.google.com.pe/books?isbn=9587713826>
- Sainz de Vicuña, J. (2012). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid. ESIC Editorial.
- Vilca, G. (2017). *Responsabilidad social empresarial y el plan estratégico de la empresa minera Aruntani S.A.C., período 2014* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú. Recuperado de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3969/Vilca_Flores_Gladys.pdf?sequence=1&isAllowed=y

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-C2.02 Versión : 08 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Leonidas Eduardo Pando Sussoni, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo **Sede Lima Este, SJL**, revisora de la tesis titulada:

"PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN AEROPUERTOS COMERCIALES ADMINISTRADOS POR CORPAC S.A., 2018" del estudiante **PILLACA SAMORA PAUL ALFONZO**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **21%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita 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.

SJL, 11 de agosto del 2018.



Dr. Leonidas Eduardo Pando Sussoni

DNI: 09602489

Feedback Studio - Google Chrome
 Es seguro | https://evturnitin.com/application/ev70a-9d9166e885aa106000091318a-AppStng-en

feedback studio | Planamiento estratégico y la responsabilidad social empres

ESCUELA DE POSGRADO
 UNIVERSIDAD CESA VALLEJ

–Planamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A. 2018”.

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE: **Magister en Administración de Negocios (MBA)**

ALTOBO: **Dra. Paul Alvaro Piliaca Serma**

ASESOR: **Dra. Leonidas Escalante Pardo Soriano**

LINEA DE INVESTIGACIÓN: **Modelos y Herramientas gerenciales**

Etna - Pvc

2018

Resumen de coincidencias

21 %

1	repositorio.uce.edu.pe	9 %
2	spnsta.com.es	1 %
3	www.corpac.gub.pe	1 %
4	repositorio.unap.edu.pe	1 %
5	www.feedback.com	<1 %
6	docplayer.es	<1 %
7	repositorio.una.edu.pe	<1 %

Página: 1 de 80 | Numero de palabras: 20005 | Text-only Report | High Resolution | Activado | 22:37 | 17/06/2018



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
 Versión : 09
 Fecha : 23-03-2018
 Página : 1 de 1

Yo Paul Alfonso Pillaca Samora, identificado con DNI N°09232297, egresado de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Planeamiento estratégico y la responsabilidad social empresarial en aeropuertos comerciales administrados por Corpac S.A."; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....



 FIRMA

DNI: 09232297

FECHA: 18 de Agosto del 2018









Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE POSGRADO:

MGTR. MIGUEL ÁNGEL PÉREZ PÉREZ

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

PAUL ALFONZO PILLACA SAMORA

INFORME TITULADO:

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LOS AEROPUERTOS COMERCIALES
ADMINISTRADOS POR CORPAC S.A.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS –MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 17 DE AGOSTO DE 2019

NOTA O MENCIÓN: 14. (Catorce)

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN