



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en  
la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana  
2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Vera Alama, Ashley Jamil (ORCID 0000-0003-4048-6861)

**ASESOR:**

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID 0000-0001-5815-6559)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

PIURA – PERÚ

2021

## **Dedicatoria**

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad todos los logros que obtenido hasta el momento son gracias a mis padres incluido este logro que estoy por concluir para obtener mi grado por su motivación constante para alcanzar mis anhelos gracias Padre y Madre.

## **Agradecimiento**

Dedico de todo corazón mi tesis a mis padres pues sin ellos no había logrado sus bendiciones a diario en mi vida me protege y me lleva por el camino del bien, por eso les doy mi trabajo en ofrenda por su paciencia su amor de PADRES los amo.

## Índice de contenidos

Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2. Variables y operacionalización.....	11
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	13
3.5. Procedimientos.....	14
3.6. Método de análisis de datos.....	14
3.7. Aspectos éticos.....	14
IV. RESULTADOS.....	15
V. DISCUSIÓN.....	23
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS:.....	30
ANEXOS	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Responsabilidad económica de la Empresa Agro Exportadora	15
<b>Tabla 2.</b> Correlación entre la responsabilidad económica y la ventaja competitiva	16
<b>Tabla 3.</b> Responsabilidad social de la Empresa Agro Exportadora	17
<b>Tabla 4.</b> Correlación entre la responsabilidad social y la ventaja competitiva	18
<b>Tabla 5.</b> Responsabilidad medio ambiental de la Empresa Agro Exportadora	18
<b>Tabla 6.</b> Correlación entre la responsabilidad medio ambiental y la ventaja competitiva	19
<b>Tabla 7.</b> Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva de la Empresa Agro Exportadora	20
<b>Tabla 8.</b> Correlación entre RSE y ventaja competitiva	20

## Resumen

Esta investigación tiene como objetivo; analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021, aplicando el diseño no experimental, transeccional y descriptivo, a fin de poder caracterizar cada una de las variables de la tesis. En este contexto se aplicaron dos cuestionarios, así como una guía de entrevista, siendo los dos primeros aplicados a colaboradores de la empresa y la entrevista al gerente de la misma. Se concluye que la RSE si incide en la ventaja competitiva de la empresa, siendo el valor de ( $\rho = ,886$ ;  $p = ,000$ ), demostrando que no se está cumpliendo eficientemente con los planes de responsabilidad tanto económico, social y ambiental, así mismo existen algunas limitaciones en cuanto al aprovechamiento del mercado, pero sí presentan un regular enfoque de mercado y capacidad de producción.

**Palabras clave:** Responsabilidad social empresarial, ventaja competitiva, agro exportadora

## **Abstract**

This research aims to; Analyze the incidence of corporate social responsibility on the competitive advantage of an Agro Exporting Company, Sullana 2021, applying the non-experimental, transectional and descriptive design, in order to be able to characterize each of the variables of the thesis. In this context, two questionnaires were applied, as well as an interview guide, the first two being applied to company employees and the interview to the company's manager. It is concluded that CSR does affect the competitive advantage of the company, being the value of ( $\rho = .886$ ;  $p = .000$ ), showing that the economic, social and environmental responsibility plans are not being efficiently fulfilled, Likewise, there are some limitations regarding the use of the market, but they do present a regular market focus and production capacity.

**Keywords:** Corporate social responsibility, competitive advantage, agro-exporter

## I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, el crecimiento económico fue de 3,2% en el año 2018. Siendo la actividad exportadora un factor vital que posibilitó un mejor potencial económico (Banco Mundial - BIRF, 2019).

En América Latina, el Perú ha experimentado durante la última década una mayor influencia de inversiones públicas y privadas, alcanzando un crecimiento cercano al 4% el año 2018, representando un índice de importante dinámica. (Instituto Peruano de Economía - IPE, 2019).

En el Perú como resultado de actividades que permiten exportar, desarrollo de actividades extractivas y de transformación, se ha presentado un crecimiento residual de la economía. Dentro de ello, las organizaciones del rubro agroindustrial han contribuido al bienestar de las diversas comunidades en las cuales operan. (El Peruano, 2018).

En el contexto regional, Piura ha llegado a convertirse en uno de los principales entes que impulsa el desarrollo económico del norte peruano, contribuyendo al 5% del PBI, siendo que su potencial se ubica principalmente en la agroexportación, pesquería, turismo e industria inmobiliaria, contexto en el cual el mayor desarrollo se genera en la primera de ellas. Esto se ha visto proyectos en el grado de contribución al entorno, y el fomento al desarrollo de la población (La República, 2019).

La Empresa Agro Exportadora de Sullana a investigar es una organización dedicada a la producción y exportación de espárragos, palta, mangos, mandarinas, alcachofas y pimiento piquillo, envasados, congelados o en conservas. La empresa emplea a más de diez mil colaboradores en temporada alta y es posesionaria de la mayor parte de terrenos en los que siembra y cultiva, teniendo el control de las etapas de crecimiento, cultivo y empaquetamiento de sus productos finales, brindando garantía de cumplimiento de los más altos estándares de calidad y trazabilidad.



La empresa realiza sus actividades en el norte del Perú, dentro de los valles de Chao y Virú. Asimismo, en la provincia de Sullana (Km. 7 de la carretera Sullana – Tambogrande), en la región Piura. La sede central para temas administrativos se ubica en la ciudad de Lima.

La empresa presenta actualmente algunas limitaciones relacionadas en materia de la gestión de su responsabilidad económica por lo que no se viene distribuyendo óptimamente el esfuerzo destinado a las coberturas de diversos programas sociales. En cuanto a la responsabilidad social, conviene mencionar que se está cumpliendo con la generación de un elevado nivel de puestos de trabajo así como diversos beneficios, exceptuando de ello al área operativa vinculada con la actividad de cultivo, donde no hay aún condiciones adecuadas. En cuanto a la responsabilidad medioambiental, se han proyectado planes que abarcan la gestión ambiental, sin embargo, aún no se implementan a cabalidad. No obstante, lo anterior, la empresa mantiene un liderazgo en las exportaciones de productos, gracias a los factores de producción que dispone.

Si esta situación continúa en la empresa en el largo plazo, podría generarse la carencia de un correcto desarrollo productivo relacionado a actividades de bienestar e integración de las comunidades, así como la proyección del tema medioambiental, que a la larga determina en parte su posicionamiento del sector. Por esta razón, la organización debe diseñar y ejecutar las estrategias de responsabilidad social que posibiliten marcar la diferencia en procedimientos fundamentados en la ética empresarial para la exportación de sus productos, de cara a lograr el beneficio de sus stakeholders, en especial relacionados al contexto medio ambiental y de esa manera lograr niveles de ventaja competitiva en el sector.

Ante lo expuesto, se formula la siguiente pregunta general: ¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021? y los siguientes problemas específicos: ¿De qué manera la responsabilidad económica incide en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021?; ¿De qué manera la responsabilidad social incide en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021? y ¿De qué manera la responsabilidad medio ambiental incide en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021?

Desde la perspectiva práctica, la investigación se fundamentara en buscar la comprensión de la realidad problemática alrededor de la empresa, dado que se presentan diversos aspectos con imperfecciones que influyen en la adecuada implementación de la responsabilidad por medio de la cobertura económica en cumplimiento de políticas económicas, proyectos sociales, proyectos medio ambientales y beneficios sociales al personal.

La justificación es también económica, dado que el estudio se abocará a evaluar los factores deficientes vinculados con la distribución eficiente del presupuesto destinado a la actividad de contribuir a la comunidad a través de programas y/o proyectos sociales y medio ambientales.

En el ámbito social, el estudio se justifica ya que la organización debe tomar en cuenta acciones vinculadas a garantizar el bien comunitario, a través de la correcta aplicación de la responsabilidad social empresarial.

El trabajo es importante por cuanto se investigará la forma en que la responsabilidad social empresarial repercute en la ventaja competitiva de una organización muy representativa y líder en el sector agroindustrial de la región y del país, con lo cual el potencial impacto será muy positivo ya que podría beneficiar a los grupos principales de interés de la empresa en cuanto a su bienestar social, ambiental y económico.

A continuación, se indica el objetivo general, el cual es: Analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021; y los objetivos específicos: Establecer la incidencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021; Determinar la incidencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021 y Establecer la incidencia de la responsabilidad medio ambiental en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021.

Para finalizar se presentan la H<sub>0</sub>: La responsabilidad social empresarial incide significativamente en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021 y las hipótesis específicas son: La responsabilidad económica incide significativamente en la ventaja competitiva de una Empresa Agro

Exportadora, Sullana 2021; La responsabilidad social incide significativamente en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021 y La responsabilidad medio ambiental incide significativamente en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

En el contexto internacional se tiene a Cabrera (2017) en la tesis *Responsabilidad social empresarial en agroindustrias del departamento de Zacapa - Guatemala*, con la finalidad de determinar el valor de practicar la responsabilidad social empresarial en las industrias que producen melón. Entre las principales conclusiones se tuvo que el 100% de las organizaciones que producen no conservan alianzas con otras empresas para ejecutar actividades comunitarias; además 35,71% de las personas encuestadas perciben que deben contribuir a la comunidad y establecer compromisos con la población, mientras que 33,33% de ellos afirman que deben brindar un adecuado trato a su equipo de trabajo, asimismo el 77,78% reconocen que se debería mejorar el cuidado del medio ambiente. Por último, se puede concluir que el desarrollo de la responsabilidad empresarial cuenta con un valor alto, debido a que posibilita otorgarle sostenibilidad a un correcto equilibrio.

Aponte y Gonzáles (2016) en la tesis *Evaluación de programas de RSE en una empresa agroindustrial de Valencia, Venezuela*, en aras de controlar el programa de RSE en la empresa. Se pudo evidenciar que el 58% de las personas encuestadas coinciden con la instauración de los programas de RSE, por el contrario, un 22% conserva un nivel neutral, además afirman que no existe suficiente personal para establecer estos proyectos. En lo que respecta al medio laboral, el 88% coincide que la organización dispone de programas fundamentados en la prevención laboral, sin embargo, el 70% menciona en total acuerdo con el enfoque relacionado al medio ambiente, el 17% por su parte se considera imparcial. Por último, se puede concluir que esta organización otorga beneficios a la sociedad sin objetivos de conseguir lucro, a través de colaboraciones y donaciones, conservando la imagen de una organización que se mantiene comprometido con el medio ambiente y entorno social.

De otra parte, en el ámbito nacional, se presenta a Flores y Silva (2018) con la tesis *La RSE para incrementar la competitividad en la empresa Helatony – Chiclayo 2016*, el cual tiene como propósito proponer estrategias de

Responsabilidad Social Empresarial con el fin de maximizar la competitividad en la organización estudiada. Se logró verificar que la competitividad y la RSE se vinculan, consiguiendo calificarse en un nivel bueno 54% de RSE, sin embargo, en la responsabilidad legal obtuvo una calificación de 44%, por el contrario en la responsabilidad de ética fue de 59%, logrando demostrar que se cumple el derecho laboral y diversas labores que permiten concientizar a la población local, de igual manera disponen en nivel intermedio con programas que permitan capacitar en aras de valorar y conservar modelos fundamentados en el cuidado ambiental, siendo vital el soporte de ONG, así mismo aplican un correcto liderazgo en lo que respecta a costos y un elevado nivel de innovación y orientación tecnológica; sumado a ello disponen de planes de acción centrados en aprovechar el mercado o segmento competitivo.

Hernández y Manrique (2017) en la tesis *La RSE y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca*, con el propósito de realizar un análisis sobre la influencia de la RSE en el éxito competitivo de organizaciones del sector estudiado. Se puede concluir que la RSE refleja una influencia directa concerniente a la competitividad, de igual manera con respecto al aspecto social, 64% está de acuerdo en el ámbito de las contribuciones laborales, por el contrario el 60% está de acuerdo con las asignaciones salariales, sumado a ello el 73% está totalmente de acuerdo con el desarrollo laboral y la formación, por el contrario 42% no está de acuerdo con las políticas laborales, referente al entorno económico 43% está de acuerdo con los vínculos comerciales que mantiene con los respectivos proveedores y con la ciudad, por otro lado con referente al entorno ambiental, 64% está de acuerdo que la organización cuenta como objetivo orientar a un nivel bajo en el impacto del medio ambiente, y 71% está de acuerdo que toman participación en labores que permitan concientizar el entorno ambiental, concluyendo que la organización de manera regular está ejecutando un correcto desarrollo de la RSE en sus diversas labores.

Por su parte, en el entorno local se cuenta a Bazalar (2017) con la tesis *Lineamientos de RSE para la gestión del FONDEPES – Zonal Paita, Piura – 2017*, teniendo como propósito definir los lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial que se necesitan para gestionar dicha institución. Se pudo concluir que

el 33,78% está casi siempre de acuerdo con el desenvolvimiento laboral, por el contrario el 56.3% está de acuerdo que los jefes puedan identificar el beneficio de sus trabajadores, mientras que en base a las prácticas en sociedad, el 38.12% afirma que la organización toma participación de manera activa en proyectos sociales, sin embargo el 65.21% sostienen que casi nunca se otorgan oportunidades a practicantes que cuentan con profesiones, así mismo, el 30.42% está de acuerdo que la organización sí lleva a cabo campañas que interesa al público, sin embargo, el 43,47% menciona que no se fomentan programas donde se desarrolle la investigación y tecnología social, por el contrario que el 24.71% sostiene que con frecuencia la institución de manera voluntaria lleva a cabo actividades sociales, llegando a la conclusión en que no se cumple de forma correcta referente al ámbito social.

Yañez (2017) en la tesis *Estrategias de RSE como ventaja competitiva en la empresa Agropesca del Perú S.A.C. Sullana – 2017*, siendo el fin plantear estrategias de RSE para generar ventajas competitivas en la organización. Se concluye que en la organización el 54% está de acuerdo en que forman parte en el desempeño laboral, por el contrario que el 56,43% conservan una calificación de nivel regular concerniente a si la organización se compromete en base al crecimiento de la población local, de igual manera el 74% está de acuerdo que la organización sí ejecuta programas de RSE.

Cabe mencionar que la ventaja competitiva, refleja que, en 3 años transcurridos, la actividad de producir por toneladas ha conservado un incremento similar que las utilidades, contando como objetivo en el mediano plazo disponer de un liderazgo adecuado en los costos. Se pudo concluir que la organización conserva un nivel intermedio en la ejecución o de la RSE; cabe precisar que es vital tomar medidas fundamentadas en instaurar actividades sociales centradas en el bienestar de la población local.

Concerniente a las teorías en las que se basa la presente investigación, para Cajiga (2018) la responsabilidad social empresarial (RSE) viene a ser el compromiso consciente y coordinado de la organización en aras de aplicar de forma integral los respectivos objetivos, considerando a sus grupos de interés en el entorno social, ambiental y económico, logrando manifestar respeto a los valores

referentes a la ética con el fin de conseguir el bien de la sociedad y mejora constante para que la organización pueda ser generar mayor competitividad fomentando el desarrollo de la población local.

De otra parte, Hernández (2016) indica que la RSE es la obligación de una organización respecto a la maximización de impactos positivos y minimización de los impactos negativos producidos por sus actividades en relación a los factores ambientales y sociales del entorno en el cual se desenvuelven.

La RSE es muy importante dado que las organizaciones deben ofertar sus bienes o servicios considerando la contribución social, pues de este modo serán posibles más beneficios para el personal, cultura ambiental y concientización respecto al entorno (Hernández, 2016).

Asimismo, Hernández (2016) afirma que las dimensiones de la RSE se componen de diversos factores, sin embargo, se disponen de tres dimensiones más relevantes:

*Responsabilidad social a nivel económico;* se relaciona con las actividades desarrolladas por las empresas en cuanto a la actividad de producir bienes o servicios de acuerdo a los grupos de interés, permitiendo mayores coberturas de proyectos sociales o ayudas públicas.

*Responsabilidad social a nivel social;* basada en el interés de una organización en cuanto al entorno social respetando culturas, costumbres y comprometiéndose a través de actividades que redunden en beneficios, como proyectos referentes al ámbito social.

*Responsabilidad social a nivel medioambiental;* se focaliza en actividades relacionadas a la naturaleza, por medio de la gestión ambiental y sostenibilidad de sus operaciones.

Luna (2016) indica que la responsabilidad social está relacionada directamente con la ética, la misma que se basa principalmente en la moral de las personas y de los distintos enfoques que posibilitan emitir juicios de valor sobre la responsabilidad.

Di Genova (2017) señala que la RSE se relaciona consistentemente con el valor que sostiene, dado que es un medio fundamentado en superar paradigmas

tradicionales, relacionados a la comunidad local en especial con factores políticos, de lo que se derivan tres paradigmas:

*Paradigma de RSE concerniente a generar valor económico;* intentando buscar el aumento de rentabilidad concerniente al ámbito de inversiones enfocados en incrementar el valor patrimonial que incluye a las organizaciones.

*Paradigma de RSE concerniente a generar valor social;* pretende el progreso y bienestar, propiciando mayores niveles de empleo y reduciendo tasas de falta de empleo en una población definida.

*Paradigma de RSE concerniente a generar un valor sostenible;* fundamentado en resultados principalmente vinculados a la sistemática interacción de las instituciones respecto a la generación de valor sostenible concerniente a los mencionados anteriormente.

Con respecto a beneficios de la Responsabilidad Social, Di Génova (2017) refiere que hay diversas ventajas en la RSE, los que están representados básicamente en mejorar la contratación y generación de más oportunidades de tipo laboral, así como conservar un correcto grado de lealtad de los consumidores principales ya sea corporativos como naturales, de igual manera, la valoración de la marca, apoyo en proyectos sociales, manteniendo prácticas laborales éticas.

Porter (2015) refiere que las ventajas competitivas están basadas en aquellas acciones que realiza una organización en aras de implantar una posición que otorgue ventajas frente a la competencia y en relación a un grupo competitivo, conservando de esa manera un grado sostenible e implantando una mayor rentabilidad concerniente a sus actividades.

Por otro lado, Hill y Jones (2015), precisan que en aras de que una empresa consiga ventaja competitiva tiene que disponer de una rentabilidad sobre el promedio referente a los competidores en el segmento, vale decir que, a mayor rentabilidad se obtenga, se obtendrá máxima ventaja competitiva.

Porter (2015) afirma que existe diversidad de ventajas con carácter competitivo, de manera particular estrategias genéricas que determinan la competitividad en el ámbito de las empresas, que originan ventaja competitiva en



el segmento en el cual se lleva a cabo el proceso productivo. Seguidamente, se identifican tres estrategias importantes:

*Capacidad de producción;* se refiere a la capacidad que resulta vital y que permite minimizar los costos en el proceso productivo o cadena de valor, con el fin de que pueda lograr reducir gastos y conseguir brindar precios competitivos dirigidos al consumidor final, conservando en el potencial mercado, un liderazgo notable.

*Enfoque interno;* fundamentado en la diferenciación de una institución en lo concerniente a los competidores brindando características de forma exclusiva en el proceso productivo que otorgan en el mercado, el cual permite conseguir mejores precios.

*Enfoque de mercado;* se centra en la organización, la cual puede satisfacer ciertos segmentos, a través de su oferta variada, en aras de incrementar la respectiva intervención en el mercado.

Porter (2015) sostiene que estos entes se vinculan considerablemente en aras de ejecutar estrategias competitivas, debido a que se centran en las ventajas que posibilita una organización, y dichas ventajas se exponen seguidamente:

*Cadena de valor;* enfoque fundamentado en las acciones que una institución realiza el diseño, fabricación y comercialización de sus respectivos productos que se ofrecen en el mercado.

*Ventaja competitiva;* guarda relación con la ventaja de forma sostenible que ejecuta o dispone cierta organización frente a la competencia en base a logros conseguidos y al posicionamiento que tiene.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación.

El presente trabajo es de tipo correlacional – causal, Hernández *et al.* (2017) indica que la investigación correlacional busca encontrar la relación existente entre las variables y causal debido a que además sugiere una relación de causalidad y esta relación de causa y efecto se plantea como causa a la responsabilidad social empresarial y efecto en la variable ventaja competitiva.

Su diseño es no experimental de tipo transversal o transeccional, debido a que la actividad de recopilar datos, mediante la entrevista y encuesta, se dará en un solo instante, sin que las variables responsabilidad social empresarial y competitiva. sean manipuladas en algún espacio de tiempo bajo ningún motivo, con el propósito de estudiar su relación en un momento determinado.

#### 3.2. Variables y operacionalización.

##### *V.I.: Responsabilidad Social*

Hernández (2016) refiere que la RSE consiste en la obligación de una determinada empresa respecto a la maximización de los impactos positivos y disminución al mínimo de los impactos negativos producidos por las actividades relacionadas a factores sociales y el ambiente donde se labora.

##### *V.D.: Ventaja competitiva*

Porter (2015) refiere que vienen a ser tanto las acciones ofensivas como defensivas que lleva a cabo una empresa a efecto de establecer un espacio o posición de ventaja concerniente a la competencia de un grupo definido, garantizando sostenibilidad en el largo periodo.

### **3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.**

#### **3.3.1. Población:**

Estará conformada por el personal de una Empresa Agro Exportadora. de Sullana, cuyo número es de 248 trabajadores que figuran en la planilla en base al periodo 2020. En cuanto a la comunidad local, se incluyó a los habitantes, de los distritos de Sullana situados en las cercanías de la empresa, la cual está conformada por 287,680 habitantes.

#### *Criterio de inclusión:*

Varones y mujeres, trabajadores de la empresa en las distintas áreas.  
Pobladores de los distritos cercanos a la planta de la empresa.

#### *Criterio de exclusión:*

Trabajadores en periodo vacacional o de licencia.  
Pobladores con dificultades mentales o de salud que no puedan participar de la investigación.

#### **3.3.2. Muestra:**

Lo conforman una totalidad de personas que disponen de cierta igualdad en base a sus condiciones o características vinculados al objetivo del estudio, pudiendo demostrar que en el caso de los trabajadores de la Empresa Agro Exportadora la población mantiene igualdad con la muestra del estudio, donde:  $N = n$ , se considera un total de 248 colaboradores, por lo tanto, se realizará un censo.

De otra parte, la muestra de la población local fue definida a través de la fórmula estadística para poblaciones infinitas, con margen de error del 7% siendo el resultado de 196 personas.

### **3.3.3. Muestreo:**

En el caso del muestreo, este será censal para el caso de los colaboradores de la organización, mientras que para el caso de los habitantes de las zonas aledañas a la empresa se aplicará un muestreo tipo probabilístico aleatorio simple.

### **3.3.4. Unidad de análisis:**

Cada uno de los empleados de la de la Empresa Agro Exportadora de Sullana, así como cada uno de los pobladores de los distritos aledaños a las instalaciones de la empresa.

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

### **3.4.1. Técnicas:**

Encuesta: técnica cuantitativa y estructurada en relación a los indicadores, tanto de la responsabilidad social empresarial como de la ventaja competitiva, a efecto de indagar en lo que respecta a los distintos elementos que forman parte del problema de investigación.

Entrevista: técnica cualitativa que se aplicará con la intención de conocer un mayor número de elementos relacionados al contexto del problema.

### **3.4.2. Instrumentos:**

Cuestionario: se aplicará al personal de la organización, asimismo, se aplicará a la comunidad local y será estructurada en escala Likert, de cinco opciones por ítem.

Guía de entrevista: se aplicará a un funcionario del nivel directivo de la empresa y será conformado por ítems que permitirán tener conocimiento con mayores detalles de las variables de investigación.

### **3.5. Procedimientos.**

En la presente investigación se procedió a recolectar la información mediante los instrumentos del cuestionario y la guía de entrevista.

El cuestionario ha sido aplicado a la muestra de colaboradores de la empresa, para lo cual se coordinó con los responsables de la misma, a fin de realizar la recogida de datos sin mayores contratiempos. De otra parte, se aplicó la guía de entrevista, previa coordinación con el funcionario responsable.

### **3.6. Método de análisis de datos.**

Con el fin de analizar la información extraída del cuestionario se tomó en cuenta el software SPSS V25, en el cual se procesó la información donde se precisó los parámetros de la matriz, posteriormente los resultados fueron interpretados.

Para analizar la entrevista, se procedió a transcribirla y luego relacionarla en la matriz a sus respectivos indicadores, orientando la información brindada al objetivo general de la investigación.

### **3.7. Aspectos éticos.**

Paramo (2018), hace hincapié en la importancia de informar adecuadamente a los participantes sobre el estudio a realizar, respetar su privacidad salvaguardando su identidad y autonomía, se debe minimizar cualquier tipo de riesgo vinculado a la investigación, teniendo siempre presente que la protección del ser humano está por encima de los objetivos de la investigación.

Por tal motivo la siguiente investigación se realizó bajo los rigurosos lineamientos éticos y valores de la Universidad Cesar Vallejo – Facultad de Ciencias Empresariales. La información proporcionada fue utilizada de forma confidencial para fines estrictamente académicos.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Informe de aplicación de cuestionario

#### Objetivo 1.

**Establecer la incidencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021.**

**Tabla 1**

*Responsabilidad económica de la Empresa Agro Exportadora*

Responsabilidad económica	Escalas										Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET		N°	%
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%		
Se designa cierta parte de su presupuesto económico con el fin de realizar programas sociales.	22	08,87%	40	16,13%	62	25,00%	102	41,13%	22	08,87%	248	100,00%
Actividad de distribuir los presupuestos a programas de medio ambiente y sociales.	22	08,87%	20	08,87%	62	25,00%	122	49,19%	22	08,87%	248	100,00%
El MINAM y otras organizaciones han colaborado con la organización.	20	08,87%	42	16,94%	104	41,94%	40	16,13%	22	16,94%	248	100,00%

Nota. Encuesta a colaboradores

Se demuestra que, en cuanto a la responsabilidad económica, el 41,13% de los encuestados se demostró en desacuerdo con designar el presupuesto económico y programas sociales, en oposición al 8,87% que se manifestó conforme con ello, así mismo se pudo calificar en desacuerdo un 49,19% la actividad de distribuir de forma adecuada los presupuestos de programas de medio ambiente y sociales. De otra parte, el 41,94% se mostró indeciso frente al tema de la contribución pública de la empresa. Esto puede dejar entrever que no se viene

distribuyendo de manera adecuada los presupuestos económicos necesarios para los programas sociales.

**Tabla 2**

*Correlación de la responsabilidad económica con la ventaja competitiva*

		D <sub>1</sub> Responsabilidad económica	V <sub>2</sub> Ventaja competitiva
Rho	de Coeficiente de correlación	1,000**	,930**
Spearman	Sig. (Bilateral)	,000 <sup>b</sup>	,000 <sup>b</sup>
	N°	248	248

*\*\*.* La correlación es significativa en el nivel 0.01 (unilateral)

Se percibe que los datos estadísticamente demuestran a través del Rho de Spearman, que sí existe una correlación de nivel alto positivo y significativo ( $\rho = ,930$ ;  $p = ,000$ ) entre responsabilidad económica y ventaja competitiva de la Empresa Agro Exportadora de Sullana, permitiendo decidir la **ACEPTACIÓN** de la hipótesis específica uno.

## OBJETIVO N° 2.

**Determinar la incidencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021.**

**Tabla 3**

*Responsabilidad social de la Empresa Agro Exportadora*

Responsabilidad social	Escalas										Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
La organización ha conseguido beneficiar a la población local mediante una mayor empleabilidad.	00	00,00%	126	50,81%	60	24,91%	40	16,13%	22	08,87%	248	100,00%
La organización logra cumplir con los beneficios familiares, vacaciones, CTS y feriados.	22	08,87%	40	16,13%	42	16,94%	62	25,00%	82	33,06%	248	100,00%
La organización logra cumplir con el desarrollo de proyectos sociales.	00	00,00%	42	16,94%	62	25,00%	62	25,00%	82	33,06%	248	100,00%

Nota. Encuesta a colaboradores.

Se demuestra que, concerniente a la responsabilidad social, el 50,81% de los colaboradores está de acuerdo con los beneficios de empleabilidad, así mismo el 33,06% calificó como totalmente en desacuerdo el acatamiento de los beneficios de los trabajadores. Asimismo, el 33,06% se demuestra totalmente en desacuerdo con el desarrollo de proyectos sociales. Por tanto, los colaboradores afirmaron que sí se han otorgado beneficios a la población local a través de un elevado nivel de empleabilidad.



**Tabla 4***Correlación entre la responsabilidad social y la ventaja competitiva*

		D <sub>2</sub> Responsabilidad social	V <sub>2</sub> Ventaja competitiva
Rho	de Coeficiente de correlación	1,000**	,763**
Spearman	Sig. (Bilateral)	,000 <sup>b</sup>	,000 <sup>b</sup>
	N°	124	124

*correlación es significativa en el nivel 0.01 (unilateral)\*\*.*

En la Tabla, estadísticamente se puede percibir que en el Rho de Spearman, demuestra una correlación de nivel alto positivo y significativo ( $\rho = ,763$ ;  $p = ,000$ ) entre responsabilidad social y ventaja competitiva de la Empresa Agro Exportadora de Sullana, permitiendo la **ACEPTACIÓN** de la hipótesis específica dos.

**OBJETIVO N° 3.**

**Establecer la incidencia de la responsabilidad medio ambiental en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021.**

**Tabla 5***Responsabilidad medio ambiental de la Empresa Agro Exportadora*

Responsabilidad medio ambiental	Escalas										Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Abastecimiento de los recursos naturales que la organización maneja de forma diaria.	22	08,87%	20	08,06%	104	41,94%	62	25,00%	40	16,13%	248	100,00%
Se ejecutan talleres que permitan concientizar el medio ambiente y riesgos de la población local.	22	08,87%	60	24,19%	104	41,94%	40	16,13%	22	08,87%	248	100,00%
Se llevan a cabo planes ambientales y se consideran evaluaciones de los resultados para tomar medidas.	0	00,00%	22	08,87%	60	24,19%	104	41,94%	62	25,00%	248	100,00%

Nota. Encuesta a colaboradores

Los trabajadores de la organización, lograron calificar como indeciso en el 41,94%, concerniente al abastecimiento de recursos naturales, de igual manera consiguieron calificar como indeciso un 41,94% los talleres que permitan concientizar el medio ambiente y riesgos sociales, sumado a ellos las personas encuestadas calificaron como de acuerdo el 41,94% el desarrollo de planes ambientales y actividades de evaluación de los resultados. Por otro lado, los colaboradores afirman que de forma regular se abastecen de forma correcta los recursos naturales, de igual forma en ciertas ocasiones se han efectuado talleres que permitan concientizar el medio ambiente, así mismo que se carece de planes ambientales.

**Tabla 6**

*Correlación entre la responsabilidad medio ambiental y la ventaja competitiva*

		D <sub>3</sub> Responsabilidad medio ambiental	V <sub>2</sub> Ventaja competitiva
Rho	de _ Coeficiente de correlación	1,000**	,862**
Spearman	_ Sig. (Bilateral)	,000 <sup>b</sup>	,000 <sup>b</sup>
	_ N°	248	248

*\*\*.* La correlación es significativa en el nivel 0.01 (unilateral)

En la Tabla, se puede demostrar en base al Rho de Spearman, que hay una correlación de nivel alto positivo y significativo ( $\rho = ,862$ ;  $P = ,000$ ) entre responsabilidad medio ambiental y ventaja competitiva de la Agro Exportadora de Sullana, decidiendo la **ACEPTACIÓN** de la hipótesis específica tres.

## OBJETIVO GENERAL:

**Analizar la incidencia de la RSE en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021**

**Tabla 7**

*Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva de la Empresa Agro Exportadora.*

Variables	Escalas										Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Responsabilidad social empresarial	22	08,87%	40	16,13%	64	25,81%	122	49,99%	00	00,00%	248	100,00%
Ventaja competitiva	00	00,00%	62	25,00%	84	33,87%	60	24,19%	42	16,94%	248	100,00%

Nota. Encuesta a colaboradores

Se demuestra que el personal y la población calificaron con el 49,99% en desacuerdo a la RSE, distinto al 8,87% que lo calificó totalmente de acuerdo, de igual manera lograron calificar como indeciso un 33,87%, la razón es que los colaboradores observan que la empresa no cumple de forma correcta con la práctica de la RSE.

**Tabla 8**

*Correlación entre RSE y ventaja competitiva*

		V <sub>1</sub> Responsabilidad social empresarial	V <sub>2</sub> Ventaja competitiva
Rho de Spearman	_ Coeficiente de correlación	1,000**	,886**
	_ Sig. (Bilateral)	,000 <sup>b</sup>	,000 <sup>b</sup>
	_ N°	248	248

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0.01 (unilateral)

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

En la Tabla, estadísticamente se percibe a través del Rho de Spearman, que hay una correlación de nivel alto positivo y significativo ( $\rho = ,886$ ;  $P = ,000$ ) entre RSE y ventaja competitiva en la Agro Exportadora de Sullana, permitiendo decidir la **ACEPTACIÓN** de la hipótesis general.

## **4.2. Informe de aplicación de guía de entrevista al gerente de la empresa**

### ***Factores determinantes de la Responsabilidad económica.***

La organización, de forma regular ha venido cumpliendo con los programas económicos vinculados con los programas que benefician a la sociedad, cabe mencionar que en ciertas situaciones no se han ejecutado, ya que existen diversos aspectos que repercuten en la empresa; es vital mencionar que en algunas oportunidades las autoridades públicas no han colaborado de manera adecuada en los proyectos ambientales o sociales, siendo la organización quien intenta buscar el soporte y colaboración por las organizaciones que se dedican al desarrollo de la población local, además en el desarrollo de sus actividades productivas, no ha recibido sanción, debido a que se han tomado ciertas medidas para impedir ciertas situaciones irregulares en los programas sociales.

### ***Factores determinantes de la Responsabilidad social.***

En la organización se intenta de forma continua en aplicar las políticas sociales labor principal, por el contrario no se logró designar presupuesto para el desarrollo o mejora eficientemente, sin embargo, se está trabajando de manera conjunta con el equipo de trabajo con responsabilidad para la ejecución a un mediano periodo, de igual manera el proceso productivo de la institución, ha logrado originar fuentes de trabajo y ventajas a la comunidad, fortaleciendo la calidad de vida y conservando el desarrollo de forma sostenible, ya que la mayor parte del equipo de trabajo que opera pertenece al entorno de la organización, así mismo con relación a los proyectos sociales, se intenta de manera continua de crear un mayor beneficio tanto al equipo de trabajo como a la población local mediante políticas sociales que con mayor rapidez presenta mayor claridad.

### ***Factores determinantes de la Responsabilidad medio ambiental.***

En la organización, se intenta de que el equipo de trabajo pueda abastecer de manera eficiente los diversos recursos que se le otorgan mediante la cosecha y equipos físicos, de igual manera en ciertas oportunidades se demuestran algunas

imperfecciones, sin embargo, se dispone de personal que supervisa para su rápido funcionamiento, además no se ha brindado mayor énfasis de manera principal en charlas y/o talleres que permitan concientizar el medio ambiente, sin embargo, se intenta apoyar al segmento educativo mediante un soporte comunitario. Cabe mencionar que se dispone de una certificación *RAIN FOREST ALLIANCE*, que quiere dar a entender que se conservan políticas bastante claras, en la ejecución y cuidado del medio ambiente, esta a su vez intenta cumplir de forma correcta, así mismo concerniente a la ejecución de planes que permitan gestionar el entorno ambiental, se intenta aplicar los fines del medio ambiente.

***Aspectos que determinan la ventaja competitiva de la empresa.***

Concerniente a la ventaja competitiva, los elementos que la organización dispone para continuar con el liderazgo en costos, se centran fundamentalmente en la producción, tratando de evitar la acumulación de stock de productos, además se intenta implantar precios que sean competitivos en base a la variación de la demanda, de igual manera los elementos que definen la diferenciación de la organización, se vinculan en conservar una correcta relación con dichos factores; es vital conocer los detalles importantes de los productos que requieren en base al nivel de competencia que exigen y más aún intentar maximizar el grado de satisfacción, por el contrario no se explota de forma adecuada el mercado, y menos aún se efectúa con frecuencia el desarrollo del mercado que se encarga de exportar uva de mesa, sin embargo, se disponen de ciertos indicadores que permiten medir y lograr un reflejo en las ventas.

## V. DISCUSIÓN

**En concordancia con el primer objetivo:** Establecer la incidencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de una Agro Exportadora, Sullana 2021, Hernández (2014) indica que la responsabilidad económica, considera la producción de los bienes o servicios en base a la consecuencia de las actividades en los grupos de referencia. En el caso de Bazalar (2017) los datos recabados, demuestran ciertas contradicciones con los aportes teóricos, siendo que el 39.13% indica que la organización sí toma participación activa en proyectos que benefician a la sociedad, en tanto el 43,48% refiere que no se fomentan programas que incluyen la tecnología social y desarrollo, mientras el 25.72% indica que la organización siempre lleva a cabo actividades sociales, sin embargo, no perciben contribuciones públicas.

Concerniente a los resultados, se puede evidenciar una diferencia en lo que respecta a lo afirmado, ya que que en la organización el 41,13% asume que no existe colaboración con la cobertura o presupuesto de programas que benefician a la sociedad, el 41,94% sostienen que la autoridad pública no cooperó con la elaboración de proyectos que benefician a la sociedad, por el contrario, el 32,26% afirma que de igual manera no han obtenido ninguna sanción o medida, a pesar de que se dispone de programas, sin embargo, no se aplican. En la actualidad, se trata de tomar medidas de mejora con el fin de lograr el cumplimiento, siempre con el soporte de diversas empresas en aras de contribuir con la comunidad y el entorno ambiental.

Se percibe que la responsabilidad económica, presenta un preciado valor para ejecutar la RSE, que se basa de manera fundamental en poder disponer coberturas para programas sociales, de igual manera en el soporte público externo, fundamental para conseguir impactos mayores. Referente a ello, las organizaciones deben contar con un presupuesto para poder ejecutar con sus obligaciones sociales o contractuales, por lo que la organización tiene que implantar acciones que se centren en la creación de una mayor cobertura donde puedan participar con diversas organizaciones y poder desarrollar los programas que benefician a la sociedad, en consecuencia, se realiza una contrastación de los

resultados conseguidos, evidenciando que hay una correlación positiva, de nivel alto y significativa ( $\rho = ,930$ ;  $p = ,000$ ) entre la responsabilidad económica y ventaja competitiva de la empresa Agro Exportadora de Sullana, permitiendo decidir la **ACEPTACIÓN** de la hipótesis específica uno.

**Concerniente al segundo objetivo específico:** Determinar la incidencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de una Agro Exportadora, Sullana 2021, Hernández (2014) sostiene que la responsabilidad social viene a ser el interés de una organización referente al ámbito social, considerando el respeto a las costumbres y tomando participación a través de acciones que puedan beneficiar y proyectos sociales que puedan generar un máximo bienestar en el campo laboral. Al respecto, en los resultados de la investigación de Flores y Silva (2018) se evidencia un vínculo significativo con el sustento teórico, ya que se cumple con las actividades de concientización y promoción del derecho laboral, así mismo disponen en medida regular con programas que otorgan capacitaciones para los trabajadores, por el contrario para Aponte y Gonzáles (2016) el resultado evidencia una situación similar con lo afirmado, ya que en el ámbito laboral, el 88% afirma que la organización dispone de programas que abarcan medidas preventivas en lo laboral, de igual manera el 78% se manifiesta totalmente de acuerdo en lo que respecta a procedimientos de legislación actuales.

Los resultados de la investigación evidencian diferencias claras con la cita anterior, ya que la organización el 50,81% manifiesta que se logra cumplir con otorgar ventajas a la población local consiguiendo un mayor grado de empleabilidad, por el contrario, el 33,06% afirma de forma negativa, vale decir, no se cumple en otorgar beneficios laborales acorde al régimen que abarca el campo laboral agrario. Por otra parte, el 33,06% sostiene que tampoco se están ejecutando proyectos sociales. En base a ello, el gerente de la organización precisa que se está trabajando con los empleados para conseguir mayor ventaja a mediano plazo, a través de la instauración de fuentes nuevas de trabajo y ventajas que abarquen beneficios sociales.

Cabe precisar que la responsabilidad social, es fundamental, dado el impacto que otorga su desarrollo en la organización mientras pueda cumplir con la RSE, que se centra de manera principal en cooperar a una mayor empleabilidad, así

demostrar cumplimiento con los beneficios laborales, logrando el desarrollo de proyectos para la sociedad, sin embargo, en la organización en estudio no se ejecuta actividades que se centren en los beneficios laborales, menos aún se aplican proyectos sociales, razón por el cual la institución tiene que implantar medidas centradas en la sostenibilidad de la sociedad. En consecuencia, se efectúa una contrastación de los resultados conseguidos, evidenciando una correlación positiva, de nivel alto y significativa ( $\rho = ,763$ ;  $p = ,000$ ) de la responsabilidad social y la ventaja competitiva de la Empresa Agro Exportadora de Sullana. permitiendo decidir la **ACEPTACIÓN** de la hipótesis específica dos.

**De acuerdo al tercer objetivo específico:** Establecer la incidencia de la responsabilidad medio ambiental en la ventaja competitiva de una Agro Exportadora, Sullana 2021, Hernández (2014) precisa que la responsabilidad del entorno ambiental, se fundamenta en las actividades que realiza una institución concerniente al entorno ambiental, a través de gestión e inocuidad, implantando las acciones correspondientes para conservar una correcta estabilidad en el ámbito ambiental. Para Cabrera (2018) la información recabada evidencia un vínculo significativo con el soporte teórico, ya que el 35,71% de las personas encuestadas, perciben que deben contribuir con la población local y garantizar un compromiso con la comunidad, el 77,78% manifiestan que se tiene que mejorar el cuidado del entorno ambiental. Con respecto al estudio de Hernández y Manrique (2017) dichos resultados evidencian situación similar con lo afirmado, ya que, referente al entorno ambiental, el 65% está de acuerdo en que la organización presenta como objetivo crear un impacto ambiental de nivel bajo y el 70% precisa que si toma participación en labores que permitan concientizar el entorno ambiental.

Los resultados de la investigación, evidencia todo lo contrario con lo afirmado, ya que en la organización el 41,94% afirma que algunas veces ha abastecido de manera efectiva los recursos naturales, además de manera limitada se ejecutan talleres que permitan concientizar el entorno laboral, tampoco se dispone de planes ambientales.

Se percibe que la responsabilidad del entorno ambiental es un elemento de importancia y significancia, debido a que las organizaciones que ejecutan actividades productivas, tienen que crear un menor impacto en la contaminación



del medio ambiente, logrando viabilidad en el suministro de recursos naturales. Por otro lado, solo en ciertas ocasiones efectúa actividades que permitan concientizar, sin embargo, no se ha desarrollado ningún proyecto ambiental. En consecuencia, se efectúa una contrastación de los resultados, demostrando que hay una correlación positiva, de nivel alto y significativo ( $\rho = ,862$ ;  $P = ,000$ ) de la responsabilidad medio ambiental y la ventaja competitiva de la Empresa Agro Exportadora de Sullana, permitiendo decidir la **ACEPTACIÓN** de la hipótesis específica tres.

**De acuerdo al objetivo general:** Analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la ventaja competitiva una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021, Hernández (2014) afirma que la RSE es el deber contractual de una empresa para incrementar los impactos positivos y reducir los negativos correspondientes a los elementos ambientales o sociales. Concerniente a la ventaja competitiva, el autor Porter (2015) sostiene que vienen a ser las actividades defensivas y ofensivas que ejecuta una organización en aras de establecer una posición ventajosa respecto a la competencia en un determinado segmento. Para Hernández y Manrique (2017) dichos resultados conseguidos evidencian un vínculo significativo con la información teórica. El 65% está de acuerdo con las colaboraciones laborales, por el contrario, el 43% no está de acuerdo con las políticas referente a lo laboral y concerniente al entorno ambiental, el 65% concuerda que la organización presenta como meta crear un mínimo impacto ambiental.

En tanto que para Yañez (2017) dichos resultados conseguidos, evidencian una clara diferencia, se demuestra que en la organización el 55% concuerdan que se inmiscuyan en el desempeño laboral, el 57,44% califica de regular el compromiso con la población local, de igual manera el 75% está de acuerdo con la ejecución de programas que benefician a la sociedad; de otra parte se evidencia en los 3 años transcurridos, la actividad de producir por toneladas ha conservado un incremento similar que las utilidades, contando con los resultados de la investigación, evidencian ciertas similitudes y contradicciones con lo afirmado, ya que que en la organización el 49,99% afirma que se incumple con la responsabilidad social, ambiental y económica por la carencia de disponibilidad

económica enfocada en programas que beneficien a la sociedad, soporte, ausencia de charlas y talleres que permitan concientizar el entorno ambiental y otros, no obstante, concerniente a la ventaja competitiva, el 33,87% sostiene que no se aprovecha de manera eficiente el mercado o sector potencial, debido a que actualmente existen aún mercados nuevos internacionales en lo que se puede brindar los productos.

Se percibe que la RSE es de vital importancia debido a que las organizaciones deben efectuar de manera continua en aras de cumplir con el bienestar en el entorno ambiental y social, siendo esencial su ejecución, de igual manera la ventaja competitiva, viene a ser otro de los factores principales y optimistas para las organizaciones, debido a que otorgan una correcta ubicación en el mercado totalmente distinto de la competencia, además en la entidad no se ha generado una correcta ventaja referente a las capacidades. En consecuencia, se realiza una contrastación de los resultados conseguidos, demostrando que hay una correlación de manera positiva, de nivel alto y significativo ( $\rho = ,886$ ;  $P = ,000$ ) de la RSE y la ventaja competitiva de la Empresa Agro Exportadora de Sullana, permitiendo decidir la **ACEPTACIÓN** de la hipótesis general.

## VI. CONCLUSIONES

1. La responsabilidad económica repercute en la ventaja competitiva de la Agro Exportadora de Sullana, siendo el valor de ( $\rho = ,930$ ;  $p = ,000$ ), no se designan o distribuyen de forma adecuada los presupuestos económicos que incluyen los programas ambientales y sociales, menos aún en organizaciones o instituciones públicas han colaborado de forma económica a la organización en estos planes.
2. La responsabilidad social repercute en la ventaja competitiva de la Agro Exportadora de Sullana, obteniendo el valor de ( $\rho = ,763$ ;  $p = ,000$ ), debido a que de cierta forma se otorga ventajas de empleabilidad a la población, sin embargo, no hay un cumplimiento con las contribuciones o asignaciones que se encuentran pendientes con respecto al equipo de trabajo, de igual manera no se desarrollan planes en el ámbito de lo social.
3. La responsabilidad en el entorno ambiental repercute en la ventaja competitiva de la Agro Exportadora de Sullana, obteniendo el valor de ( $\rho = ,862$ ;  $p = ,000$ ), ya que de forma regular se abastecen los recursos naturales, sin embargo, fundamentalmente no hay ejecución de talleres que permitan concientizar el medio ambiente a la población local, de igual forma no se efectúan planes ambientales o campañas fundamentados en preservar el entorno ambiental.
4. De forma general se puede concluir que la RSE si repercute en la ventaja competitiva de la organización, obteniendo el valor de ( $\rho = ,886$ ;  $p = ,000$ ), evidenciando que se desarrollan de forma eficiente los proyectos de responsabilidad ya sea social, ambiental y económico, de igual manera existen ciertas limitaciones en lo relacionado a la estrategia de aprovechar el mercado, sin embargo, sí cuentan con un enfoque regular de mercado y la respectiva capacidad para producir.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Fortalecer los acuerdos con organizaciones públicas, privadas o municipales en aras de generar los fondos vitales, a efecto de conseguir mayor cobertura para lograr realizar los proyectos ambientales y sociales con elevado impacto, a través de acciones de forma anual, relacionados a los apoyos institucionales.
2. Reforzar el control de las colaboraciones laborales, en aras de que el equipo de trabajo que labora en la organización sienta satisfacción con lo establecido como remuneración, de igual manera promover los indicadores de medición del progreso en base a los programas en desarrollo en la población local a través de charlas sobre la ejecución de sus obligaciones según el régimen agrario.
3. Efectuar talleres y campañas ambientales anualmente, con el fin de concientizar a las distintas autoridades y de manera principal a la población local en el cuidado del entorno ambiental a través de la plantación de árboles en campos libres, acorde a un cronograma mensual.
4. De forma general, ejecutar proyectos de RSE, intentando desarrollar el crecimiento a través de la evaluación del mercado internacional y consiguiendo educar a la población y destacando la importancia del entorno ambiental y la operatividad de la organización, que logra generar beneficios de empleo de mano de obra.

## REFERENCIAS

- Abanto Vélez, W. I. (2015). *Validez y confiabilidad de instrumentos de investigación*. Trujillo - Perú.
- Aponte, G., y Gonzales, Y. (Abril de 2016). *Evaluación de los programas de RSE en una empresa agroindustrial ubicada en Valencia estado de Carabobo*. (Tesis de pre grado) Universidad de Carabobo. <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3415/ghapoyago.pdf>
- Banco Mundial. (2018). *La economía mundial se expandirá un 3,1 % en 2018* <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/06/05/global-economy>
- Bazalar Parra, R. (2017). *Lineamientos de RSE para la gestión del Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero - Zonal Paita. Piura - 2017*. (Tesis de pre grado). Universidad César Vallejo, Piura.
- Cabrera, M. M. (2017). *RSE en las Agroindustrias Productoras de Melón de Zacapa*. (Tesis de pre grado). Universidad de Landívar: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Cabrera-Melisa.pdf>
- Cajiga, J. F. (2018). *RSEI: Le entramos ahora, lo hacemos cuando sea imperativo o nos esperamos a que pase la moda*. <https://www.expoknews.com/responsabilidad-social-empresarial-le-entramos-ahora-lo-hacemos-cuando-sea-imperativo>
- Di Genova, A. (2012). *Manual de relaciones públicas e institucionales*. 2° ed.. Buenos Aires. Urgeman Editor.
- El Peruano. (2016). *La RSE y sus aportes*. <https://elperuano.pe/noticia-la-responsabilidad-social-empresarial-y-sus-aportes>
- Flores, J. J., y Silva, M. Á. (2018). *La RSE para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys*. Pimentel. Universidad Señor de Sipán.

- Hernández, D. E., y Manrique es, G. S. (2017). *La RSE y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. (Tesis de pre grado)* Lima - Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Hernandez, F. Y. (2014). *Metodología de la investigación 6° Edición*. México. McGrawh-Hill.
- Hernández, M. (2014). *Administración de empresas (2.ª ed.)*. Madrid, España.
- Hill, C. W., Jones, G. R., y Schilling, M. A. (2015). *Administración Estratégica*. México. Cengage Learning Editores.
- IPE. (2018). *Perú será el país con mayor crecimiento económico de Latinoamérica en 2018*. <http://www.ipe.org.pe/portal/peru-sera-el-pais-con-mayor-crecimiento>
- La República. (2017). *Piura contribuye a crecimiento económico en la zona norte*. <https://larepublica.pe/sociedad/1009237-piura-contribuye-a-crecimiento-economico>
- Luna, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México. Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja Competitiva - Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Yañez, L. E. (2017). *Propuesta de estrategias de responsabilidad social como ventaja competitiva en la empresa Agropesca del Perú SAC Sullana - 2017*. (Tess de pre grado) Universidad César Vallejo. Piura.

## ANEXOS:

### Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
O <sub>1</sub> RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	Hernández (2016) expresa que la responsabilidad social corporativa, es la obligación contractual de una determinada organización o empresa en maximizar el impacto positivo y disminuir al mínimo el impacto negativo que se produce por sus actividades respecto esencialmente a los factores sociales y/o ambientes en el entorno donde operan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad económica</li> </ul>	Se midió mediante la cobertura de programas sociales, ayudas públicas recibidas y sanciones públicas impuestas a través de la aplicación de un cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cobertura de programas sociales.</li> <li>Ayudas públicas recibidas.</li> <li>Sanciones públicas impuestas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ordinal</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad social</li> </ul>	Se midió mediante el nivel de empleabilidad, beneficios sociales al personal y proyectos sociales a través de la aplicación de un cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de empleabilidad.</li> <li>Beneficios sociales al personal.</li> <li>Proyectos sociales.</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad medio ambiental</li> </ul>	Se midió mediante el suministro de los recursos, concientización ambiental y planes de gestión ambiental a través de la aplicación de un cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suministro de los recursos.</li> <li>Concientización ambiental.</li> <li>Planes de gestión ambiental.</li> </ul>	
O <sub>2</sub> VENTAJA COMPETITIVA	Porter (2015) menciona que son aquellas acciones ofensivas y defensivas que desarrolla una empresa de todo tipo y capacidad de organización con el propósito de establecer una especie o posición de ventaja respecto a sus competidores en un determinado segmento o sector competitivo, manteniendo un nivel sostenible a largo plazo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacidad de producción</li> </ul>	Se midió mediante el volumen de producción, productos estandarizados y precio competitivo, a través la aplicación de un cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Volumen de producción.</li> <li>Productos estandarizados.</li> <li>Precio competitivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ordinal</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Enfoque interno</li> </ul>	Se midió mediante la orientación al cliente, innovación tecnológica y características del producto, a través de la aplicación de un cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Orientación al cliente.</li> <li>Innovación tecnológica.</li> <li>Características del producto.</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Enfoque de mercado</li> </ul>	Se midió mediante el dinamismo y conocimiento del mercado, así mismo del mercado potencial, a través de la aplicación de un cuestionario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dinamismo del mercado.</li> <li>Conocimiento del mercado.</li> <li>Mercado potencial.</li> </ul>	

## Anexo 2: Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021	<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Analizar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>La responsabilidad social empresarial incide significativamente en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021.</p>	<p><b>-Diseño de la Investigación:</b> No experimental, correlacional – causal, transversal</p> <p><b>-Tipo de Investigación:</b> Aplicada</p> <p><b>-Enfoque:</b> Mixto</p> <p><b>-Población:</b> 284 trabajadores, 287680 pobladores</p> <p><b>-Muestra:</b> 284 trabajadores, 196 pobladores</p> <p><b>-Técnicas:</b> Encuesta, entrevista</p> <p><b>-Instrumentos:</b> Cuestionario, guía de entrevista</p> <p><b>Método de análisis:</b> SPSS v.25</p>
	<p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿De qué manera la responsabilidad económica incide en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021?</p> <p>¿De qué manera la responsabilidad social incide en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021?</p> <p>¿De qué manera la responsabilidad medio ambiental incide en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021?</p>	<p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Establecer la incidencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021</p> <p>Determinar la incidencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021</p> <p>Establecer la incidencia de la responsabilidad medio ambiental en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021</p>	<p><b>Hipótesis Específica:</b></p> <p>La responsabilidad económica incide significativamente en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021</p> <p>La responsabilidad social incide significativamente en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021</p> <p>La responsabilidad medio ambiental incide significativamente en la ventaja competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021</p>	



## Anexo 03: Instrumentos



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

### ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buen día señor (a), soy estudiante del X ciclo de la carrera de Administración de la Universidad César Vallejo y estoy realizando una investigación sobre *Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021* es por eso que su opinión será de mucha importancia. Le agradezco de ante mano por su tiempo.

#### I. INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X) la calificación que considera adecuada teniendo en cuenta la siguiente escala: (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indiferente (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

Dimensiones	N° Ítems	Descripción	Escala de medida				
			5	4	3	2	1
- Responsabilidad económica	01	La empresa destina una parte de su presupuesto económico para una mayor cobertura en programas sociales.					
	02	La empresa distribuye adecuadamente los presupuestos destinados a la cobertura de programas relacionados al bienestar de la comunidad y del medio ambiente.					
	03	El Ministerio del Ambiente del Perú y otras organizaciones han contribuido a la empresa					
	04	El Ministerio del Ambiente del Perú y otras organizaciones se preocupan para brindar algún tipo de ayuda económica a las empresas agroexportadoras como la empresa					
	05	El Organismo de Evaluación y Fiscalización ambiental, entre otras entidades han sancionado frecuentemente a la empresa					
	06	La empresa ha tomado acciones para evitar las sanciones que suele realizar la Organización de Evaluación y Fiscalización ambiental.					
- Responsabilidad social	07	La empresa ha beneficiado a la comunidad local a través de una mayor empleabilidad producto de sus operaciones.					
	08	Las oportunidades laborales que brinda la empresa, son de vital valor para la comunidad local.					
	09	La empresa brinda beneficios laborales a todo su personal y principalmente de las áreas operativas relacionadas con el cultivo de su materia prima.					
	10	La empresa cumple con las asignaciones familiares, CTS, vacaciones, feriados, entre otros a su personal que labora actualmente en sus instalaciones.					
	11	La empresa cada cierto periodo anual realiza entre 2 o más proyectos sociales destinados a la integración de la comunidad local.					
	12	Considera que la empresa cumple eficientemente con la ejecución de proyectos sociales con la finalidad de mejorar la relación con la comunidad local.					

Dimensiones	N° Ítems	Descripción	Escala de medida			
- Responsabilidad medio ambiental	13	La empresa suministra eficientemente los recursos que le proporciona la naturaleza para su cultivo de uva teniendo en cuenta la inocuidad ambiental.				
	14	Está totalmente de acuerdo con el suministro de los recursos naturales que la empresa maneja diariamente mediante su personal operativo.				
	15	La empresa mensualmente concientiza a su personal y a la comunidad local sobre el cuidado del medio ambiente o de los recursos naturales disponibles.				
	16	La empresa realiza talleres de concientización ambiental y sus riesgos a la comunidad local con la finalidad de realizar una cultura de mejora.				
	17	La empresa cuenta con planes de gestión ambiental que le permita el adecuado direccionamiento de los recursos ambientales que requiere.				
	18	La empresa ejecuta productivamente los planes ambientales y así mismo evalúa los resultados obtenidos para tomar acciones a un corto plazo.				

#### DATOS GENERALES

1. Fecha de aplicación: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
2. Sexo: M:\_\_\_ F:\_\_\_
3. Edad:        20 - 27                      28 – 35                      36 – 43                      44 - 50
4. Grado de instrucción: Post grado \_\_\_ Superior Universitario \_\_\_ Técnico \_\_\_ Secundaria \_\_\_
5. Nivel de ingresos: Menos de s/.750        s/. 750 – 1800        s/1800 - 3500        s/.3500 a más
6. Tiempo laborando: Menos de 01 años \_\_\_ Entre 01 a 02 años \_\_\_ Más de 02 años \_\_\_



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buen día señor (a), soy estudiante del X ciclo de la carrera de Administración de la Universidad César Vallejo y estoy realizando una investigación sobre *Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021* es por eso que su opinión será de mucha importancia. Le agradezco de ante mano por su tiempo.

Dimensiones	N° Ítems	Descripción	Escala de medida					
			5	4	3	2	1	
- Capacidad de producción	01	La empresa produce la cantidad necesaria en función a la capacidad máxima de producción respecto a los productos de uva de mesa que oferta.						
	02	La empresa ha establecido estándares de calidad respecto al volumen de producción que realiza diariamente en función al mercado internacional.						
	03	La empresa cuenta con productos estandarizados según su peso, calidad y otras características fundamentales que solicitan sus clientes corporativos.						
	04	La empresa ofrece sus productos de "Uva de mesa" según los estándares necesarios de acuerdo a las exigencias del mercado internacional.						
	05	Considera que los precios competitivos que la empresa. oferta se ajustan a las condiciones de compra de sus clientes corporativos.						
	06	Los precios y/o tarifas establecidas por la empresa respecto a sus productos mantienen una ventaja respecto a sus competidores.						
- Enfoque interno	07	La empresa conoce las necesidades principales de sus clientes corporativos respecto a los productos de uva de mesa que exporta al mercado internacional.						
	08	La empresa cumple con los requerimientos y exigencias técnicas de los productos que le solicita el mercado internacional.						
	09	La empresa cuenta con equipos y/o máquinas modernas que se ajustan tanto en las áreas administrativas y operativas.						
	10	La empresa invierte constantemente en maquinarias modernas para la mejora de los procesos de cultivo de la uva en sus tierras.						
	11	Considera que los productos que le ofrece la empresa cuentan con las características físicas y técnicas necesarias para su exportación.						
	12	Se detallan físicamente las características del producto de uva de mesa que la empresa ofrece a su mercado potencial.						

Dimensiones	N° Ítems	Descripción	Escala de medida			
- Enfoque de mercado	13	La empresa ha aprovechado eficientemente los cambios y/o crecimiento del mercado internacional como también nacional.				
	14	Considera que la empresa ha tomado estrategias competitivas que garantizan su crecimiento económico y liquidez de sus operaciones.				
	15	La empresa evalúa continuamente el mercado potencial respecto a la estabilidad y crecimiento de sus clientes corporativos.				
	16	La empresa ha determinado indicadores para la toma de decisiones en el mercado internacional y nacional.				
	17	La empresa ha segmentado adecuadamente el mercado potencial donde ofrece sus productos de uva de mesa con la finalidad de mantener lazos comerciales.				
	18	La empresa cuenta con una mayor participación en los diferentes segmentos de mercado potencial nacional y también internacional.				

### DATOS GENERALES

1. Fecha de aplicación: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
2. Sexo: M:\_\_\_ F:\_\_\_
3. Edad:        20 - 27                      28 - 35                      36 - 43                      44 - 50
4. Grado de instrucción: Post grado \_\_\_ Superior Universitario \_\_\_ Técnico \_\_\_ Secundaria \_\_\_
5. Nivel de ingresos: Menos de s/.750        s/. 750 – 1800        s/1800 - 3500        s/.3500 a más
6. Tiempo laborando: Menos de 01 años \_\_\_ Entre 01 a 02 años \_\_\_ Más de 02 años \_\_\_



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

## GUÍA DE ENTREVISTA

Estimado gerente, reciba un cordial saludo, la siguiente entrevista de carácter confidencial está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la *“Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021”*. Se le agradece de antemano su valiosa participación.

### I. DATOS GENERALES

- Nombre del Entrevistador (a):
- Nombre del Entrevistado:

Fecha de la aplicación:  
Tiempo de aplicación:

1. ¿La empresa, ha cumplido con las coberturas en los programas sociales? Explique
2. ¿Las autoridades políticas han contribuido adecuadamente en los proyectos sociales y ambientales en la empresa? Explique.
3. ¿La empresa ha tomado medidas y/o acciones sobre las sanciones gubernamentales por incumplimiento de programas sociales y medioambientales? Explique.
4. ¿La empresa ha cumplido con las políticas económicas establecidas? Explique
5. ¿La empresa ha proporcionado empleabilidad y beneficios laborales a la comunidad local? Explique.
6. ¿La empresa ha cumplido eficientemente con los proyectos y políticas sociales? Explique.
7. ¿En la empresa el personal de las diferentes áreas suministra eficientemente los diferentes recursos disponibles? Explique.
8. ¿La empresa ha realizado programas, talleres y/o charlas de concientización ambiental de manera periódica? Explique.
9. ¿La empresa ha cumplido con los planes y políticas de gestión ambiental Explique
10. ¿Cuáles son los factores fundamentales que la empresa posee para mantener un liderazgo de costos en el sector?
11. ¿Cuáles son los elementos de diferenciación que la empresa proporciona a sus clientes de acuerdo a sus productos de “Uva de mesa”?
12. ¿La empresa aprovecha, conoce y evalúa su mercado potencial? Explique.

**Muchas gracias**

## Anexo 04: Validaciones de instrumentos

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy William Castillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor en Ciencias administrativas N° ANR: 202528, de profesión Licenciado desempeñándome actualmente como: Docente a tiempo completo en la U.C.V. Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 26 días del mes de abril del Dos mil Veintiuno.

Cuestionarios a trabajadores	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X


Dr. : Freddy William Castillo Palacios  
DNI : 02842237  
Especialidad : Administración  
E-mail : fwcastillo@ucvvirtual.edu.pe

**“Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACIÓN</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			95		





## **Anexo 05: Confiabilidad de cuestionarios**

### **CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, José Martín Lazo Sánchez, con DNI N° 02778943, Licenciado en Ciencias Administrativas, Registro Único Colegiatura N° 23792, de profesión Administrador, desempeñándome actualmente como Docente de la Escuela de Administración UCV Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos Cuestionarios:


Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021


Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Responsabilidad Empresarial Corporativa. Cuestionario dirigido a los trabajadores de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

Ventaja Competitiva. Cuestionario dirigido a los trabajadores de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 16 días del mes de abril del Dos mil Veintiuno.




**Lic. Adm. Jose Martin Lazo Sanchez**  
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 23792

Mgtr. : José Martin Lazo Sánchez  
 DNI : 02778943  
 Especialidad : Administración  
 E-mail : martinlazosanchez@gmail.com

**“Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACIÓN</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en																			95		



**“Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIOS**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACIÓN</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				96	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				97	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				97	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		95			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				97	





### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Antonio Angulo Corvera con DNI N° 06437510 Magister  
 en Administración de Negocios  
 N° ANR: 18480, de profesión Docente en Administración  
 desempeñándome actualmente como docente a tiempo parcial  
 en la Universidad César Vallejo filial Pisco

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Questionarios

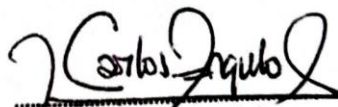
Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Questionario de responsabilidad social a los trabajadores	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓



Cuestionario de ventaja competitiva a los trabajadores	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓


En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 16 días del mes de abril del Dos mil Veintiuno .



MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera  
 Magister en Administración de Negocios  
 Licenciado en Administración  
 CLAD. N° 18480

Mgtr. : Carlos Antonio Angulo Corcuera  
 DNI : 06437510  
 Especialidad : Planes de Negocio - MARKETING  
 E-mail : angulo.ca @ ucvirtual.edu.pe



 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	<b>ÁREA DE INVESTIGACIÓN</b>
---	--	------------------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	ASHLEY JAMIL VERA ALAMA
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración de Empresas.
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario : Responsabilidad social Empresarial
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ( )
	:	Alfa de Cronbach. ( X )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	23/04/2021
1.7. MUESTRA APLICADA	:	Muestra piloto de 25 colaboradores

### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	70,4%
------------------------------------	-------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.)


Con respecto a la confiabilidad estadística de los ítems, del presente cuestionario, todas las preguntas están sujetas a medición, obteniéndose una confiabilidad aceptable.



Estudiante: Ashley Jamil Vera Alama  
DNI : 71882667



Docente : Dr. Ramón Cosme Correa Becerra  
COESPE 502

 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b>	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	<b>ÁREA DE INVESTIGACIÓN</b>
--	--	------------------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	: ASHLEY JAMIL VERA ALAMA
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	: Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial y su Incidencia en la Ventaja Competitiva de una Empresa Agro Exportadora, Sullana 2021
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	: Administración de Empresas.
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	: Cuestionario : Ventaja competitiva
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	KR-20 kuder Richardson ( )
	Alfa de Cronbach. ( X )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	: 23/04/2021
1.7. MUESTRA APLICADA	: Muestra piloto de 25 colaboradores

### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	71,7%
------------------------------------	-------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

Con respecto a la confiabilidad estadística de los ítems, del presente cuestionario, todas las preguntas están sujetas a medición, obteniéndose una confiabilidad aceptable.



Estudiante: Ashley Jamil Vera Alama  
DNI : 71882667



Docente : Dr. Ramón Cosme Correa Becerra  
COESPE 502

## Confiabilidad.

La confiabilidad de los cuestionarios fueron evaluados mediante el método de Alfa de Cronbach, mediante una muestra piloto de 25 colaboradores; utilizando el programa estadístico SPSS versión 25, obteniéndose como resultado una confiabilidad aceptable del 70,4% con respecto a 18 preguntas del cuestionario de la variable: Responsabilidad Social Empresarial y una confiabilidad también aceptable del 71,7% para la variable: Ventaja competitiva con respecto a 18 preguntas, indicando de esta manera que ambos cuestionarios son confiables y están preparados para recoger la información.

### Estadísticos del alfa de cronbach para el instrumento de la variable Responsabilidad Social Empresarial

Preguntas	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	48,2000	66,167	-,158	,727
P02	48,6000	61,000	,095	,715
P03	48,7600	65,940	-,142	,726
P04	48,4400	63,007	,018	,719
P05	48,4000	67,750	-,285	,732
P06	48,6400	54,073	,727	,653
P07	48,3600	54,490	,521	,665
P08	48,7600	47,190	,679	,632
P09	48,2000	62,917	,039	,715
P10	48,8000	61,333	,151	,704
P11	48,3600	60,823	,132	,708
P12	48,6000	59,417	,300	,690
P13	48,7200	55,210	,446	,673
P14	49,0400	51,873	,689	,645

P15	48,7200	55,960	,529	,669
P16	48,6000	53,333	,502	,665
P17	48,3600	58,907	,251	,695
P18	48,9200	57,077	,657	,668

---

---

**Estadístico de confiabilidad**

---

<b>Nº preguntas</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>
<b>18</b>	<b>0,704</b>

---

**Estadísticos del alfa de cronbach para el instrumento de la variable  
Ventaja Competitiva**

Preguntas	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	74,0400	16,623	,347	,699
P02	73,5200	16,677	,498	,688
P03	73,8400	17,390	,179	,720
P04	73,6000	16,917	,307	,704
P05	73,6400	18,240	,115	,720
P06	73,8800	16,110	,476	,685
P07	73,7200	16,960	,444	,693
P08	73,9200	16,993	,371	,698
P09	73,6400	17,323	,274	,707
P10	73,6800	16,393	,485	,686
P11	73,5600	18,007	,168	,716
P12	73,8400	17,140	,303	,704
P13	73,9600	17,873	,190	,714
P14	73,8000	16,917	,253	,711
P15	73,7600	16,607	,557	,684
P16	73,5600	18,423	,071	,724
P17	73,7200	16,793	,403	,695
P18	73,6800	18,643	,003	,732

**Estadístico de confiabilidad**

Nº preguntas	Alfa de Cronbach
<b>18</b>	<b>0,717</b>

## Anexo 06: Fórmula de cálculo de muestra de pobladores

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

n: Número de elementos de la muestra

$\alpha$ : Nivel de significación.

$Z_{\alpha}$ : Puntuación correspondiente al nivel de significación.

p: % estimado (proporción de la población)

q: 100- p

e: error permitido

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,07)^2}$$

$$n = 196$$