



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario
generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Palacios Olivera, Leonardo Andres (orcid.org/0000-0003-4990-4943)

ASESORA:

Dra. Mairena Fox, Petronila Liliana (orcid.org/0000-0001-9402-5601)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

La presente investigación va dedicada a mi madre Guadalupe, a mi abuela Susana, a mi abuelo Oscar en su memoria también a mis hermanas Isabel, Kiara y Carolina además a mis tíos Oscar, Jorge, Mirtha y Eduardo por el aprecio, apoyo y amor que siempre han podido brindarme.

Agradecimiento

A Dios por brindarme salud y conocimiento para así poder desarrollarme adecuadamente por el camino profesional y personal.

A mi familia por el soporte absoluto hacia a mí en momentos difíciles y complicados.

A la Universidad César Vallejo en especial a mi asesora Mairena Fox, Petronila Liliana por el apoyo y consideración.

A mis amigos por el apoyo que en todo momento me han podido brindar en el camino de mi formación.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	23
3.1. Tipo y diseño de investigación	23
3.2. Variables y operacionalización	24
3.3. Población	30
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
3.5. Procedimientos	32
3.6. Método de análisis de datos	33
3.7. Aspectos éticos	34
IV. RESULTADOS	35
V. DISCUSIÓN	46
VI. CONCLUSIONES	50
VII. RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS	52
ANEXOS	57

Índice de tablas

Tabla 1	Puntuación de ítems en la escala tipo Likert	31
Tabla 2	Nivel de involucramiento social en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	35
Tabla 3	Nivel de concientización social por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	36
Tabla 4	Nivel de repercusión en la sociedad por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.	37
Tabla 5	Nivel de alcance en los objetivos en común por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	38
Tabla 6	Nivel de proactividad a la participación en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	39
Tabla 7	Nivel para promover la sostenibilidad en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	40
Tabla 8	Datos estadísticos descriptivos	41
Tabla 9	Prueba de hipótesis entre RSE y desarrollo comunitario	42
Tabla 10	Prueba de hipótesis entre RSE y objetivos en común	43
Tabla 11	Prueba de hipótesis entre RSE y la proactividad a la participación	44
Tabla 12	Prueba de hipótesis entre RSE y promover la sostenibilidad	45

Índice de figuras

Figura 1	Ubicación del área geográfica de la empresa	30
Figura 2	Esquematización del procedimiento	33
Figura 3	Nivel de involucramiento social en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	35
Figura 4	Nivel de concientización social por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	36
Figura 5	Nivel de repercusión en la sociedad por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	37
Figura 6	Nivel de alcance en los objetivos en común por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	38
Figura 7	Nivel de proactividad a la participación en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	39
Figura 8	Nivel para promover la sostenibilidad en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022	40

Resumen

La presente tesis tuvo como objetivo establecer la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. La población fue de 68 viviendas debidamente censadas, la técnica utilizada para la obtención de datos se dio a través de la encuesta, la cual fue elaborada mediante un cuestionario con escala de tipo Likert conformada por 18 preguntas, los resultados fueron procesados a través del método estadístico SPSS y se utilizó el software de aplicación Microsoft Office Excel, la metodología de la investigación fue hipotético deductivo con un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación fue aplicada de nivel correlacional, el diseño fue no experimental y de corte transversal descriptiva y el método hipotético deductivo. Finalmente, en la justificación práctica se menciona las razones por las que se realizó la investigación y quienes son los beneficiados directamente. Se concluye que no existe relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising existiendo así un coeficiente de correlación de -0.073 como resultado de la prueba de Rho de Spearman.

Palabras clave: RSE, desarrollo, concientización, involucramiento, sostenibilidad

Abstract

The objective of this thesis was to establish the relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) and community development generated by a merchandising company, Los Olivos, 2022. The population was 68 dwellings duly censused, the technique used to obtain data was through the survey, which was elaborated through a questionnaire with a Likert-type scale consisting of 18 questions, the results were processed through the SPSS statistical method and the Microsoft Office Excel application software was used, the research methodology was hypothetical deductive with a quantitative approach, the type of research was applied at a correlational level, the design was non-experimental and descriptive cross-sectional and the hypothetical deductive method. Finally, the practical justification mentions the reasons why the research was carried out and who the direct beneficiaries are. It is concluded that there is no relationship between CSR and community development generated by a merchandising company, with a correlation coefficient of -0.073 as a result of Spearman's Rho test.

Keywords: CSR, development, awareness, involvement, sustainability

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la preocupación y empatía por parte de las organizaciones frente al medio ambiente ya no es un tema de moda o de vanguardismo sino más bien de compromiso y preocupación, es por ello por lo que las áreas constituidas dentro de una empresa apuntan a preservar y tener en consideración los posibles escenarios al no tomar conciencia respecto al acuerdo. De este modo se crea una nueva manera de poder gestionar mejor los recursos, y así realizar de mejor manera las actividades favoreciendo a la comunidad, así también a la organización de manera interna y externa. A nivel interno la empresa tiene la responsabilidad de asegurar el bienestar del personal y del ambiente laboral y al externo en vivir en armonía y ser preocupado con las personas que podrían tener alguna disconformidad o no sentirse involucrados a pesar de todo.

Las organizaciones hoy en día tienen más protagonismo con el entorno y todo lo que acontece en él, es decir si no se sienten identificados y más bien vulnerados con acciones que los perjudiquen no podrán contar con el respaldo pertinente. Por ello debe ser entendido como un proceso educacional donde todos se tienen que identificar adecuadamente y crear identidad para obtener las recomendaciones y soluciones adecuadas ante los problemas que pueden crearse a partir de una mala planificación sin llegar a considerar un punto importante dentro de algún territorio.

Si las empresas partieran y se desarrollaran desde el punto como sociedad, ante la vista del grupo serían de muy buena referencia; esto sin duda ayudaría a que las personas aledañas al lugar tengan una buena percepción al buen criterio que maneja la organización y la preocupación que tienen por lo externo al realizar sus actividades teniendo en cuenta los recursos a manejar óptimamente.

La empresa comercializadora de merchandising se encuentra ubicada en el distrito de Los Olivos con referencia en la urbanización Puerta de Pro segunda etapa, realizando en este sector acciones diarias y ofreciendo diversos tipos de productos.

La organización en mención dio a conocer una carencia de compromiso

ambiental involucrando a los vecinos aledaños al sector, provocando en ellos el rechazo, la insatisfacción y el no acuerdo en las acciones diarias de la empresa, en muchas ocasiones se ha visto reflejado en quejas municipales y también personales.

Con relación a lo mencionado anteriormente, el efecto provocado en la comunidad fue la constante falta de concientización ambiental y organizacional por parte de la empresa ya que se esperó una aceptación y confianza de parte de los vecinos colindantes al lugar por carencia de acciones preventivas y correctivas en conjunto. La situación que se generó en el sector mencionado fue el rechazo y las constantes quejas por parte de los vecinos ya que no se sentían incluidos en el plan de acción de la empresa y no se propuso mejorar en el sentido de incluirlos o reunirse eventualmente para que puedan establecer ideas y objetivos en común. Cabe señalar que desde que la organización realizaba acciones en este sector nunca ha desarrollado la cultura de responsabilidad social y desarrollo comunitario hasta la fecha.

Es así como, a partir de lo mencionado anteriormente, se formula la **problemática** para identificar ¿Cuál es la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022? Asimismo, se plantean los siguientes problemas específicos, los cuales son: ¿Cuál es la relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en Los Olivos, 2022?, ¿Cuál es la relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en Los Olivos, 2022, ¿Cuál es la relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022; el proyecto actual en desarrollo contribuyó y facilitó el progreso de la investigación al proporcionar precedentes y evidencia sobre la importancia de la RSE y el desarrollo comunitario en un sector determinado.

En la **justificación teórica**, en relación con las variables de estudio en el presente trabajo, se dio consistencia a la teoría de forma piramidal de la RSE desarrollada por Carroll en 1991 y la teoría presentada por Marco Marchioni en

1987 enfocado como planificación social y organizativa en referencia al desarrollo comunitario; con la finalidad de desplegar el problema de investigación a través de las variables puntuadas. La **justificación metodológica** se basó en la construcción de un instrumento fundado en las variables 1 responsabilidad social empresarial y 2 desarrollo comunitario. El cuestionario estuvo estructurado por 18 ítems; para obtener información relevante sobre la variable RSE se consideró 9 ítems con las dimensiones (a) involucramiento social, (b) concientización, (c) repercusión en la sociedad. Respecto a la variable desarrollo comunitario, se consideró 9 ítems con las dimensiones (a) objetivos en común, (b) proactividad a la participación, (c) promover la sostenibilidad correspondiente. La escala de medición del instrumento fue tipo Likert. La **justificación práctica** tuvo como finalidad otorgar información y dar recomendaciones a la organización y la comunidad, creando un vínculo entre ambas partes con todo lo investigado y aportado en este trabajo.

Este proyecto presentó como **objetivo** general, establecer la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. En base a este desarrollo se hizo un análisis completo para proponer mejoras en el desarrollo de actividades que involucren a los vecinos, comprendiendo así las necesidades de ambas partes. Del mismo modo se propusieron los siguientes objetivos específicos, los cuales son: (a) Determinar la relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. (b) Determinar la relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. (c) Determinar la relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

En relación con la **hipótesis** general se orientó en poder descubrir si existe relación alguna entre la RSE y el desarrollo comunitario con la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. Seguidamente de las hipótesis específicas que vinieron a ser: (a) Existe relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos,

2022. (b) Existe relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. (c) Existe relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En relación con los **antecedentes nacionales** que se tomaron en cuenta, Gallegos (2008) señaló y presentó una herramienta para medir la RSE que estuvo basada en un modo de percibir acciones públicamente. Para ello se tomó una muestra de 350 individuos de ocho lugares de la ciudad de Arequipa (Perú), aplicándose un inventario inicial de unos cincuenta artículos. El análisis estadístico del ensayo reveló tres factores con fuerte evidencia relacionada en base a lo interno y puntuándolo de confianza: beneficios de la RS a nivel local ($\alpha = 0,866$), beneficios de la responsabilidad social a nivel local ($\alpha = 0,866$), intereses individuales en términos de responsabilidad social ($\alpha = 0.802$) y aspectos ambientales ($\alpha = .739$). Seis ítems fueron excluidos por falta de saturación en los tres factores dominantes.

Lizarzaburu (2016) señaló un modelo teórico que vincula la RSE y la reputación de empresa con el fin de formar una hipótesis sobre el efecto de la confianza de los inversionistas a través del estudio y uso de casos de empresas financieras en el Perú. Se utilizó el método de estudio de caso para analizar cuatro bancos peruanos que representan el 25% del total de participantes en el sistema bancario del Perú y el 80% de participación en tres ratios financieros: % crédito, % depósito y % patrimonio. Las empresas bancarias peruanas han mejorado su reputación en acciones socialmente responsables. Esta mejora en la notoriedad se correlaciona con un aumento en el valor de la empresa. Además, el análisis caso a caso, enmarcado en los planes de RSE, genera siete recomendaciones categorizadas en tres relaciones (RSE y confianza de los inversores, RSE y reputación corporativa, reputación corporativa y confianza de los inversores).

Raymond (2014) indicó que el impacto por los compromisos de responsabilidad social de las empresas multinacionales puede tener fuerza en la resolución de conflictos laborales surgidos en sus líneas de producción, a través de un estudio de caso, el incidente ocurrido en Perú, luego de que los representantes sindicales y miembros de la empresa dejaran de laborar. Topy Top, solucionado por la intervención de dos clientes de marca internacional de la citada empresa. Esta intervención no solo permitió la sustitución de trabajadores, sino que también

proporcionó una gama de herramientas para el desarrollo de un sistema completo de relaciones laborales. A través de un análisis de los acuerdos e instrumentos adoptados y de cómo se desarrolló posteriormente la relación entre la empresa y el sindicato, el papel del garante respeta los derechos laborales básicos de los que disfrutaban las multinacionales.

García (2017) marcó en su estudio y analizó que es importante adoptar la RSE en los restaurantes rurales de Huaral en el año 2017. Fue un estudio basado en encuestas a empleados de restaurantes seleccionados para analizar si aplican buenas prácticas ambientales, derechos laborales, si existe una buena comunicación entre superiores y puestos más bajos para brindar un buen servicio y tengan o no una buena reputación con los clientes, esto dio como resultado que los restaurantes obtengan ganancias económicas en su establecimiento. En conclusión, a continuación se concluyó que la mayoría de los empleados entrevistados en los restaurantes rurales de Huaral, creían estar en desacuerdo con un 33.9% en cuanto a la implementación de prácticas de inocuidad de los alimentos y responsabilidad social empresarial, en el aspecto legal, estaban de acuerdo con el índice del 0,2% sobre el cumplimiento de las normas legales, en el aspecto económico estaban en desacuerdo al igual que el porcentaje del 31% en el manejo económico de los recursos, en el aspecto ambiental estaban en desacuerdo con el 7,5% en cuanto a la aplicación de buenas prácticas ambientales y en el aspecto ético estaban en desacuerdo o en desacuerdo con un índice de 1.0% sobre el desarrollo de actitudes éticas en los restaurantes de la campiña de Huaral según la responsabilidad social empresarial.

Pérez (2019) indicó en su proyecto que presentó como objetivo general en la RSE y el crecimiento empresarial en negocios de ferretería industrial, comuna de La Victoria; La metodología utilizada fue investigación básica, descripción correlacional y diseño transversal no empírico. La técnica utilizada fue la encuesta a las empresas involucradas, a través de una herramienta de cuestionario que permite realizar una investigación de campo, así como una descripción de los aspectos sociales, económicos y ambientales; complementarse interna y externamente es fundamental para el desarrollo empresarial en el rubro ferretero

del distrito. Por lo tanto, la RSE se consideró una parte importante dentro del crecimiento empresarial.

Morales (2021) reveló en su estudio titulado: RSE y Comportamiento del Consumidor revisión de literatura, que los objetivos generales obtenidos fueron: refrescar los enfoques de mercadeo de la responsabilidad social empresarial, como determinante del comportamiento del consumidor, para lo cual se usó un enfoque de investigación cuantitativa. Por lo tanto, se buscaron artículos científicos indexados, para una investigación de calidad, seguidamente, se examinaron 2 artículos científicos, que cumplieron con las metas establecidas. Finalmente, se formularon conclusiones y recomendaciones, a través de 16 artículos seleccionados.

Rodríguez (2020) precisó que el objetivo general del estudio fue describir la percepción de la comunidad de Nuevo Chimbote. El estudio se aplicó de forma descriptiva con un diseño no experimental y de corte transversal. La muestra de lo estudiado comprendió a 322 vecinos de la referida comunidad. La información se recolectó a través de cuestionarios para medir el conocimiento de la RSE y se utilizó estadística descriptiva para describir las variables. Los resultados mostraron que es posible identificar qué responsabilidad social empresarial es alta (59%) y en el aspecto de "Economía" prevaleció el nivel alto con un 8%; "Medio Ambiente" dominó en promedio con 53%; El componente "social" dominó en el nivel intermedio con un 8%. Por ello, es de primordial importancia inspirar a los emprendedores de la comunidad para que incrementen y muestren interés en los aspectos de sociedad internas y externas, como la sustentabilidad de su organización y de las comunidades en las que opera.

Gordon De Paz (2021) indicó que el objetivo de este trabajo fue determinar la relación entre el manejo de los galpones avícolas en Nuevo Chimbote en el año 2019. El estudio se basó en enfoques cuantitativos, no empíricos, con descripción de textura modelada. La población estuvo conformada por todos los gallineros que existían en las cercanías de Nuevo Chimbote. De igual forma, se utilizó como herramienta de recolección de datos dos cuestionarios orientados a variables. Como resultado, el estudio demostró que la gestión ambiental presenta una relación

significativa con la RSE de los gallineros de la ciudad de Nuevo Chimbote 2019, detalle obtenido con valor $r=0.363$ detectado por la prueba Taub de Kendall. Esto manifestó que una mejor gestión ambiental genera alta responsabilidad social en los gallineros estudiados.

Castillo (2021) indicó en su artículo lo siguiente: la población conformada por 100 clientes para recolectar datos importantes y usó estadísticas censales. Dicha investigación se realizó con método cuantitativo, el modo de investigar fue aplicada con el grado de correlación y diseño no empírico. Luego, para la recolección de datos, la técnica utilizada fue la encuesta y el cuestionario como herramienta. La validación del instrumento fue realizada por profesores de la asignatura, con el objetivo de que la encuesta pudiera ser aplicada a los encuestados. La prueba estadística Alpha de Cronbach aplicada a dos variables arrojó un resultado de 0,932, mostrando un nivel de confianza perfecto. El resultado fue 0,273, lo que indica una correlación media positiva entre las dos variables, además de un valor de significación (bilateral) de 0,000, inferior a $p = 0,05$, lo que indicó que hay una relación entre las variables. En resumen, hubo una explicación entre la RSE y el comportamiento del consumidor.

Silva (2018) precisó que el diseño de este estudio es no empírico, su aplicación y alcance fue de correlación descriptiva, la relación de variables fue determinada por el método de inferencia hipotética con el método cuantitativo. Así mismo la población estuvo conformada por 85 clientes, de los cuales la muestra es de 65, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como herramienta el cuestionario, que incluyeron 18 preguntas en escala de Likert, luego se midió la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, con resultados aceptables. Los datos fueron procesados por el programa estadístico SPSS 22. Se finalizó detallando que existe una relación de 0.752 teniendo un significado positivo entre la RSE y la imagen de marca de Soto Sport.

Gonzales (2020) indicó que el estudio que se realizó mediante inferencia hipotética, con un enfoque cuantitativo, correlacionando desarrollo aplicado y el grado de ganancia, en donde no se utilizó un diseño transversal al experimento. Por ello, se incluyó una muestra de 50 empleados administrativos corporativos;

para obtener datos se utilizó un cuestionario compuesto por 21 ítems, luego 3 expertos comprobaron la validez y confiabilidad de la herramienta. Luego, los resultados se procesaron para determinar su efectividad utilizando SPSS v. 26. Que, gracias al estadístico de Rho Spearman se determinó una correlación de 0.731, demostrando así que las dos variables del estudio. (Sig. 0.000 andlt; 0.05), es decir, concluyó mencionando que hay una correspondencia elocuente entre la variable RSE y la imagen de la empresa.

Bermeo (2017) señaló en su trabajo sobre la RSE mencionando 5 vertientes: respeto a las personas, equidad e igualdad, solidaridad hacia los intereses comunes, responsabilidad en el trabajo con el medio ambiente y honestidad en la comunicación y administración de la información, la averiguación asumió como fin común conceptualizar la Responsabilidad Social Empresarial a grado Hotel Fundo Ayarpongo a partir del punto de vista de los habitantes del distrito de Pachangara en el año 2017, la población estuvo constituida por habitantes de la sociedad de agricultores de Pachangara y con una muestra de 322 habitantes obtenida por fórmula. Por razones metodológicas, la herramienta fue sometida a revisión por 5 expertos de la Universidad Cesar Vallejo, a saber: 2 metodólogos y 3 informáticos, con maestría en calendario y recepción de la Escuela de Gestión Turística, por lo que podría valer la pena. Para completar el estudio se empleó el software estadístico SPSS 22 para realizar el cálculo porcentual, rindiendo los resultados en la tabla de frecuencias.

Castillo (2018) anotó que, para un adecuado desarrollo dentro de una comunidad debía existir el involucramiento social ya que en el proceso se aplicaban cambios oportunos y se debían de motivar los diversos factores tales como económicos, naturales, etc. De esta manera se pudo contar con un respaldo en la gestión promovida. El objetivo de este estudio fue evaluar el desarrollo comunitario en las dos áreas de producción para luego llegar a las características agroeconómicas de las unidades de producción en el área de estudio. Los resultados mostraron que la mayoría de los criadores son mayores y tenían un bajo nivel de educación. La superficie de las plantaciones de Musáceas era pequeña, no existía técnica, concurrían falencias en los procesos de esterilización,

producción, cosecha y postcosecha. Este problema afectaba negativamente la calidad del producto, así como la buena comerciabilidad y rentabilidad. Concluyó que es necesario implementar una mejor estrategia de capacitación y tecnología de producción más limpia para aumentar la producción y mejorar la calidad del producto, mejorar la comercialización y el acceso a mejores precios, aumentando así las ganancias para los productores y el desarrollo de la comunidad.

Castro (2020) explicó de qué manera influía el tema comunal y lograba entender el rol de las prácticas sociales dentro del manejo de puntos de vista ante acuerdos que existieron, a su vez indicó que esto se tenía que mantener en el tiempo para que se haya logrado crear modelos a seguir y haber obtenido beneficios dentro de algún grupo establecido. El objetivo del estudio y el caso del proyecto de desarrollo cultural comunitario fueron actividades que incluían a museos relacionados con ocupaciones y oficios tradicionales. Sobre la base de este análisis, se pudo afirmar que, por un lado, el éxito de las organizaciones está estrechamente relacionado con la aceptación y el reconocimiento de sus poblaciones anfitrionas y, por otro lado, este éxito incluía la función de artefacto compensando a las poblaciones, a través de la creación y preservación de identidades y limitaciones sociales.

Solís (2021) precisó que para una adecuada intervención en un determinado espacio y lugar dentro de un conjunto de personas se debería de poder ubicar el tema de interés o el problema de raíz, así propuso soluciones inmediatas a desarrollar o poder ser planteadas en adelante; El objetivo básico de la investigación que se presenta fue analizar el potencial educativo. El programa pretendió fomentar la participación en un entorno más cercano. Se realizó un análisis de las acciones ejecutadas en dos colegios. La metodología cualitativa ha ayudado a identificar las dificultades, así como la capacidad de un programa, para haber construido un modelo deseable de ciudadanía participativa en su entorno. En consecuencia, la comunidad pudo velar por su propio bienestar y desarrollo ante cualquier evento que se haya originado.

Ojeda (2018) resaltó que dentro de la comunidad para haber obtenido un mayor alcance y facilitado cualquier tipo de actividades fue importante el impulso

que se le dio a cada acción; así creo un soporte frente a los objetivos planteados y efectivamente mejoró cada decisión que se tomó. El ubicó sus aportes en una reflexión pedagógica y social sobre los vínculos establecidos entre educación social, derechos humanos y sustentabilidad en el desarrollo comunitario. En este sentido, históricamente y en el futuro, enfatizó la necesidad de promover acciones educativas, congruentes con los principios de equidad que hayan dado fuerza a la construcción de una sociedad global de personas, más autoritaria, integral y cohesionada.

Velásquez (2020) definió que el objetivo dentro de una comunidad debía de ser equitativa en el sentido que todos se vean beneficiados, por ello describió el proceso de desarrollo de un programa de atención primaria en salud (APS) para las familias. Metodología: Investigación Acción Participativa (PAR). Resultado: El Programa APS fue una construcción colectiva entre el Grupo IAP y el Comité de Acompañamiento y Apoyo (CAS), implementado en cuatro fases: 1. Preparó el sitio; 2. El Enfoque Cósmico de las Familias; 3. Desarrolló el programa “Centro de Desarrollo Humano: con fuerza, alegría y amor, salimos adelante en familia” y Evaluó y socializó los resultados. Como respuesta obtuvo diversos contrastes que analizó y procesó.

Canales (2019) reveló que, para fortalecer la capacidad de acción de las comunidades locales, las organizaciones debían de apoyar proyectos “participativos” que fomenten una mayor aportación local de ese modo se pudo crear respuestas más precisas reflejadas en acciones e implementaciones que se pudieron carecer adoptando un enfoque bien diseñado, con proyectos reales que respondían a necesidades específicas, las comunidades locales pudieron tener las técnicas y los recursos, combatiendo así la pobreza. Esta investigación fue cualitativa y documental que siguió esencialmente las actividades que apoyaron las iniciativas con proyección.

Pérez (2017) mencionó que el concepto de comunidad se pudo manejar en su complejidad desde un punto de vista sociológico, pero también político y educativo. Planteó un análisis en profundidad del concepto de comunidad. Luego se presentó los resultados de un estudio de caso realizado en una comunidad en

el norte. Este estudio pretendió profundizar en el conocimiento de los procesos de desarrollo comunitario que tuvieron lugar en este territorio. En el trabajo presentado sobre los factores generadores de conflicto y los métodos de mediación, quienes estuvieron presentes durante casi dos décadas del proceso comunitario. Los resultados sugirieron que la mediación pudo explicar un gran número de eventos comunitarios. Además, la mediación pudo desempeñar un papel central en la promoción de la cooperación tanto colectiva como comunitaria, al contrarrestar la resistencia individual y la excesiva fragmentación de las redes sociales. En resumen, la mediación en los procesos de desarrollo comunitario debía planificarse y utilizarse de manera coherente.

Cossío (2017) indicó que, para una conservación responsable dentro de la Amazonía peruana, esta tenía que ser sectorizada por comunidades establecidas así se podía proteger áreas reservadas. El proyecto tuvo la principal característica que para pueda ser realizado y ejecutado a un nivel macro cada integrante de alguna familia y en conjunto tenía que haberse sentido envuelto para tomar fuerza y peso ante situaciones por parte del gobierno o económicas. Dentro de un escenario en el manejo de recursos naturales, la comunidad debía de ser sostenible en la vigilancia de actividades ilegales que cada vez iba en ascenso. Finalmente se evaluó la información para descartar lo que se implementó o no dentro de las prácticas de conservación.

Pacora (2019) señaló que, el turismo rural comunitario (TRC, por sus siglas en inglés) se estuvo desarrollando activamente en todo el mundo (OMT, 2015). Sin embargo, el Perú aún no presentó una respuesta firme a esta posible solicitud. El principal problema es que el diseño del producto se basó en la oferta, no en la demanda. Para ello las comunidades tuvieron un rol fundamental ya que se encargaban de informar y poder llegar al cliente de una manera más cercana. El plan propuesto sugirió que el Perú debía responder con una imagen innovadora y una comunicación coherente en función del público objetivo. Se tomó en cuenta las diversas comunidades existentes con el fin de rescatar costumbres, historias y todo lo que pueda sumar al rubro turístico y así se dio más valor a cualquier tipo de actividad.

Camacho (2019) fijó que el significado de desarrollo comunitario son precisiones que permitieron desarrollar métodos e incorporar agentes que conformaban un grupo humano de alto impacto, dentro de estos grupos se tuvieron que establecer procesos pedagógicos, constante capacitación y sobre todo participación del grupo que permitieron alcanzar objetivos compartidos que se vieron reflejados en resultados para ser evaluados continuamente. La opinión fue un factor importante también ya que vino a ser una práctica habitual por desarrollar.

Gutiérrez (2020) mencionó que, el desarrollo comunitario fue la construcción de procesos eficientes para haber realizado acciones más precisas. Se le pudo dar el sentido de un nuevo comienzo en procesos más grandes, todo el grupo debía de haberse focalizado en los resultados y lograr persuadir cualquier obstáculo que se había generado. Por ello que el desarrollo local debía estar basada en las necesidades de la comunidad y sobre todo haber tenido en cuenta la participación de los involucrados. Resaltó también que el desarrollo comunitario dentro de una localidad requería de un propio enfoque.

Carbajal (2018) nombró que, el concepto de comunidad ha perdido fuerza en los últimos años por falta de principios teóricos y en acciones ya que las personas cada vez se involucraban cada vez menos. El fin de agruparse y poder resaltar principios para formar parte de los objetivos era un papel crucial ante cualquier evento de magnitud siempre y cuando existía un respeto, un trabajo en conjunto, compartir ideas y comunicación. Resaltó también que una comunidad está basada en relaciones, pero no solo de personas sino también de personas y un lugar en común habiendo desarrollado vivencias emocionales para bien o para mal.

Respecto a las referencias que han sido consultadas a **nivel internacional**, se consideró que Hernández et al. (2020) indicaron que el objetivo de este trabajo es describir (RSE) desde la percepción pública interna de las cajas de compensación familiar en la provincia de La Guajira, Colombia. El estudio se describió con un diseño documental. El cuestionario fue utilizado como herramienta. Los resultados muestran que los empleados se sintieron motivados por las actividades de RSE que realizó la empresa. Se concluyó que la aplicación de la

RSE permitió a los empleados incrementar su satisfacción, compromiso y lealtad.

Salaiza et al. (2020) señalaron que el objetivo del estudio fue describir el impacto de la responsabilidad social empresarial (RSE) en la innovación para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en Sinaloa, México. Se aplicó un cuestionario en 68 restaurantes de Culiacán; Además, se implementó un diseño de transacción no probado. Los resultados mostraron una relación positiva entre la RSE y la innovación, teniendo las prácticas de RSE un impacto significativo en la innovación dentro de las PYMES.

Gonzales et al. (2021) sostuvieron que la percepción de la RSE como tema de investigación ha sido considerada para dar solución a diversos problemas que se presentaron en la sociedad. Por otro lado, el papel social de las organizaciones de salud hacia el público fue inevitable, lo que ha llevado a sus estudios de diversos métodos y campos de aplicación. Este estudio examinó las percepciones de los trabajadores de la salud para explorar la RSE, en el que se aplicó un cuestionario para realizar un análisis factorial exploratorio y análisis de varianza. Los resultados revelaron que existen 4 aspectos: ética, comunidad, conciencia ambiental e imaginación sobre la RSE que construyeron el concepto de RSE en el sector salud. Existieron diferencias en las prácticas relacionadas con la sociedad, el medio ambiente y los aspectos imaginativos de la responsabilidad social.

Durango et al. (2021) enfatizaron que el objetivo de este caso fue determinar la RS de la institución para la instalación médica en el departamento de Córdoba en 2017, y realizaron un estudio que describía una base igual con el enfoque cuantitativo, ya que solicitó una oración requerida en los grupos usuarios y los de sociedad para ser determinada en la muestra. Una vez que la información se recopiló, procesó, analizó con tablas y estadísticas. Por lo tanto, se lograron los siguientes puntos de los tamaños evaluados para la Junta Directiva. Conclusión, se sugirió que la institución alcanzó un nivel más bajo, con un promedio de 0.79, porque esta organización no es socialmente responsable de sus agentes, debido a los procedimientos que crean y no tienen ningún efecto en la salud pública.

Bedoya et al. (2021) mencionó que el objetivo de este artículo fue realizar una revisión sistemática de la literatura sobre los tres conceptos claramente

mencionados de PYME y así demostró casos exitosos de práctica social y buena correlación en este tipo de empresas. En la primera parte se presentó una revisión bibliográfica utilizando variantes: CV, innovación social y RSE enfocada a las PYMES. Palabras clave: valor compartido; innovación social; Pequeñas y medianas empresas. acercamiento estratégico. 1- Introducción Desde que se acuñó el término (RSE) a principios del siglo XX, los directorios y empresarios han comenzado a comprender los beneficios que surgen dentro de equipos cercanos a la empresa más que a los accionistas (Frederick, 1994).

Acuña et al. (2022) señalaron que los consumidores son un grupo estratégico, debido a la capacidad de acceso a la información, es más exigente e importante para la gestión de la organización. Sin embargo, en comparación con este estudio, los supermercados son grandes cadenas nacionales e internacionales que brindan una amplia gama de servicios y venden una amplia gama de productos. El presente artículo tuvo como objetivo conocer la percepción de los consumidores de cadenas de supermercados sobre la RSE en una ciudad del Centro y Sur de Chile. Por lo tanto, se utilizó un enfoque cuantitativo, se desarrolló un análisis factorial exploratorio, se manejó un análisis de diferencia de medias y un análisis de cohortes. Entre los resultados, existieron diferencias significativas entre los diferentes grupos y, en su mayoría, los consumidores ven a los supermercados como lugares socialmente responsables.

Amato et al. (2021) indicaron en su artículo que tuvo como objetivo comprender la evolución de la estructura de RSE y la sostenibilidad empresarial bajo diferentes modelos de investigación de gestión, así como las tensiones actuales y potenciales. La metodología desarrollada fue una revisión de documentos. El estado convergente de los conceptos, lo que dificultó su lectura debido al avance de la investigación y la crítica constructivista (estudios de viabilidad, profecía autocumplida, invisibilidad) de estos conceptos participantes y la reproducción del patrón capitalista de producción y consumo), un resultado sorprendente. Las perspectivas de investigación futuras incluyeron la exploración de cada estructura individual, la incorporación de otras teorías, principios en el análisis y la incorporación de conocimientos únicos.

Macchione et al. (2021) detallaron que estos casos fueron analizados a partir de las conferencias y prácticas de (RSE), con el objetivo de exponer la brecha entre los altos estándares de RSE empresarial y otros grandes estándares multinacionales del sector minero, que coexisten con muchos estándares ambientales y luchas sociales. El análisis expuso que las prácticas de la empresa no se alinean con la argumentación de la RSE y que, a pesar de su ejecución responsable y ejemplar, la reproducción de la injusticia ambiental es, de hecho, un comportamiento irresponsable de la organización.

Lira et al. (2022) indicaron que el objetivo de su trabajo fue describir las percepciones de los estudiantes universitarios sobre la RSE desde el punto de vista de las habilidades sociales y emocionales, donde se aplicó una herramienta cuantitativa. Se determinó la consistencia interna del instrumento y, al mismo tiempo, se realizó un análisis factorial exploratorio para probar más a fondo las diferencias estadísticamente significativas. A partir de los resultados, se ubicó que la RSE hacia la percepción de los estudiantes universitarios incluían aspectos de respeto y dignidad, ciudadanía y participación, sociedad responsable de derechos y libertades humanas. Por otro lado, fue necesario considerar variables de control que contribuyeron potencialmente. Finalmente, fue necesario comparar las percepciones de los diferentes grupos de interés que conformaron las comunidades educativas.

Neyra et al. (2021) señalaron a principios de 2019 junto a un equipo de investigadores y activistas de todo el mundo, creando un mapa objetivo basado en el Mapa de Justicia Ambiental Global. En este artículo, estos temas fueron analizados a partir de las conferencias y prácticas de (RSE), con el objetivo de exponer la discrepancia entre los altos estándares de una empresa y las de otras grandes corporaciones multinacionales del sector minero, que conviven con muchas luchas ambientales y sociales. El análisis manifestó que la actuación de la empresa es inconsistente con su discurso de RSE y que, incluso con su actuación responsable y ejemplar.

Cagica et al. (2021) enfatizaron que el objetivo de su trabajo fue establecer una comparación entre las áreas metropolitanas de Lisboa y Oporto en cuanto a la

difusión de información de RSE que realizaron las administraciones locales a través de los portales web. Para ello se realizó un análisis de contenido aplicando las métricas previamente probadas en otros territorios. Los resultados mostraron que en general, las administraciones locales de ambas áreas metropolitanas han desarrollado políticas específicas de responsabilidad social que demostraron el mismo compromiso con la sostenibilidad, aunque el área metropolitana de Lisboa parecía estar más comprometida con la información ambiental.

Arredondo et al. (2021) indicaron en su estudio del caso de una empresa para haber comprendido la responsabilidad social y el análisis de la cadena de valor a partir de 31 prácticas típicas de la cadena de suministro desarrolladas por el Foro Económico Mundial (2015). Propuesto, desde el triple punto de vista del beneficio mutuo: beneficio, medio ambiente y desarrollo de la economía local. Se trató de una investigación cualitativa con enfoque descriptivo de estudio de caso. El objetivo del trabajo fue monitorear el impacto de las operaciones logísticas internacionales en la exportación mexicana de las PYMES, y analizar su importancia económica para el desarrollo sustentable del país. Aspectos sociales, económicos y ambientales. Los resultados mostraron una ventaja competitiva en la diferenciación de productos según el concepto de valor compartido de Porter y Kramer (2002). Según el modelo de conjunto de instituciones políticas, que determinaron el nivel de productividad de un país (WEF) el arquetipo es el humanismo liberal, ya que enfatizó los valores de la empresa en un 65% y tuvo en cuenta los aspectos sociales y ambientales en un 35%. Sin embargo, los efectos de la cadena de suministro debían minimizarse si se quería identificar a la organización como una empresa socialmente responsable.

Nogueiras et al. (2018) presentaron que, para realizar programas comunitarios se tuvo que considerar la existencia de diversos servicios previamente como la agricultura, nutrición, educación, artesanías e industrias pequeñas; de este modo se pudo adaptar a las circunstancias creadas para tomar iniciativa y decisiones posteriores. Señaló también que fue un proceso de transformación de una comunidad generando identidad al expresarse por las necesidades, junto a esto comentó que era necesario reconocer las necesidades del porque se está participando, basándose a hechos; también porque se modificó el conocimiento en

base a lo que se desea obtener en conjunto y por último generó procesos de aprendizaje de una forma más creativa.

Pascual et al. (2019) apuntaron, para que se desarrolle un plan comunitario se tuvo que partir de un problema global social teniendo la complejidad definida e identificada adecuadamente, de este modo se pudo dar respuestas que exigía el análisis y eliminando las limitaciones que se presentaron ante algún hecho. Mencionó también que las comunidades son fruto de diversas interacciones dentro de un espacio geográfico existiendo así relaciones o interacciones de convivencia, de trabajo, de valores, etc. En ocasiones la falta de adaptación a tomar decisiones es fundamental ya que previamente el ser capacitado es de suma importancia.

Villa et al. (2017) trazaron que la comunidad es un sistema social y se debería de manejar como un modelo teórico para luego volverlo dinámico a su vez, integró a cada uno de los miembros como sociedad organizándolas y creando identidad ante cualquier acción a realizar como agentes sociales generando transformación. El desarrollo se basó también en una muy buena coordinación entre las instituciones externas con los involucrados dentro de un territorio, es así que ante cualquier suceso ambas partes se podían sentir respaldadas. Los participantes debatían temas importantes a tratar para quedar en consenso y así priorizar el desarrollo en conjunto ante cualquier adversidad.

Estrada et al. (2021) indicaron que las personas dentro de una comunidad representaban espacios colectivos en donde los miembros podían contribuir a las actividades socioculturales, agrícolas y ambientales. El propósito dentro de la investigación fue comprender mejor las prácticas de ecología cívica en el entorno urbano de la ciudad de San Juan, Puerto Rico a partir de las experiencias dentro de algún espacio; usando un diseño de estudio cualitativo de múltiples ilustraciones de caso (tres jardines) utilizando variadas estrategias de recopilación de datos: entrevistas semiestructuradas con los administradores de jardines y los participantes. Además, se realizaron análisis temáticos teóricos o inferenciales que permitieron analizar y desarrollar los temas. El análisis se realizó en el marco de la ecología cívica, sustentado en los conceptos de justicia ambiental urbana y los jardines comunitarios como edificaciones urbanas comunes. Entre los resultados

más relevantes, destacó que los huertos comunitarios en San Juan, Puerto Rico, surgieron como respuesta a eventos de exclusión social y territorial que generaron vacíos urbanos y se enfocaron en la solución de problemas sociales, realizando ciertos aportes al entramado comunitario.

Rivera et al. (2020) manifestó que en las últimas décadas, la investigación a través de estrategias pedagógicas dirigidas al desarrollo cuya necesidad era de apoyar el aprendizaje en este caso de los participantes dentro de un espacio establecido, en el estudio se investigó si se pudiera implementar cuatro estrategias que tengan impacto social en la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedra. Se usó un enfoque mixto con un diseño semiexperimental para un solo equipo. Los participantes (n = 26) fueron expuestos a las siguientes actividades: talleres de metacognición, resúmenes de evaluación, diarios de reflexión integrados y un cuestionario de apertura para actividades grupales. Se analizó la información recopilada a través de un triángulo metodológico entre los métodos y se utilizó la perspectiva histórico-cultural del marco conceptual. Estas actividades demostraron ser una buena herramienta para ayudar en la capacidad de realizar un seguimiento consciente del progreso. Además, los resultados indicaron que los estudiantes que participaron en estas actividades con fines metacognitivos puntuaron más alto en el curso. Estos resultados ilustraron la posibilidad de dotar a los estudiantes ingresados en una institución de educación superior de las habilidades y herramientas para orientar su aprendizaje adaptándose a los requerimientos del nuevo contexto educativo.

Arango et al. (2019) mencionó que la psicología como profesión y disciplina en Colombia ha evolucionado de manera desculturizada, ignorando los grandes y graves problemas sociales que afectan alguna cultura. Ante esta situación, un movimiento profesional de psicólogos comunitarios se agrupó para desarrollar una estrategia de acción cibernética denominada Expedición Psicosocial Colombiana, dirigida principalmente a romper el individualismo, la individualidad y el aislamiento en la práctica profesional y haber podido dar los primeros pasos para la acción colectiva, construyendo comunidad entre psicólogos e iniciando una conversación sobre la comprensión psicosocial de la realidad colombiana. En este contexto, se

realizó este estudio con el objetivo principal de desarrollar una caracterización participativa de la problemática psicosocial colombiana desde el saber de la psicología comunitaria de los últimos 20 años. Al respecto, se analizaron 31 publicaciones a partir de sus orientaciones teóricas y propuestas metodológicas, logrando identificar aportes al campo de la psicología comunitaria. Este documento pretendió ser una referencia bibliográfica en la formación académica de los psicólogos comunitarios en Colombia. Intentó reconocer las principales contribuciones al desarrollo de este campo del conocimiento y estableció los avances en los proyectos de investigación realizados en los últimos años.

Bravo et al. (2021) señalaron que, en el campo de la gestión el concepto de resiliencia comunitaria impulsó una serie de estudios enfocados a conceptualizar, medir y definir los pilares de este proyecto. El estudio tuvo como objetivo caracterizar aspectos de la resiliencia comunitaria ante la amenaza de una falla geológica activa en el piedemonte de Chile metropolitano. Se aplicó un cuestionario a 3 líderes sociales de Peñalolén; luego, se realizó un análisis estadístico de 27 ítems cerrados y un análisis temático cuantitativo de 3 ítems abiertos. Los resultados indicaron cinco dimensiones claves de la resiliencia comunitaria: gobernanza, evaluación de riesgos, conocimiento cultural y educación, gestión de riesgos y reducción de la vulnerabilidad, y estrategias organizacionales para la preparación y respuesta ante desastres. Se discutió la importancia de estos aspectos comunitarios en el contexto de vulnerabilidades crónicas y superpuestas, mientras se enfatizó la necesidad de desarrollar mejores medidas institucionales para la prevención, preparación y respuesta ante desastres.

Con la intención de fortalecer a los antecedentes previamente investigados, así como el presente trabajo se reportó mediante el **enfoque teórico** para la RSE la teoría de Carroll en 1991 que plantea cuatro clases de responsabilidades sociales enfocado a las empresas como vista de forma piramidal, estas son: económicas, legales, éticas y filantrópicas. Entendiendo como económicas la producción de bienes y servicios que los consumidores demanden, en las legales el cumplimiento de la ley que regulen las reglas básicas en base a como los negocios vienen operando, en la parte ética señala la obligación de realizar lo correcto, justo y

razonable en sociedad, y las filantrópicas que comprenden en acciones corporativas en relación con la expectativa social sobre la buena ciudadanía corporativa. Por otro lado, en el **enfoque teórico** planteado por parte de Marco Marchioni en 1987 como planificación social y organizativa en referencia al desarrollo comunitario basándose en una expresión de organización de la comunidad y teniendo en cuenta las condiciones y diferentes situaciones actuales, pero diferenciando los hechos en primera instancia. También hace énfasis si se quiere observar un verdadero cambio o contar con participación de las personas interesadas, los individuos deben de presentar autodeterminación en el camino y en las acciones que realicen.

Detallando el primer elemento respecto al enfoque teórico de la primera dimensión en la RSE se tiene el involucramiento social; por parte de la organización y los vecinos del sector deben de compartir objetivos trazados y así favorecer a ambas partes. Como segunda dimensión la concientización juega un papel importante a tal punto que se convierte en un valor, ya que es un pilar en cada acción del día a día. como tercera dimensión se menciona a la repercusión en la sociedad, el cual las acciones podrían tener un impacto positivo teniendo otro enfoque como sociedad. Así mismo se menciona la segunda variable la cual es desarrollo comunitario, como primera dimensión tenemos los objetivos en común la cual marca la diferencia entre un simple grupo de personas y un verdadero equipo. Tener un objetivo claro y definido es lo que cohesiona y da rumbo al mecanismo, seguidamente de la segunda dimensión la proactividad a la participación, poder estar pendiente a los acontecimientos que sucedan en la comunidad y de este modo anticiparse a posibles hechos que podrían ocurrir, y finalmente como tercera dimensión promover la sostenibilidad, poder mantener en el tiempo la cultura organizacional y los valores que la empresa tiene con su comunidad, de este modo ser de buena referencia ante los vecinos del sector.

Por otro lado, en la variable RSE el **enfoque conceptual**, Wulf (2018) señala que se ha convertido en uno de los conceptos más importantes y significativos en la gestión moderna, esto da a entender que los gerentes hoy en día no solo son responsables de las áreas en la organización sino también con lo externo que esté

aconteciendo.

Así mismo para Barrio (2019) indica en un marco conceptual que la RSE a nivel mundial ha marcado muchos cambios que empresarialmente ha llevado a inclinarse favorablemente hacia la ética promoviendo prácticas de diferentes tipos de organizaciones que a su vez en conjunto marcan una pauta y se proyectan mucho más favorable.

De igual modo para Elasrag (2017) conceptúa y resalta la congruencia que existe entre la RSE y la justicia ya que predominan perspectivas bases para poder ser desarrollado en la práctica, señala también que es individual y colectiva a través del tiempo.

Teniendo por otro lado, en la variable desarrollo comunitario definido por Velasco (2018) detalla que la palabra comunidad tiene un significado diferente según el contexto que sea usada, pero que también existen muchos elementos en común, ello es reflejado en las coincidencias que tienen como conjunto al momento de proponer ideas, intercambios culturales a favor del espacio donde ellos radican. Así mismo Pascual (2005) relata que relacionarse de forma personal en un determinado territorio con diferentes puntos de vista es una manera de poder llegar a acuerdos y acciones favorables para todos. Dichas acciones se ven reflejadas en objetivos que deseen alcanzar como grupo y trabajo en equipo fortaleciendo ideas y sobre todo creando participación entre ellos. Por otro lado, Nieves (2004) indica que los valores que puedan existir dentro de una comunidad mencionando algunas como la solidaridad, el buen convivir y la toma de conciencia potencia las capacidades de la comunidad desarrollando así capacidades sociales, ya que aplicándolas las metas pueden ser más fáciles de ser alcanzadas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El **enfoque** del estudio fue cuantitativo, pues se pretendió analizar la relación entre las variables responsabilidad social empresarial y el desarrollo comunitario, utilizando como herramienta de evaluación el cuestionario, de esta forma se pudo procesar la información recolectada a la población que ha sido seleccionada. Gómez (2006) Menciona que la investigación cuantitativa se basa en la recopilación y el análisis de datos para responder preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, confiar en la medición, el conteo y el uso de estadísticas para intentar establecer muestras precisas en una población. Como ejemplo se tiene al censo, que adopta un enfoque cuantitativo para el estudio demográfico de la población de un país.

El **método** de la investigación fue el hipotético deductivo, debido a que las afirmaciones actuaron como hipótesis general y se plantearon tres hipótesis específicas, las cuales fueron corroboradas por inferencia para llegar a la conclusión y contrato de evento. Cegarra (2009) menciona que es el camino más viable para poder encontrar soluciones a los problemas planteados, ya que trata de emitir hipótesis en base a las soluciones que pueden ser aplicadas al problema existente.

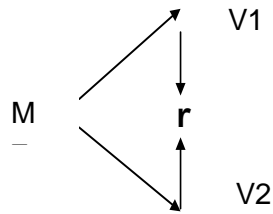
El **tipo** de la investigación fue de tipo aplicada porque se recopilaron sucesos y acciones sin alterar los resultados en el contenido, de este modo se pudo conocer la relación existente. Baena (2014) menciona que la investigación sería posible, si se aportaran nuevos hechos, si se planificara adecuadamente la propuesta de investigación a aplicar, para dar confianza en los hechos descubiertos, de tal manera que esta nueva información pueda ser útil y valiosa.

El **nivel** de la investigación fue correlacional ya que se buscó conocer el nivel de relación entre la variable responsabilidad social empresarial y el desarrollo comunitario. Reguera (2011) señala qué se pretende y como se vincula, también cómo se relacionan muchos fenómenos entre sí o no se relacionan.

El **diseño** fue no experimental debido a que no existió ningún tipo de alteración en las variables del informe. Toro (2007) Hace referencia que el diseño no experimental es aquella que se ejecuta sin manipular las variables, es decir no

hacer variar las variables independientes, lo que hace la investigación no experimental es observar tal cual su contexto natural.

El gráfico del diseño fue el siguiente:



Dónde:

M → Muestra

V1 → Responsabilidad social empresarial

V2 → Desarrollo comunitario

A si mismo la recopilación de datos fue de **corte** o forma transversal ya que se realizó en una sola ocasión.

Díaz (2010) señala que los planes transversales se encargan de recopilar datos en un momento determinado. El propósito es describir las variables, analizar de donde viene la incidencia y cualquier interrelación que pueda existir, pueden ser estudiados más de un grupo como objetos de investigación.

3.2. Variables y operacionalización

En la investigación se describieron las variables (1) responsabilidad social empresarial y (2) desarrollo comunitario. A continuación, se dio paso a definir las variables de forma conceptual, operacional, indicadores y la escala de medición a desarrollar (ver anexo 1).

Variable 1: Responsabilidad Social empresarial

Definición conceptual

Wulf (2018) determina que la RSE se ha convertido en uno de los conceptos más importantes y significativos de la gestión moderna. Esto significa que los gerentes de la empresa y los propietarios no solo son responsables de la gestión de las finanzas y aspecto legales de su actividad, sino que en algunos aspectos también

son responsables de la sociedad como un todo. De este modo generar involucramiento ante la sociedad con acciones ecológicas que deben tener presente.

Definición operacional

La variable RSE fue medida mediante las dimensiones (a) involucramiento social, (b) concientización, (c) repercusión en la sociedad con escala de medición ordinal.

a) Involucramiento social

Belair (2010) detalla que se enfocan en los intereses, no en las posiciones, se involucran también las soluciones, se crean opciones que generen ganancias mutuas o beneficios para todos.

Indicadores

Intervención en el medio ambiente

Terazon (2001) señala que, las acciones anticipadas minimizan los impactos provocados en el medio, esto se ve reflejado por parte de la organización y la comunidad trabajando conjuntamente.

Inclusión directa

Frickmann (2014) menciona que, para poder desarrollar las relaciones sociales y ambientales, con mucha responsabilidad y teniendo en claro la preservación del ambiente como comunidad todo debe de ser reciproco.

Acciones en el ámbito comunitario

Lillo (2004) menciona que, las acciones entre los vecinos y la empresa deben de llevar una adecuada convivencia, reforzando vínculos y no abandonando a nadie de este modo promover las capacidades de acción.

b) Concientización

Leff (2002) indica que es la convicción de una persona, organización, grupo o una sociedad entera, de que los recursos naturales deben protegerse y usarse

racionalmente en beneficio del presente y el futuro de la humanidad.

Indicadores

Convicción en la sociedad

Begoña (2005) destaca que, la convicción como sociedad hace resaltar la ética para alcanzar los propósitos como organización y sociedad ya que se debe de trabajar en conjunto, sobre todo desarrollándose en un ambiente transparente.

Protección de los recursos

Barboza (2005) precisa que, todas las personas involucradas en el sector donde se desarrollan las actividades tienen derecho del uso y goce de los recursos naturales, pero a la vez se tiene que usar de una forma equilibrada y adecuada para su desarrollo y preservación.

Comportamiento ecológico

Fraj (2002) manifiesta que, al momento de hablar del comportamiento ecológico se definen acciones que se pretenden preservar y conservar a futuro de los diversos recursos.

c) Repercusión en la sociedad

Nadal (2007) Menciona cuando algo se hace extenso y llega a las personas con un fin favorable y sobre todo la información suele llegar de forma muy clara con un objetivo como sociedad causa un buen impacto.

Indicadores

Acción humana en la sociedad

Desiato (2000) destaca que, la buena acción de los habitantes de cada zona con los de la organización, lleva a cabo poder enfrentar y sobre todo resolver problemas aplicando soluciones oportunas.

Impacto en la sociedad

Kvam (2018) precisa que, las consecuencias que haya a futuro serán resultado de la planificación oportuna o inoportuna de parte de todos los involucrados de la zona, las acciones deben de tener una repercusión favorable para así ser mantenida en el tiempo.

Fines ecológicos

Colmeiro (2006) indica que se desarrollan en base al uso adecuado de los recursos y orientados en prácticas responsables en el entorno, de este modo tener resultados oportunos.

La **escala de medición** fue aplicada de forma ordinal ya que se usó un instrumento del tipo Likert.

Variable 2: Desarrollo comunitario

Definición conceptual

Velasco (2018) menciona que la comunidad tiene muchos significados diferentes según el contexto en el que lo utilicemos, pero también muchos elementos en común; ello se refleja en las coincidencias que tienen en conjunto por interés como sociedad. Las empresas hoy en día deben de tener muy en claro que el desarrollo comunitario los involucra de forma directa.

Definición operacional

La variable desarrollo comunitario fue medida mediante las siguientes dimensiones: (a) objetivos en común, (b) proactividad a la participación, y (c) promover la sostenibilidad, con número de ítem de escala de medición ordinal.

a) Objetivos en común

Pousa (2007) Señala es lo que marca la diferencia entre un simple grupo de personas y un verdadero equipo. Tener un objetivo claro y definido es lo que cohesiona y da rumbo al grupo.

Indicadores

Control ambiental

Bosch (2009) Indica que ambas partes tienen que estar al momento de realizar actividades y no siendo ajenos con todo lo que les compete, teniendo en cuenta lo desfavorable que podría ser si no hubiera un adecuado control.

Participación activa

Aguilar (2001) destaca que los diálogos constructivos se ven reflejados en la participación de los vecinos y la organización de la zona, los resultados que se pretenden alcanzar son de inclusión como comunidad.

Integración de los planes

Arrieta (2007) comenta que los planes elaborados deben de ser ejecutados en conjunto, de este modo que exista conocimiento de acciones favorables en la zona.

b) Proactividad a la participación

Unesco (2018) indica que estar pendiente a los acontecimientos que sucedan en la comunidad, es anticiparse a posibles hechos que puedan acontecer y de este modo ser contrarrestados de manera oportuna.

Indicadores

Estimular los sectores vinculados

Campins (2007) alude que los sectores que figuran como parte de la organización, deben de sentirse incluidos y motivados de trabajar en conjunto esto se logra con ideas claras.

Autogestión de comunidades

Romero (2000) menciona que este enfoque es integral como vida en la sociedad, de este modo se hace extensiva a todas las dimensiones de vida social y económica.

Coordinación de acciones

Montenegro (2006) hace referencia que todas las personas que se encuentran en el grupo participativo del trabajo como conjunto, pertenecen a una cadena de tareas entre sí.

c) Promover la sostenibilidad

Lizarzaburu (2002) resalta que para poder mantener en el tiempo la cultura organizacional y los valores que la empresa tiene con su comunidad, primero tiene que ser buen vista por todos.

Indicadores

Desarrollo sostenible

Cervantes (2005) señala que satisfacer las necesidades del presente considerando no alterar las del futuro, es un modo que las comunidades puedan acceder al desarrollo social y económico.

Contribución en la sociedad

Dykinson (2020) menciona que es fundamental que la organización y personas de algún lugar predeterminado de forma directa o indirecta apliquen acciones correctivas en todo momento.

Manejo eficiente de recursos

Sepúlveda (2004) resalta que un adecuado manejo de los recursos en el presente puede permanecer y generar un futuro sostenible a diversas generaciones.

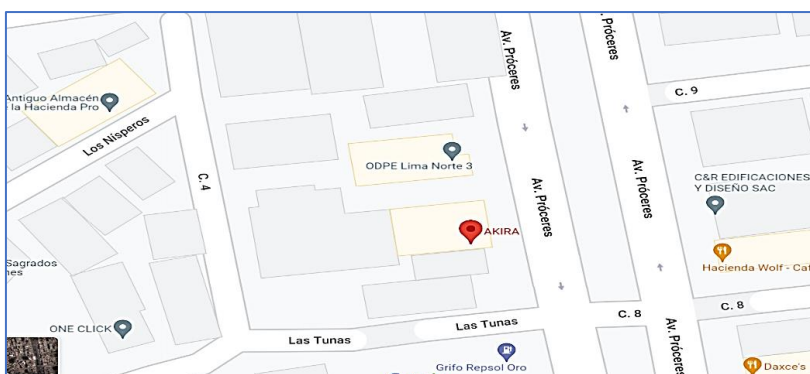
La **escala de medición** se aplicó fue de forma ordinal ya que se usó un instrumento con escala tipo Likert. La **unidad de análisis** fueron todas las viviendas de la zona (manzana) donde se encuentra la organización y los vecinos respondieron a las preguntas con relación a los ítems de las variables estudiadas.

3.3. Población

Banguero (2016) apunta que la población está constituida por individuos que presentan y tienen casi las mismas características que se desean estudiar. En la presente investigación se tuvo como población a todas las viviendas de la urbanización puerta de pro segunda etapa aledaño a la fábrica de merchandising la cantidad de hogares dan un total de 68 viviendas que fueron censadas. Para la población objetiva se decidió trabajar con el 100% determinada en la investigación, ya que se consideró que la cantidad total es adecuada para ser debidamente procesada. Gallego (2009) señala que es posible trabajar con una población o universo cuando se conoce el número de individuos que la componen en otras palabras se puede usar el termino finito. **Por inclusión** se consideró a todos los hogares aledaños a la empresa que se encuentran dentro de la urbanización segunda etapa de pro. Morales (2001) menciona que el criterio de inclusión determina que tanto podrían ser generalizados los resultados del estudio realizado. De tal modo **por exclusión** no se consideró a todos aquellos hogares que algún familiar haya trabajado en la organización. Ruiz (2008) señala que la exclusión se considera cuando el sujeto no cumple con los criterios que se consideran al momento de ser incluidos, es decir todo lo opuesto. La **unidad de análisis** del presente informe fueron hombres, mujeres y jóvenes adultos que vivían en la urbanización puerta de pro segunda etapa, donde la empresa cumple labores.

Figura 1

Ubicación geográfica de la empresa en la urbanización



Nota: En la imagen se muestra la ubicación exacta de la organización aledaño a la urbanización puerta de pro segunda etapa. <https://www.google.com.pe/maps/place/AKIRA/@-11.9457201,-77.0779008,19.85z/data=!4m5!3m4!1s0x9105d1d3bb17b717:0x817f5d1cc0211d3!8m2!3d-11.945863!4d-77.0775099?hl=es-419>

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La **técnica** que se desarrolló en el presente trabajo fue la encuesta teniendo en consideración que el diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal, de este modo se pudo recopilar datos por medio de un instrumento como lo es la encuesta debidamente diseñada para desarrollar la investigación. Sordo (2020). Explica que esta herramienta debe contar con un conjunto de preguntas relacionadas con las variables de objeto de estudio, Martínez (2014) indica que las encuestas son muy pertinentes en base al objetivo de alguna investigación.

El **instrumento** que se seleccionó para la investigación fue el cuestionario, ya que se aplicó de forma individual para cada variable. Martines (2012) señala que es la forma y técnica más utilizada ya que de este modo se puede recoger información valiosa llegando a conocer detalles muy bien buscados. Cabe resaltar que el instrumento debe de plantear las variables como forma de pregunta para de este modo puedan ser bien entendidas al grupo de estudio.

El cuestionario que se empleó en la investigación fue constituido con la escala tipo Likert, compuesto por ítems que medirán la variable RSE y desarrollo comunitario, los ítems presentan tres alternativas de respuesta (1) Nunca, (2) A Veces, (3) Siempre, de este modo se conoció y se pudo determinar la cobertura de los objetivos que se plantearon en esta investigación. La encuesta tuvo la siguiente escala genérica de (1) Nunca, (2) A Veces, (3) Siempre, como se aprecia en la tabla 1:

Tabla 1
Puntuación de ítems en la escala tipo Likert

PUNTUACIÓN	DENOMINACIÓN	INICIAL
1	NUNCA	N
2	A VECES	AV
3	SIEMPRE	S

De este modo, la autenticidad del cuestionario en referencia al proyecto fue corroborado y validado mediante el juicio de expertos, quienes pudieron revisar y

opinar en razón a la estructura de cada ítem para encontrar la coherencia, pertinencia y relevancia. Así se obtuvo el listado de expertos para la validación del instrumento y se pueda medir acorde a las variables de la investigación.

Respecto a la confiabilidad del instrumento, se determinó mediante la prueba piloto y seguidamente los resultados fueron procesados mediante el software estadístico SPSS versión 22 y el software de aplicación Microsoft Office Excel, los cuales son programas con mayor utilidad en el ámbito de la investigación. La importancia que resalta señalando los beneficios son el cálculo exacto de los números evitando así los redondeos imprecisos, a su vez trabaja ágilmente grandes proporciones de datos y permite obtener resultados en un tiempo muy corto.

Así mismo, obteniendo los datos pudieron ser calculados en base a la confiabilidad del instrumento mediante el estadístico Alfa de Cronbach. Sánchez (2009) señala que es un instrumento de alta confiabilidad y sobre todo comprensible y fácil de utilizar, de este modo crea un respaldo necesario en base a los resultados que se podrían obtener. Cabe señalar que los valores de la prueba del Alfa de Cronbach se encuentran entre el parámetro del 0 a 1, cuando se realizó el análisis del cuestionario presentado los resultados que se encontraron más cerca de 1, por consecuencia los ítems se encontraron más correlacionados. De acuerdo con los rangos de correlación del coeficiente del Alfa de Cronbach presentados.

En síntesis, las variables analizadas mediante el software de aplicación Microsoft Office Excel, comprobó que el instrumento de recolección de datos obtuvo un valor de 0,74 para la variable responsabilidad social empresarial y 0,66 para la variable desarrollo comunitario (ver anexo 3), lo cual según el baremo de estimación para medir el nivel de confiabilidad propuesto por Hernández (2017) resultó que es de excelente confiabilidad par ambas variables.

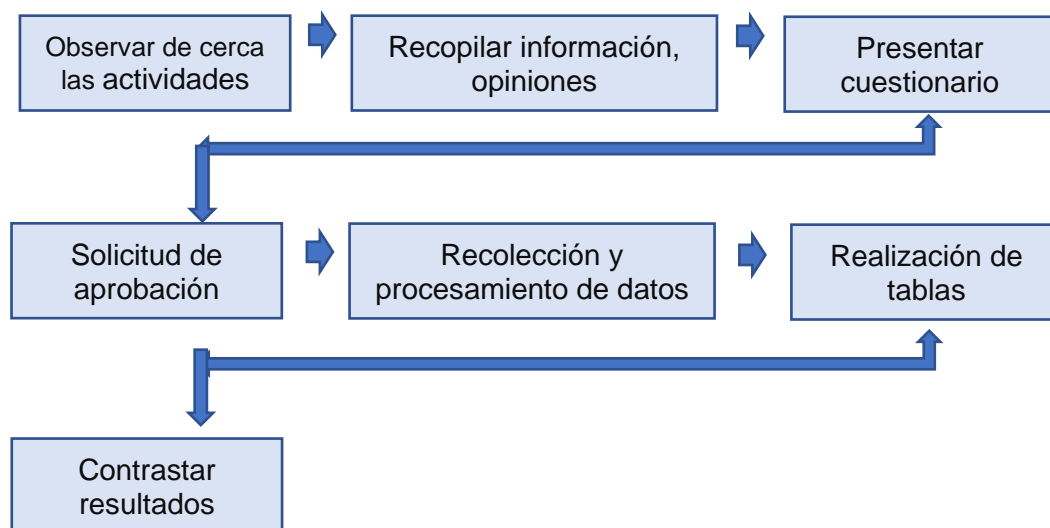
3.5. Procedimientos

Para poder realizar el procedimiento se observó el desarrollo de las actividades de la organización en mención más de cerca haciendo un contraste de opiniones con los vecinos del lugar y recopilando información en estas conversaciones, posterior a ello se procedió a poder presentarles el cuestionario elaborado durante la ejecución de este proyecto dirigido a personas profesionales, con grados

superiores, cabezas de hogar, enfocados a la línea de investigación que se ha planteado en este propósito, con el fin de obtener validez en dicho cuestionario. Tras la validación se pudo solicitar la futura aprobación del proyecto por las autoridades pertinentes de la escuela de Pre-Grado de la Universidad Cesar Vallejo. Seguidamente inició la recolección de datos de los vecinos en la zona aledaña, cuando se obtuvo la cantidad de datos que se requerían se pudo proceder mediante el programa SPSS versión 22 la realización de las tablas oportunas para su contraste con las hipótesis propuestas en la búsqueda.

Figura 2

Esquematización del procedimiento



3.6. Método de análisis de datos

Luceño (2015) alude que el método estadístico es un estudio de datos muestrales donde existen variables uni y bidimensionales, también se pueden usar los siguientes métodos: Tablas, gráficos y estadísticos. Así mismo señala que es un mecanismo para poder ubicar datos importantes a través de lo que llama modelos o conjuntos básicos.

Para poder analizar los datos se aplicó la estadística descriptiva, de este modo ayudó a poder interpretar los resultados de la recopilación a través de las encuestas; la información fue trabajada en el programa MS Excel donde se trasladaron los datos a tablas de frecuencia gráficas para poder darle un adecuado

análisis e interpretación. Por otro lado, para poder desarrollar el nivel inferencial se trabajó un análisis correlacional a través del manejo de la prueba no paramétrica de correlación de Spearman, de este modo se pudo corroborar las hipótesis planteadas. En su ejecución de la prueba se logró conocer si existe o no relación entre las variables estudiadas, así como también el grado de relación que existe, si es que se llegase a encontrar una relación significativa entre ambas.

Estadística descriptiva

Fernández (2009) señala que los caracteres del elemento facilitan información, dependiendo si los datos son cuantitativos o cualitativos son clasificados como variables y atributos según sea el caso. Se elaboró tablas de frecuencia para poder determinar la relación de las variables de estudio.

Estadística Inferencial

Solano (2017) hace referencia para observar una muestra en lugar de una población se recoge toda la información posible ya que es un análisis tedioso pero completo. Se buscó definir la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario en base a una organización de merchandising, para ello se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman, de tal modo se determinó una relación favorable.

3.7. Aspectos éticos

Resolución Rectoral N°760 UCV (2007) dentro de los principios de ética de investigación que menciona dicha resolución y son aplicados en este informe resalta la **autonomía** ya que los participantes en la investigación tienen el libre derecho de poder elegir su participación o retiro al momento que ellos lo requieran, así mismo el **cuidado del medio ambiente y biodiversidad** ya que se asegura el cuidado de la naturaleza, teniendo respeto por los demás y el ecosistema, también la **integridad humana** ya que sobre todo interés se prioriza al ser humano a pesar de su estatus social o económico, etc. Finalmente, la **libertad** ya que este factor en la investigación se desarrollará de forma libre e independiente de algún interés económico, político, religioso o de algún otro tipo.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

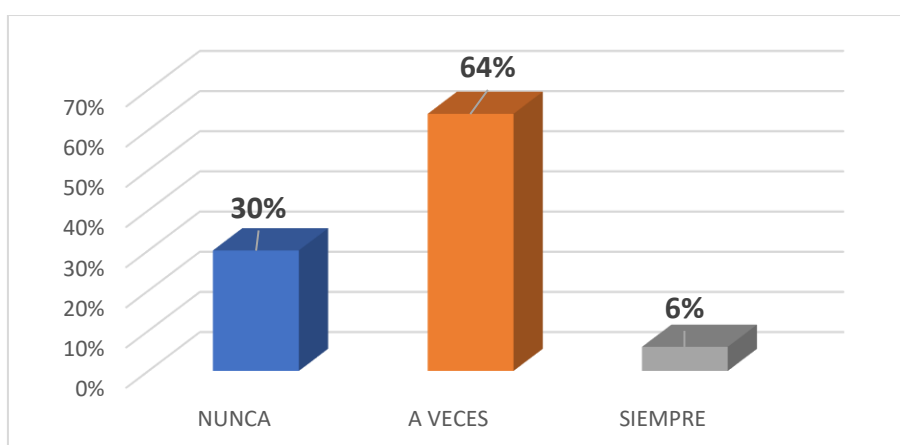
Tabla 2

Nivel de involucramiento social en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
N	60	30%	30%	30%
AV	131	64%	64%	94%
S	13	6%	6%	100%
TOTAL	204	100%	100%	

Figura 3

Nivel de involucramiento social en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022



Interpretación

El 64% de los encuestados manifestó que A Veces (AV) la empresa contribuye con el mantenimiento de las áreas verdes en el lugar; mientras que el 30% manifestó que Nunca (N) la empresa contribuye de forma voluntaria con los recursos solicitados y; un 6% refirió que Siempre (S) la empresa ha dado empleo a las personas que se encuentran en edad para laborar dentro de la comunidad. Ucín (2016) indica que la RSE podría ser una fuente generadora de muchos beneficios y de creación de valor a un largo plazo, esta mentalidad y política deben de

aplicarlas los directivos de las empresas. Para aumentar el nivel de aceptación, la empresa debe de contribuir de forma directa con los vecinos mediante actividades favorables, asimismo si está en sus posibilidades poder brindar empleo a quien lo necesite; de este modo disminuirá un (94%) la imagen no tan aceptable que tiene hasta el momento, mientras que los encuestados que si están conformes aumentará hasta llegar al 100%

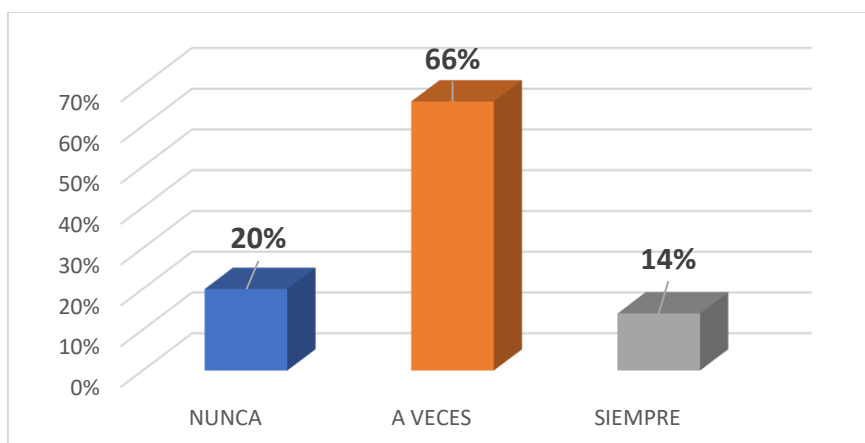
Tabla 3

Nivel de concientización social por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
N	42	20%	20%	20%
AV	134	66%	66%	86%
S	28	14%	14%	100%
TOTAL	204	100%	100%	

Figura 4

Nivel de concientización social por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022



Interpretación

El 66% de los encuestados manifestó que A Veces (AV) los productos que comercializa la empresa son ecológicos; mientras que el 20% manifestó que Nunca (N) la empresa difunde por medio de charlas u otras actividades en consideración

al medio ambiente y; un 14% refirió que Siempre (S) la empresa realiza sus actividades sin generar disturbios para la comunidad. Linares (2001) señaló que la concientización empresarial parte de la empatía en conjunto, así medir cuanto bien y que acciones se plantean para mejorar. Si la organización elabora productos ecológicos e implementa un rol y actividades referente al respeto ambiental, la percepción de los vecinos cambiaría favorablemente por lo que esta disminuirá (86%), mientras que el 14% de encuestados que se encuentran en el punto intermedio aumentará hasta llegar al 100%.

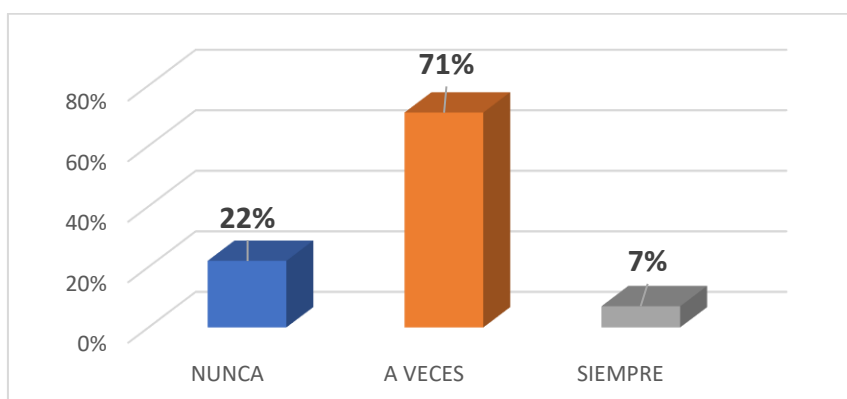
Tabla 4

Nivel de repercusión en la sociedad por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
N	45	22%	22%	22%
AV	145	71%	71%	93%
S	14	7%	7%	100%
TOTAL	204	100%	100%	

Figura 5

Nivel de repercusión en la sociedad por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022



Interpretación

El 71% de los encuestados manifestó que A veces (AV) la empresa oportunamente acopia los desechos de su producción para ser recogidos; mientras que el 22% manifestó que Nunca (N) han observado de la empresa que conserve los recursos

agotables y; un 7% refirió que Siempre (S) logran observar que la organización recicla productos y los comercializa para contribuir con el medio ambiente. López (2011) resaltó que la repercusión en la sociedad se basa en hechos importantes que trascienden como oportunidades de accesos abiertos. Si la empresa elabora un horario de acopio diario, como respuesta la repercusión sería de alto impacto ya que esto cambiaría la percepción de los vecinos, asimismo incluyen técnicas para conservar los recursos por lo que el número de encuestados que no logran tener aún una buena impresión es (93%), mientras que el 7% de encuestados que se encuentran conformes aumentará hasta llegar al 100%.

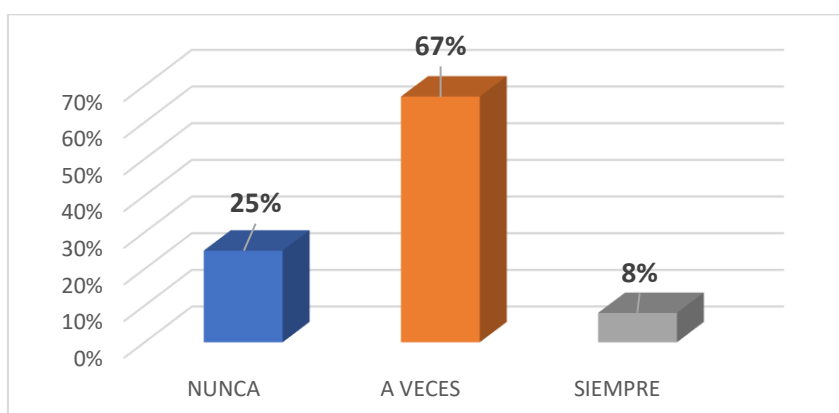
Tabla 5

Nivel de alcance en los objetivos en común por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
N	52	25%	25%	25%
AV	136	67%	67%	92%
S	16	8%	8%	100%
TOTAL	204	100%	100%	

Figura 6

Nivel de alcance en los objetivos en común por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022



Interpretación

El 67% de los encuestados manifestó que A Veces (AV) las actividades comunitarias son desarrolladas en conjunto; mientras que el 25% manifestó que Nunca (N) la empresa ha intentado contactarse o verse interesado de participar en la comunidad y; un 8% refirió que Siempre (S) las actividades de la empresa son respaldadas por la municipalidad. Pousa (2000) señala que los objetivos en común son necesidades básicas de cualquier ser humano en el presente identificando oportunidades para así poder aprovecharlas favorablemente. Si la empresa crea actividades oportunas a realizar de la mano con la comunidad la percepción negativa cambiará, así como poder involucrarse con roles dentro de la junta vecinal, de este modo disminuirá un (92%), mientras que el 8% de encuestados que se encuentran conformes aumentará hasta llegar al 100%.

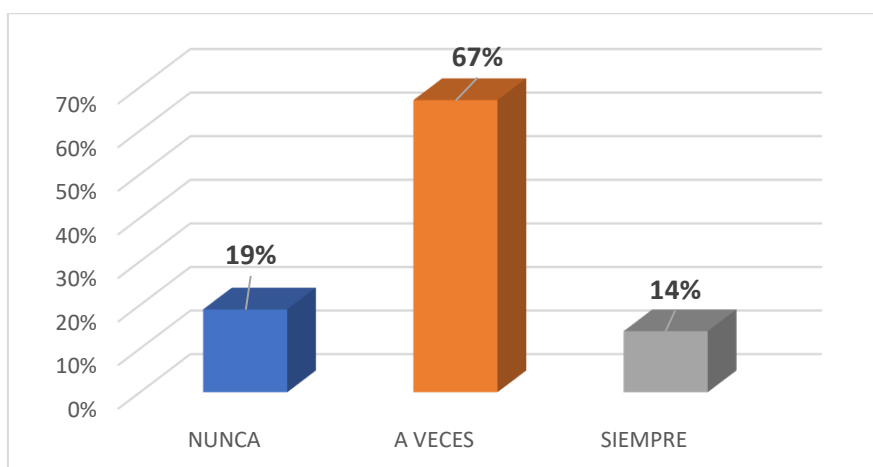
Tabla 6

Nivel de proactividad a la participación en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
N	40	19%	19%	19%
AV	136	67%	67%	86%
S	28	14%	14%	100%
TOTAL	204	100%	100%	

Figura 7

Nivel de proactividad a la participación en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022



Interpretación

El 67% de los encuestados manifestó que Siempre (AV) existe reuniones con la organización en beneficio de la comunidad; mientras que el 19% manifestó que Nunca (N) existen planes para trabajar en conjunto referente a la reforestación de parques y jardines y; un 14% refirió que A veces (S) existen actividades que generen rentas para solventar gastos en la comunidad. Castro (2008) expreso que la proactividad a participar es un conjunto de iniciativas y procesos enriquecedores para luego ser desarrollados tomando las mejores decisiones. Si la empresa desarrolla un cronograma de actividades externos para poder trabajar en conjunto y sobre todo se haga participe de los planes, mejorará ya que los encuestados que no tienen una buena impresión mejorará un (86%), mientras que el 14% de encuestados que se encuentran conformes aumentará hasta llegar al 100%.

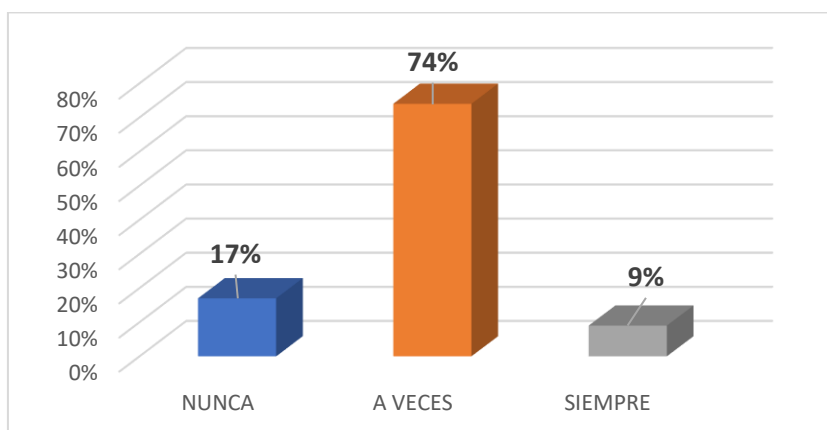
Tabla 7

Nivel para promover la sostenibilidad en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
N	34	17%	17%	17%
AV	151	74%	74%	91%
S	19	9%	9%	100%
TOTAL	204	100%	100%	

Figura 8

Nivel para promover la sostenibilidad en la urbanización por parte de la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022



Interpretación

El 74% de los encuestados manifestó que A Veces (AV) la comunidad se organiza para realizar actividades de capacitación en conjunto con la organización; mientras que el 17% manifestó que Nunca (N) la comunidad se organiza con acciones de reciclaje y; un 9% refirió que Siempre (S) existen acciones de mantenimiento y conservación de áreas verdes en coordinación con la municipalidad. Rivas (1999) señala que promover la sostenibilidad se refiere a la satisfacción de cubrir necesidades sin perjudicar algún tipo de equilibrio dentro de lo económico, social y el medio ambiente. Si la comunidad y la organización se unen para generar capacitaciones y técnicas de reciclaje la mala percepción de los vecinos disminuirá (91%), mientras que el 9% de encuestados que se encuentran conformes aumentará hasta llegar al 100%.

Tabla 8

Datos Estadísticos descriptivos

	DESV. ESTÁNDAR	PROMEDIO	COEFIC. VARIAB.
V1: RSE	0.54	1.85	0.29
Involucramiento social	0.54	1.77	0.31
Concientización	0.57	1.93	0.29
Repercusión en la sociedad	0.52	1.85	0.28
V2: DESARROLLO COMUNITARIO	0.54	1.90	0.28
Objetivos en común	0.54	1.82	0.30
Proactividad a la participación	0.57	1.94	0.29
Promover la sostenibilidad	0.50	1.93	0.26

Interpretación

Entre los promedios de las variables RSE y desarrollo comunitario se tuvo el valor del promedio para la primera variable el cual fue de 1.85 y para la segunda variable se adquirió un valor promedio de 1.90. Asimismo, se tomó en cuenta el promedio más bajo dentro de la variable RSE correspondiente a la dimensión involucramiento social con un promedio de 1.77, la cual determina las bajas posibilidades por parte de la organización al involucrarse socialmente con los vecinos, mostrando como resultado la mala percepción y el rechazo de la empresa ante los demás; del mismo modo, se tomó en cuenta la dimensión objetivos en común que presenta el menor

promedio de la variable desarrollo comunitario con un valor de 1.82, donde el valor como resultado describe la falta de acciones y objetivos por realizar en conjunto con ideas y apoyo de todos, es decir por parte de la organización y también de los vecinos.

4.2. Análisis inferencial

Prueba de hipótesis general

H₀: No existe relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

H₁: Existe relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

Para establecer el coeficiente de correlación de Spearman trabajado según el baremo de coeficiente de correlación que fueron propuestos en el 2009 por Martínez (ver anexo 3).

Significancia de tabla = 0.05; nivel de aceptación = 95%

Significancia y decisión

Si la significancia bilateral <0.05 ; entonces, se rechaza H_0 y se acepta la H_1

Si la significancia bilateral >0.05 ; entonces, se acepta H_0 y se rechaza la H_1

Tabla 9

Prueba de hipótesis entre RSE y desarrollo comunitario

			V1_RSE	V2_DESARROLLO_ COMUNITARIO
Rho de	V1_RSE	Coeficiente de correlación	1,000	-,073
Spearman		Sig. (bilateral)	.	,552
		N	68	68
	V2_DESARROLLO_COM UNITARIO	Coeficiente de correlación	-,073	1,000
		Sig. (bilateral)	,552	.
		N	68	68

Interpretación

La variable RSE no posee relación directa con la variable desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, porque existe una

significancia de $0,552 > 0,05$, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se asume que no existe relación directa entre las variables y se rechaza la hipótesis alterna (H_1) como falsa; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de -0.073 ; por lo tanto, existe una correlación negativa alta.

Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

H₀: No existe relación entre la RSE y los objetivos en común generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

H₁: Existe relación entre la RSE y los objetivos en común generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

Tabla 10

Prueba de hipótesis entre RSE y objetivos en común

			V1_RSE	V2_D1_Objetivos en común
Rho de Spearman	V1_RSE	Coefficiente de correlación	1,000	-,053
		Sig. (bilateral)	.	,666
		N	68	68
	V2_D1_Objetivos en común	Coefficiente de correlación	-,053	1,000
		Sig. (bilateral)	,666	.
		N	68	68

Interpretación

La variable RSE no posee relación directa con la dimensión objetivos en común generado por una empresa de merchandising, porque existe una significancia de $0,666 > 0,05$, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se asume que no existe relación directa entre la variable y dimensión analizada, por ello se rechaza la hipótesis alterna (H_1) como falsa; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de -0.053 ; por lo tanto, existe una correlación negativa alta.

Hipótesis específica 2

H₀: No existe relación entre la RSE y la proactividad en la participación generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

H₁: Existe relación entre la RSE y la proactividad en la participación generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

Tabla 11

Prueba de hipótesis entre RSE y la proactividad a la participación

			V1_RSE	V2_D2_Proactividad_participación
				n
Rho de Spearman	V1_RSE	Coeficiente de correlación	1,000	,132
		Sig. (bilateral)	.	,284
		N	68	68
	V2_D2_Proactividad_participación	Coeficiente de correlación	,132	1,000
		Sig. (bilateral)	,284	.
		N	68	68

Interpretación

La variable RSE no posee relación directa con la dimensión proactividad a la participación generado por una empresa de merchandising, porque existe una significancia de $0,284 > 0,05$, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se asume que no existe relación directa entre la variable y dimensión analizada, por ello se rechaza la hipótesis alterna (H_1) como falsa; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de 0.284; por lo tanto, existe una correlación negativa baja.

Hipótesis específica 3

H₀: No existe relación entre la RSE y promover la sostenibilidad generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

H₁: Existe relación entre la RSE y promover la sostenibilidad generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022.

Tabla 12

Prueba de hipótesis entre RSE y promover la sostenibilidad

		V1_RSE	V2_D3_Promover_sostenibilidad
Rho de Spearman	V1_RSE	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,239*
		N	68
	V2_D3_Promover_sostenibilidad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,239*
		N	68

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

Interpretación

La variable RSE no posee relación directa con la dimensión promover la sostenibilidad generado por una empresa de merchandising, porque existe una significancia de $0,05=0,05$, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se asume que no existe relación directa entre la variable y dimensión analizada, por ello se rechaza la hipótesis alterna (H_1) como falsa; de acuerdo con la correlación de Rho de Spearman, se estableció que la correlación es de -0.239; por lo tanto, existe una correlación negativa baja.

V. DISCUSIÓN

Primera

Como hipótesis general se determinó si existe relación alguna entre la RSE y el desarrollo comunitario con la empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. Donde se tuvo como objetivo establecer la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) mayor a 0.05, es decir “ $0.552 > 0.05$ ”, por ende, se acepta la hipótesis nula. Además, ambas variables no poseen correlación porque la significancia encontrada es mayor a 0,05. Según Rodríguez (2020) señaló y presentó precisó que el objetivo general del estudio fue describir la percepción de la comunidad de Nuevo Chimbote. El estudio se aplicó de forma descriptiva con un diseño no experimental y de corte transversal. La muestra de lo estudiado comprendió a 322 vecinos de la referida comunidad. La información se recolectó a través de cuestionarios para medir el conocimiento de la RSE y se utilizó estadística descriptiva para describir las variables. Los resultados mostraron que es posible identificar qué responsabilidad social empresarial es alta (59%) y en el aspecto de “Economía” prevaleció el nivel alto con un 8%; “Medio Ambiente” dominó en promedio con 53%; El componente “social” dominó en el nivel intermedio con un 8%. Por ello, es de primordial importancia inspirar a los emprendedores de la comunidad para que incrementen y muestren interés en los aspectos de sociedad internas y externas, como la sustentabilidad de su organización y de las comunidades en las que opera. Asimismo resaltó el vínculo que existe entre la RSE y cualquier organización para identificar puntos débiles y poder mejorar en un cronograma de actividades ejecutadas en el tiempo. Mencionó también el impacto que tiene este factor a nivel local e internacional, ya que por un mal planteamiento y política de parte de la empresa todo trabajo podría ser en vano porque no podría ser bien aceptada en algún lugar determinado. Finalmente el autor sugiere poder contar con mucha empatía y responsabilidad al ejecutar acciones y no perjudicar a los demás. Se coincide con la conclusión de la tesis de Rodríguez, ya que al presentar una herramienta previa a las acciones por ejecutar se anticipa a posibles hechos desfavorables. La teoría por parte de Carroll (1991) sobre las cuatro

responsabilidades sociales como vista de forma piramidal: Económicas, legales, éticas, filantrópicas. La organización debe de establecer acciones en un determinado tiempo, creando así un mejor concepto.

Segunda

Como hipótesis específica se determinó si existe relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. Donde se tuvo como Objetivo específico determinar la relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) mayor a 0.05, es decir " $0.666 > 0.05$ ", por ende, se acepta la hipótesis nula. Además, ambas variables no poseen correlación porque la significancia encontrada es mayor a 0,05. Según Gordon (2021) indicó que el objetivo de la investigación fue determinar la relación entre el manejo de los galpones avícolas en Nuevo Chimbote en el año 2019. El estudio se estableció en enfoques cuantitativos, no empíricos, con descripción de textura modelada. La población estuvo conformada por todos los gallineros que existían en las cercanías de Nuevo Chimbote. De igual forma, se utilizó como herramienta de recolección de datos dos cuestionarios orientados a variables. Como resultado, el estudio demostró que la gestión ambiental presenta una relación significativa con la RSE de los gallineros de la ciudad de Nuevo Chimbote 2019. Resalta que el problema planteado parte del mal enfoque y las malas acciones que han podido desarrollar a lo largo del tiempo, teniendo así respuestas desfavorables que se pueden interpretar como una mala gestión. Se considera similitud con la presente investigación ya que malas decisiones son reflejadas en el tiempo negativamente. Se coincide con la conclusión de la tesis de Gordon, ya que resalta el mal manejo del desempeño a nivel externo a pesar de contar con recursos para ser muy bien aprovechados. La teoría por parte de Cansino (2008) sobre los individuos como agentes encargados de generar riquezas por actos socialmente responsables. La empresa apunta a cumplir objetivos involucrándose favorablemente en constante coordinación con el entorno.

Tercera

Como hipótesis específica se determinó si existe relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. Donde se tuvo como objetivo específico determinar la relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) mayor a 0.05, es decir “0.284 > 0.05”, por ende, se acepta la hipótesis nula. Además, ambas variables no poseen correlación porque la significancia encontrada es mayor a 0,05 Según Gonzales (2020) indicó que el estudio que se realizó fue mediante inferencia hipotética, con un enfoque cuantitativo, correlacionando desarrollo aplicado y el grado de ganancia, en donde no se utilizó un diseño transversal al experimento. Por ello, se incluyó una muestra de 50 empleados administrativos corporativos; para conseguir datos se utilizó un cuestionario compuesto por 21 ítems, luego 3 expertos comprobaron la validez y confiabilidad de la herramienta. Luego, los resultados se procesaron para determinar su efectividad utilizando SPSS v. 26 Que, gracias al estadístico de Rho Spearman se determinó una correlación de 0.731, demostrando así que las dos variables del estudio. (Sig. 0.000 andlt; 0.05), es decir, concluyó mencionando que hay una correspondencia elocuente entre la variable RSE y la imagen de la empresa. Dicho problema tiene que ver en parte con la problemática de la empresa en esta investigación ya que la aceptación de esta no es la mejor dentro del territorio donde viene desempeñando funciones. Se coincide con la conclusión de la tesis de Gonzales, ya que utilizó como herramienta el cuestionario para obtener datos de suma importancia. La teoría por parte de Freeman (1983) sobre distinguir dos grupos fundamentales: los Stakeholder en sentido amplio y los Stakeholder en sentido restringido. La organización aplica el tema de inclusión de roles de este modo poder expandir una nueva política empresarial para el desarrollo de esta.

Cuarta

Como hipótesis específica se determinó si existe relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022 donde se tuvo como objetivo

específico determinar la relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) mayor a 0.05, es decir “ $0.05=0.05$ ”, por ende, se acepta la hipótesis nula. Además, ambas variables no poseen correlación porque la significancia encontrada es igual a 0,05

Según García (2017) marcó en su estudio y analizó que es importante ejecutar la RSE en los restaurantes rurales de Huaral en el año 2017. Fue un estudio basado en encuestas a empleados de restaurantes seleccionados para analizar si aplican buenas prácticas ambientales, derechos laborales, si existe una buena comunicación entre superiores y puestos más bajos para brindar un buen servicio y tengan o no una buena reputación con los clientes, esto dio como resultado que los restaurantes obtengan ganancias económicas en su establecimiento. A continuación se concluyó que la mayoría de los empleados entrevistados en los restaurantes rurales de Huaral, creían estar en desacuerdo con un 33.9% en cuanto a la implementación de prácticas de inocuidad de los alimentos y responsabilidad social empresarial, en el aspecto legal, estaban de acuerdo con el índice del 0,2% sobre el cumplimiento de las normas legales, en el aspecto económico estaban en desacuerdo al igual que el porcentaje del 31% en el manejo económico de los recursos, en el aspecto ambiental estaban en desacuerdo con el 7,5% en cuanto a la aplicación de buenas prácticas ambientales y en el aspecto ético estaban en desacuerdo o en desacuerdo con un índice de 1.0% sobre el desarrollo de actitudes éticas en los restaurantes de la campaña de Huaral según la responsabilidad social empresarial. Se coincide con la conclusión de la tesis de García, ya que se plantea implementar prácticas de RSE. La teoría por parte de Mora (2006) RSE razón de ser del Marketing como sistema de pensamiento organizacional. La organización apunta a aplicar buenas prácticas para poder expandirse y mejorar el concepto social.

VI. CONCLUSIONES

Los objetivos planteados y la contrastación de las hipótesis se llegaron a las siguientes conclusiones:

Primera

Se estableció que no existe relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022 porque estadísticamente quedó demostrado que la significancia bilateral es mayor a 0,05 (0,552)

Segunda

Se determinó que no existe una relación entre la RSE y los objetivos en común, ya que estadísticamente quedó demostrado que la significancia bilateral es mayor a 0,05 (0,666)

Tercera

Se determinó que no existe una relación entre la RSE y la proactividad a la participación, ya que estadísticamente quedó demostrado que la significancia bilateral es mayor a 0,05 (0,284)

Cuarta

Se determinó que no existe una relación entre la RSE y promover la sostenibilidad, ya que estadísticamente quedó demostrado que la significancia bilateral es igual a 0,05 (0,05)

VII. RECOMENDACIONES

Se plantearon las siguientes recomendaciones con el propósito de que la empresa de merchandising lo considere para verla reflejado en la comunidad:

Primera: Se recomienda a la empresa de merchandising enfocar sus acciones laborales en un conjunto de actividades que involucren el desarrollo de la comunidad, así tener como respuesta el trabajo en conjunto.

Segunda: Realizar actividades relacionadas al tema de incentivos para poder integrar los procesos y unificarlos generando confianza tanto adentro como fuera de la organización.

Tercera: Mejorar la comunicación informando a la comunidad periódicamente lo que se ha planeado y lo que se va ejecutando, así ellos puedan tener una mejor percepción de las actividades diarias y la forma como se va trabajando.

Cuarta: Se recomienda finalmente a la empresa ejecutar una o dos veces en el mes reuniones para intercambiar ideas y propuestas junto a la comunidad, de este modo ver reflejado en el tiempo la participación y el compromiso asumido por ambas partes.

REFERENCIAS

- Barreto, J. Corredor, A. Forero, B. (2016). Estado de la responsabilidad social de una empresa del sector palmicultor medido a través del instrumento ethos - tema "Público interno". Tomado de: https://ciencia.lasalle.edu.co/maest_administracion/488.
- Betim, R. (2019). Understanding The Current Status Of. Management Research and Practice, 4355.
- Bisht, A. Iron ore peripheries in the extractive boom: A comparison between mining conflicts in India and Brazil. *The Extractive Industries and Society*, v.7, n.4, p.1567-1578, 2020.
- Blanco F y Baier H, (2017). Hacia una mirada integral de la innovación ligera: análisis conceptual de las innovaciones no intensivas. Cuadernos del CIMBAGE N°19, 2ªEdición (2017) pp. 79103.
- Cobos, J. Arbeláez, D. Carrillo, C. (2019). Programas de agricultura urbana como estrategia para la generación de modelos de negocios inclusivos. *Aglaia*, 10(1), 196-220.
- Comércio ecologicamente desigual no século XXI: evidências a partir da inserção brasileira no mercado internacional de minério de ferro. Rio de Janeiro: Garamond, 2018.
- Constantin, E. Baias, C. (2015). Employee voice-key factor in internal communication. *ProcediaSocial and Behavioral Sciences*, 191(2), 975-978.
- Cortina, J. Arias, C. Espitia, N. Arbeláez, D. (2019). Prospective and territorial development in island areas: empirical evidence from Bocachica-Colombia. *Problems and Perspectives in Management*, 17(4), 176.
- Gil, G. (2018). Responsabilidad Social Corporativa: una visión crítica de una noción empresarial. [Monografía] Madrid: Centro de Investigaciones Sociológica. 311.
- Giraud, M. Privilegios inadmisibles. In: LEWKOWICZ, J. Por qué suspendió el proyecto, Página 12, 1st April 2013. <https://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-217039-2013-04-01.html>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Hidalgo B, Edalid, Á, Cruz E, y Barrera, M. (2017). La responsabilidad social empresarial: estudio diagnóstico en empresas de Tuxpan, Veracruz. *Revista de la Alta*

Tecnología y la Sociedad, 38-44.

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2019). Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en México. Recuperado del sitio de Internet: <https://www.inegi.org.mx/datos/>
- Jacob, Environmental conflicts, and defenders: A global overview. *Global Environmental Change*, v.63, p.102104, 2020.
- Jakeman. Mapping the Frontiers and Front Lines of Global Environmental Justice: The EJAtlas. *Journal of Political Ecology*, v.22, n.1, p.255-278, 2015.
- Jenning, The Global Environmental Justice Atlas (EJAtlas): ecological distribution conflicts as forces for sustainability. *Sustainability Science*, v. 13, n. 3, p. 573-584, 2018.
- Latapí M, Jóhannsdóttir L, y Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. Vol.4 No.1 Pág. 1-23. Recuperado de <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>.
- Lema, D. (2016). Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes del Pacífico. Un estudio empírico. *Elsevier*, 326-335.
- Mallory. Corporate social irresponsibility: review and conceptual boundaries. *European Journal of Management and Business Economics*, v.26, n.2, p.146-162, 2017.
- Martínez C, Carvallo B, Carrasquero C (2014) Perspectivas de responsabilidad social universitaria y acción comunal. *Frónesis* 21: 263-276.
- Martínez-Usarralde MJ, LloretCatala MDC, Mas-Gil S (2017) Responsabilidad social universitaria (RSU): principios para una universidad sostenible, cooperativa y democrática desde el diagnóstico participativo de su alumnado. *Arch. Anal. Polít. Educ.* 25(75): 1-25.
- Martin-Fiorino V (2020) Responsabilidad social y cultura de la integridad: formación de profesionales para la sostenibilidad. *Rev. Cs. Soc.* 26(4): 162-179.
- Morín E, Roger E, De Motta R (2003) *Educación en la Casa Planetaria*. Gedisa. Barcelona, España. 144 pp.
- Murillo-Antón W (2017) Responsabilidad social universitaria: una revisión teórica. *Rev. Invest. Valor Agreg.* 4(1): 9-28
- Nevado, M.T.; Gallardo, D.; y Sánchez, M. (2013). La administración local y su implicación en la creación de una cultura socialmente responsable. *Prisma Social*, 10.

- Pache, M.; y Nevado, M. T. (2019). Divulgación de información responsable por los gobiernos locales españoles. *Investigación Bibliotecológica*, 33(81), 111-134. <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2019.81.58043>
- Patten, D. M. (2002). The relation between environmental performance and environmental disclosure: a research note. *Accounting, Organizations and Society*, 27 (8), 763-773. [https://doi.org/10.1016/S03613682\(02\)00028-4](https://doi.org/10.1016/S03613682(02)00028-4)
- Pieck Gochicoa E, Vicente-Díaz MR, García Castañeda VG (2019) La formación para el trabajo como espacio de subjetivación: la incidencia de dos estrategias de vinculación. *Rev. Mex. Invest. Educ.* 24(82): 691-718.
- Porto, M.F., R. Riscos, saúde e justiça ambiental: o protagonismo das populações atingidas na produção de conhecimento. *Cien. Saude Colet*, v.17, p.1493-1501, 2012
- Prno J.; Slocombe, D.S. Exploring the origins of “social license to operate” in the mining sector: Perspectives from governance and sustainability theories. *Resources Policy*, v.37, n.3, p.346-357, 2012.
- Roche, C.; THYGESSEN, K.; BAKER, E.(eds.). *Mine Tailings Storage: Safety Is No Accident. A UNEP Rapid Response Assessment*. United Nations Environment Programme and GRID-Arendal, Nairobi and Arendal, 2017.
- Roger, P. Le sort d'une usine de nickel menacée de fermeture en Nouvelle-Calédonie s'imisce dans la campagne du référendum. *Le Monde*. 9 sept 2020. https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/09/09/nouvelle-caledonie-l-australien-ncr-renonce-au-rachat-de-l-usine-de-nickel-detenu-par-le-bresilien-vale_6051509_3234.html
- Ruiz-Mora E, Cardona-Ramírez H (2020) ¿Cómo acompañar el discernimiento vocacional de jóvenes en el contexto postmoderno? *Albertus Magnus* 11(1): 125-147.
- Saes, B.M.; MURADIAN, R. What misguides environmental risk perceptions in corporations? Explaining the failure of Vale to prevent the two largest mining disasters in Brazil. *Resources Policy*, v.72, p.102022, 2021.
- Sarmiento-Peralta G, SeverinoGonzález P, Santander-Ramírez V (2021) Responsabilidad social: voluntariado universitario y comportamiento virtuoso. El caso de una ciudad de Perú. *Formac. Univ.* 14(5): 19-28.
- Sciulli, N. (2011). Influences on sustainability reporting within local government. *International Review of Business Research Papers*, 7 (2), 282-291.
- Severino-González P, Acuña-Moraga O, Astete-Tapia K, MedelMaturana J (2021a)

- Responsabilidad social y consumo sustentable: el caso de estudiantes de formación superior de Talca (Chile). *Inform. Tecnol.* 32(1): 143-150.
- Severino-González P, Duque-Orozco YV, Villar-Olaeta J (2021b) Percepción de líderes sindicales sobre la responsabilidad social empresarial: desafíos para su gestión estratégica. *Interciencia* 46: 110-117.
- Severino-González P, González-Soto N, Martín-Fiorino V (2019) Responsabilidad Social. De la toma de decisiones a la educación del carácter: percepciones de docentes y no docentes de un establecimiento educacional chileno. *Estud. Educ.* 37: 69-90.
- Severino-González P, MedinaGiacomozzi Á, Pujol-Cols L (2018) Responsabilidad social en escuelas de educación primaria en Chile: tensiones y desafíos. *Encuentros* 16(2): 11-22.
- Severino-González P, Villalobos Antúnez JV, Romero-Argueta J, Garrido Véliz VV (2020) Social responsibility of higher education students. Motivations for its development in times of covid-19 in Chile and El Salvador. *Utopía Praxis Latinoamer.* 25: 439-452.
- SHAMIR, R. The de-radicalization of corporate social responsibility. *Critical Sociology*, v.30, n.3, p.669-689, 2004.
- Tagesson, T.; Blank, V.; Broberg, P.; y Collin, S. O. (2009). What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16 (6), 352-364. <https://doi.org/10.1002/csr.194>
- Vale. *Relatório de Sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Vale, 2006-2018. <http://www.vale.com/brasil/PT/investors/information-market/annual-reports/sustainability-reports/Paginas/default.aspx>
- Vale. *Vale - Nossa História*. Rio de Janeiro: Brasil Verso Editora, 2012b.
- Vallaes F, Álvarez-Rodríguez J (2019) Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios. *Educación XX1* 22(1): 93-116.
- Vallaes F, Oliveira MLS, Crissien T, Solano D, Suarez A (2022) State of the art of university social responsibility: a standardized model and compared selfdiagnosis in Latin America. *Int. J. Educ. Manag.* 36: 325-340.
- Wagner L., Giraud, M. *El proyecto minero Potasio Río Colorado: Conflicto socioambiental*,

- impactos regionales y falta de integralidad en la evaluación ambiental. In: ALIMONDA, H. (ed.). *La Naturaleza colonizada: Ecología política y minería en América Latina*. Bs As: CLACSO, p. 261-288, 2011.
- Wagner, L. Environmental Justice. In: Kaltmeier, O.; Tittor, A.; Hawkins, D.; Rohland, E.(eds.) *The Routledge Handbook to the Political Economy and Governance of the Americas*. Routledge, p.93-102, 2020.
- Williams, B. (2015). The local government accountants' perspective on sustainability. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-07-2014-0043>
- Williams, B.; Wilmshurst, T.; y Clift, R. (2011). Sustainability reporting by local government in Australia: Current and future prospects. In *Accounting Forum*, 35 (3), 176-186. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.1016/j.acfor.2011.06.004>
- Williams, S. M.; y Pei, C. A. H. W. (1999). Corporate social disclosures by listed companies on their web sites: an international comparison. *The International Journal of Accounting*, 4 (3), 389-419. [https://doi.org/10.1016/S0020-7063\(99\)00016-3](https://doi.org/10.1016/S0020-7063(99)00016-3)
- Wilmshurst, T. D.; y Frost, G. R. (2000). Corporate environmental reporting: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13 (1), 10-26.
- Wiseman, J.; Heine, W.; Langworthy, A.; McLean, N.; Pyke, J., Raysmith, H.; y Salvaris, M. (2006). *Developing a Community Indicators Framework for Victoria: The final report of the Victorian Community Indicators Project (VCIP)*. Melbourne: The Institute of Community Engagement and Policy Alternatives (ICEPA), Victoria University

ANEXOS

Anexo 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES		
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	La Responsabilidad Social Corporativa (o RSE) se ha convertido en uno de los conceptos más importantes y significativos de la gestión moderna. La literatura sobre este tema, ofrece una variedad de definiciones de este fenómeno, pero ha sido generalmente considerado como un constructo amplio que comprende acciones dirigidas a los actores y problemas sociales. [1] Esto significa que los gerentes de la empresa y los propietarios no sólo son responsables de la gestión de las finanzas y aspectos legales de su actividad, sino que en algunos aspectos, también son responsables de la sociedad como un todo (McGuire, 1963, p. 144).	INVOLUCRAMIENTO SOCIAL	Es igualmente importante que cada compañía conozca muy bien las necesidades de sus stakeholders. Para ello, estas empresas deben dejar a un lado su naturaleza egoísta e ir más allá de sus más inmediatos intereses y su racionalidad de corto plazo Griseri y Seppala (2010)	Intervención en el medio ambiente Inclusión directa Acciones en el ámbito comunitario		
		CONCIENTIZACIÓN	La educación relativa al ambiente, tiene como meta permitir al ser humano comprender la naturaleza compleja del ambiente, tal como éste resulta de la interacción de sus aspectos biológicos, físicos, sociales, económicos y culturales Unesco (2012)	Convicción en la sociedad Protección de los recursos Comportamiento ecológico		
		REPERCUSIÓN EN LA SOCIEDAD	Dejando atrás estas definiciones que muchos podran impugnar pero no olvidándolas, cabe afirmar que en el desarrollo agropecuario, industrial, de los servicios, con el uso de viejas o nuevas tecnologías, existe el riesgo de rebasar umbrales, con distintos grados de repercusión en la sociedad en general y en el tiempo	Acción humana en la sociedad Impacto en la sociedad Fines ecológicos		
		DESARROLLO COMUNITARIO	M.ª José Escartín (1998) la caracteriza como «un sistema social, que está formado por grupos que interactúan entre sí y están interconectados por un entretrejido social denominado "redes sociales"». Esta autora nos introduce en un concepto muy actual en el ámbito de la intervención comunitaria como son las redes sociales y que desarrollaremos más adelante.	OBJETIVOS EN COMÚN	El objetivo más importante de la educación ambiental es conseguir que cada persona asuma su parte de responsabilidad en la resolución de los problemas ambientales, aportando su grano de arena en las actividades de la vida cotidiana	Control ambiental Participación activa Integración de los planes
				PROACTIVIDAD A LA PARTICIPACIÓN	Sostiene que la proactividad no se relaciona con el activismo o la hiperactividad. Ser proactivo no significa actuar de prisa, ni tampoco de forma caótica. Sino saber moverse por valores, saber lo que necesitan y actuar con consecuencia. Dominguez (2002)	Estimular los sectores vinculados Autogestión de comunidades Coordinación de acciones
				PROMOVER LA SOSTENIBILIDAD	Este concepto fue adoptado por la Unión Internacional para la Conservación de los Recursos Naturales (UICN) y la Unesco. Y da mención que toda acción tiene que ser sostenida en el tiempo.	Desarrollo sostenible Contribución en la sociedad Manejo eficiente de recursos naturales

Anexo 2
Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?</p>	<p>Objetivo general Establecer la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022</p> <p>Objetivos específicos Determinar la relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.</p> <p>Determinar la relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.</p> <p>Determinar la relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.</p>	<p>Hipótesis general Existe relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas Existe relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.</p> <p>Existe relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.</p> <p>Existe relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.</p>	<p>Variable 1 RSE</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Involucramiento Social • Concientización • Repercusión en la sociedad <p>Variable 2 Desarrollo comunitario</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos en común • Proactividad a la participación • Promover la sostenibilidad 	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Enfoque: Cuantitativa</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Corte: Transversal</p> <p>Muestra: 30 vecinos de la zona</p> <p>Técnica: Cuestionario</p> <p>Instrumento: Encuesta</p>

Anexo 3

Baremos del coeficiente de correlación de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a 0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Martínez, 2009

Anexo 4 Prueba piloto de confiabilidad – primera variable

ENCUESTADOS	ITEMS									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E1	3	3	3	3	3	3	2	4	3	27
E2	2	3	2	3	2	3	3	4	3	25
E3	2	4	2	4	2	4	3	5	3	29
E4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	29
E5	2	4	2	5	2	4	3	4	2	28
E6	3	5	3	5	3	4	3	4	2	32
E7	2	5	2	4	2	4	3	4	2	28
E8	2	4	3	4	2	4	3	4	3	29
E9	3	5	3	5	3	5	3	5	2	34
E10	3	4	3	4	2	4	3	4	3	30
E11	2	4	2	4	3	4	3	5	3	30
E12	3	4	3	4	2	4	3	4	3	30
E13	2	4	3	3	3	3	3	3	3	27
E14	2	3	3	4	3	3	3	5	3	29
E15	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
E16	2	4	2	4	3	4	3	5	3	30
E17	3	4	3	4	3	4	3	5	3	32
E18	3	4	3	4	2	5	3	5	3	32
E19	3	3	3	5	2	4	3	4	3	30
E20	3	4	2	4	2	4	3	5	3	30
E21	2	4	3	4	2	4	3	4	3	29
E22	2	4	2	4	2	4	3	4	3	28
E23	3	3	3	4	1	3	3	4	3	27
E24	2	4	3	5	2	3	3	4	3	29
E25	3	4	3	8	5	4	3	5	3	38
E26	2	1	3	3	3	2	4	5	5	28
E27	2	4	3	3	3	3	3	4	2	27
E28	1	1	2	1	2	2	2	2	2	15
VARIANZA	0.316	0.847	0.218	1.249	0.536	0.504	0.138	0.473	0.361	
SUMATORIA DE VARIANZAS	4.642									
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	13.392									

$\alpha:$	0.74
$k:$	9
$\sum_{i=1}^k S_i^2:$	4.642
$S_t^2:$	13.392

Anexo 5 Prueba piloto de confiabilidad – segunda variable

ENCUESTADOS	ITEMS									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E1	3	2	5	3	3	2	5	2	5	30
E2	4	3	5	3	3	2	4	2	4	30
E3	5	2	5	2	5	2	5	2	5	33
E4	4	2	4	2	5	2	4	2	5	30
E5	3	2	4	2	4	2	4	2	4	27
E6	4	1	5	2	4	2	4	2	4	28
E7	4	1	5	2	3	2	3	1	4	25
E8	4	2	4	2	4	3	4	2	4	29
E9	4	2	4	2	3	2	4	2	3	26
E10	4	2	4	3	3	3	4	3	3	29
E11	5	2	4	2	3	2	4	2	3	27
E12	4	2	4	2	4	2	4	2	3	27
E13	3	2	3	2	3	2	3	2	3	23
E14	4	2	4	2	4	2	4	2	4	28
E15	4	2	4	2	3	2	4	2	4	29
E16	5	2	3	2	4	2	4	2	4	28
E17	5	2	3	3	4	3	4	3	4	31
E18	5	2	4	2	4	2	4	2	4	29
E19	4	2	4	3	4	2	5	3	5	32
E20	5	2	4	2	4	2	4	2	4	29
E21	4	2	4	2	4	2	4	2	4	28
E22	4	3	4	2	4	2	4	2	4	29
E23	4	3	4	3	4	2	4	2	4	30
E24	4	2	4	2	4	2	4	3	5	30
E25	4	2	4	3	4	3	4	3	5	32
E26	3	2	4	1	1	4	3	4	3	25
E27	4	2	4	2	4	3	4	2	4	29
E28	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
VARIANZA	0.500	0.177	0.429	0.259	0.667	0.259	0.352	0.330	0.566	
SUMATORIA DE VARIANZAS	3.540									
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	8.616									

$\alpha:$	0.66
$k:$	9
$\sum_{i=1}^k S_i^2:$	3.540
$S_t^2:$	8.616

Anexo
Validación de Expertos

Tabla 6
Expertos para la validación del instrumento

GRADO ACADÉMICO	NOMBRE DEL EXPERTO VALIDADOR	OPINIÓN DE EXPERTO
Doctor	Jiménez Calderón, César Eduardo	Aplicable
Doctor	García Yovera, José Abraham	Aplicable
Magister	Díaz Torres, William Ricardo	Aplicable

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario

OBJETIVO: Establecer la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022

INSTRUCCIONES: Está Ud. de acuerdo con llenar el formulario SI () No (). Si está de acuerdo, a continuación, se presenta una serie de enunciados a los cuales usted deberá marcar con una **X** de acuerdo con su criterio o lo que considere conveniente.

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	SIEMPRE	CASI SIEMPRE
1	2	3	4	5

Nº	ÍTEM	VALORACIÓN				
		N	CS	A	S	CS
1	La empresa que se encuentra en los alrededores de la zona contribuye con el mantenimiento de las áreas verdes de los parques y jardines					
2	La empresa da empleo a las personas que se encuentran en edad de trabajo de la comunidad					
3	Cuando la comunidad se reúne para realizar actividades festivas o de otra índole, la empresa contribuye de manera voluntaria con los recursos solicitados					
4	Las actividades productivas de la empresa se realizan sin generar disturbios (sonidos desagradables, olores) a la comunidad vecina					
5	Los productos que comercializa la empresa son elaborados en base a productos ecológicos					
6	La empresa difunde mediante charlas u otras actividades hacia el respeto del medio ambiente					
7	La empresa comercializa productos en base a reciclados para sensibilizarse con el medio ambiente					
8	Los desechos de la producción de la empresa son acopiados oportunamente por el sistema de recojo municipal					
9	Considera que la empresa debe tener técnicas de trabajo más tecnificadas para conservar el uso de recursos agotables (agua, energía, combustible)					
10	Las actividades comerciales de la empresa han sido con el aval municipal					
11	La empresa se ha contactado con la junta vecinal como forma de interés de participar en la comunidad					
12	Las actividades programadas por la comunidad involucran a la empresa que se encuentra en el sector					
13	La comunidad visita a las empresas del sector para hacerles partícipes de planes conjuntos como la reforestación de parques y jardines					
14	La junta vecinal cuenta con actividades que generan rentas para solventar gastos que involucran a toda la comunidad					
15	La comunidad se reúne para coordinar actividades a desarrollar en conjunto					
16	Para mantener las áreas verdes en perfecto estado, las actividades de riego son coordinadas con la municipalidad					
17	La comunidad está organizada para realizar actividades de capacitación respecto a salud, alimentación y otros					
18	La comunidad se encuentra organizada mediante técnicas de reciclaje para la generación de un emprendimiento conjunto					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()
Apellidos y nombres del juez validador: Dra.

DNI:
Especialidad del validador:

Fecha:

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS:

SI CUMPLE	NO CUMPLE
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.	Pertinencia: El ítem no es correspondiente al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.	Relevancia: El ítem no es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.	Claridad: Hay dificultad en el enunciado del ítem, no es conciso, no tiene exactitud y no es directo.

NOTA: Suficiencia es cuando los ítems planteados son suficientes en número y contenido para medir la dimensión.

Firma del experto Informante
Especialidad:

Lima, 07 de junio del 2022

Estimado Dr.
Jiménez Calderón César Eduardo

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "**Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising**". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto la siguiente documentación:

.Problemas e hipótesis de investigación

- a. Instrumento de obtención de datos
- b. Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera cómo debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de

usted, Atentamente,



PALACIOS OLIVERA LEONARDO ANDRÉS
DNI:47063369.....

“Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022”

Problema

Problema general

¿Cuál es la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?

Problemas específicos

- a. ¿Cuál es la relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?
- b. ¿Cuál es la relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?
- c. ¿Cuál es la relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?

Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.

Hipótesis específicas

- a. Existe relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.
- b. Existe relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.
- c. Existe relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DAT

Título de la investigación: "Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022"							
Apellidos y nombres del investigador: Palacios Olivera Leonardo Andrés							
Apellidos y nombres del experto: JIMENEZ CALDERÓN CÉSAR EDUARDO							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
RSE	INVOLUCRAMIENTO SOCIAL	Intervención en el medio ambiente	La empresa que se encuentra en los alrededores de la zona contribuye con el mantenimiento de las áreas verdes de los parques y jardines	1 NUNCA	✓		
		Inclusión directa	La empresa da empleo a las personas que se encuentran en edad de trabajo de la comunidad	2 CASI NUNCA	✓		
		Acciones en el ámbito comunitario	Cuando la comunidad se reúne para realizar actividades festivas o de otra índole, la empresa contribuye de manera voluntaria con los recursos solicitados	3 AVECES	✓		
	CONCIENTIZACIÓN	Convicción en la sociedad	Las actividades productivas de la empresa se realizan sin generar disturbios (sonidos desagradables, olores) a la comunidad vecina	4 CASI SIEMPRE	✓		
		Protección de los recursos	Los productos que comercializa la empresa son elaborados en base a productos ecológicos	5. SIEMPRE	✓		
		Comportamiento ecológico	La empresa difunde mediante charlas u otras actividades hacia el respeto del medio ambiente		✓		
	REPERCUSIÓN EN LA SOCIEDAD	Acción humana en la sociedad	La empresa comercializa productos en base a reciclados para sensibilizarse con el medio ambiente		✓		
		Impacto en la sociedad	Los desechos de la producción de la empresa son acopiados oportunamente por el sistema de recojo municipal		✓		
		Fines ecológicos	Considera que la empresa debe tener técnicas de trabajo más tecnificadas para conservar el uso de recursos agotables (agua, energía, combustible)		✓		
	DESARROLLO COMUNITARIO	OBJETIVOS EN COMÚN	Control ambiental	Las actividades comerciales de la empresa han sido con el aval municipal		✓	
Participación activa			La empresa se ha contactado con la junta vecinal como forma de interés de participar en la comunidad		✓		
Integración de los planes			Las actividades programadas por la comunidad involucran a la empresa que se encuentra en el sector		✓		
PROACTIVIDAD A LA PARTICIPACIÓN		Estimular los sectores vinculados	La comunidad visita a las empresas del sector para hacerles partícipes de planes conjuntos como la reforestación de parques y jardines		✓		
		Autogestión de comunidades	La junta vecinal cuenta con actividades que generan rentas para solventar gastos que involucran a toda la comunidad		✓		
		Coordinación de acciones	La comunidad se reúne para coordinar actividades a desarrollar en conjunto		✓		
PROMOVER LA SOSTENIBILIDAD		Desarrollo sostenible	Para mantener las áreas verdes en perfecto estado, las actividades de riego son coordinadas con la municipalidad		✓		
		Contribución en la sociedad	La comunidad está organizada para realizar actividades de capacitación respecto a salud, alimentación y otros		✓		
		Manejo eficiente de recursos naturales	La comunidad se encuentra organizada mediante técnicas de reciclaje para la generación de un emprendimiento conjunto		✓		
Firma del experto:			Fecha: ___/___/___				

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento tiene suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)
 Aplicable después de corregir ()
 No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. César Eduardo Jiménez Calderón

DNI: 16436847

Especialidad del validador: Gestión de Organizaciones

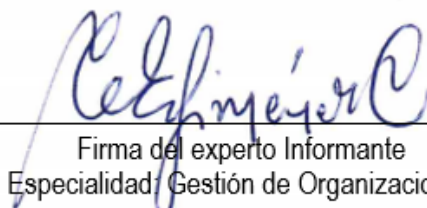
Fecha: 09 de junio 2022

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS:

SI CUMPLE
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

NO CUMPLE
Pertinencia: El ítem no es correspondiente al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem no es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Hay dificultad en el enunciado del ítem, no es conciso, no tiene exactitud y no es directo.

NOTA: Suficiencia es cuando los ítems planteados son suficientes en número y contenido para medir la dimensión.


Firma del experto Informante
Especialidad: Gestión de Organizaciones

Lima, 07 de junio del 2022

Estimado Mgtr.
Díaz Torres William Ricardo

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: “**Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising**”. Para cumplir con lo solicitado, le adjunto la siguiente documentación:

Problemas e hipótesis de investigación

- a. Instrumento de obtención de datos
- b. Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera cómo debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de

usted, Atentamente,



PALACIOS OLIVERA LEONARDO ANDRÉS
DNI:47063369.....

“Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022”

Problema

Problema general

¿Cuál es la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?

Problemas específicos

- a. ¿Cuál es la relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?
- b. ¿Cuál es la relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?
- c. ¿Cuál es la relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?

Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.

Hipótesis específicas

- a. Existe relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.
- b. Existe relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.
- c. Existe relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022"							
Apellidos y nombres del investigador: Palacios Olivera Leonardo Andrés							
Apellidos y nombres del experto: DIAZ TORRES WILLIAM RICARDO							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
RSE	INVOLUCRAMIENTO SOCIAL	Intervención en el medio ambiente	La empresa que se encuentra en los alrededores de la zona contribuye con el mantenimiento de las áreas verdes de los parques y jardines	1 NUNCA	✓		
		Inclusión directa	La empresa da empleo a las personas que se encuentran en edad de trabajo de la comunidad	2 CASI NUNCA	✓		
		Acciones en el ámbito comunitario	Cuando la comunidad se reúne para realizar actividades festivas o de otra índole, la empresa contribuye de manera voluntaria con los recursos solicitados	3 AVECES	✓		
	CONCIENTIZACIÓN	Convicción en la sociedad	Las actividades productivas de la empresa se realizan sin generar disturbios (sonidos desagradables, olores) a la comunidad vecina	4 CASI SIEMPRE	✓		
		Protección de los recursos	Los productos que comercializa la empresa son elaborados en base a productos ecológicos	5. SIEMPRE	✓		
		Comportamiento ecológico	La empresa difunde mediante charlas u otras actividades hacia el respeto del medio ambiente		✓		
	REPERCUSIÓN EN LA SOCIEDAD	Acción humana en la sociedad	La empresa comercializa productos en base a reciclados para sensibilizarse con el medio ambiente		✓		
		Impacto en la sociedad	Los desechos de la producción de la empresa son acopiados oportunamente por el sistema de recojo municipal		✓		
		Fines ecológicos	Considera que la empresa debe tener técnicas de trabajo más tecnificadas para conservar el uso de recursos agotables (agua, energía, combustible)		✓		
	DESARROLLO COMUNITARIO	OBJETIVOS EN COMÚN	Control ambiental	Las actividades comerciales de la empresa han sido con el aval municipal		✓	
Participación activa			La empresa se ha contactado con la junta vecinal como forma de interés de participar en la comunidad		✓		
Integración de los planes			Las actividades programadas por la comunidad involucran a la empresa que se encuentra en el sector		✓		
PROACTIVIDAD A LA PARTICIPACIÓN		Estimular los sectores vinculados	La comunidad visita a las empresas del sector para hacerles partícipes de planes conjuntos como la reforestación de parques y jardines		✓		
		Autogestión de comunidades	La junta vecinal cuenta con actividades que generan rentas para solventar gastos que involucran a toda la comunidad		✓		
		Coordinación de acciones	La comunidad se reúne para coordinar actividades a desarrollar en conjunto		✓		
PROMOVER LA SOSTENIBILIDAD		Desarrollo sostenible	Para mantener las áreas verdes en perfecto estado, las actividades de riego son coordinadas con la municipalidad		✓		
		Contribución en la sociedad	La comunidad está organizada para realizar actividades de capacitación respecto a salud, alimentación y otros		✓		
		Manejo eficiente de recursos naturales	La comunidad se encuentra organizada mediante técnicas de reciclaje para la generación de un emprendimiento conjunto		✓		
Firma del experto:			Fecha: ___/___/___				

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento tiene suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)
 Aplicable después de corregir ()
 No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Díaz Torres William Ricardo

DNI: 18140172

Especialidad del validador: Gestión de Organizaciones

Fecha: 09 de junio 2022

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS:

SI CUMPLE
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

NO CUMPLE
Pertinencia: El ítem no es correspondiente al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem no es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Hay dificultad en el enunciado del ítem, no es conciso, no tiene exactitud y no es directo.

NOTA: Suficiencia es cuando los ítems planteados son suficientes en número y contenido para medir la dimensión.



Firma del experto Informante
Especialidad: Gestión de Organizaciones

Lima, 07 de junio del 2022

Estimado Dr.
García Yovera Abraham José

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: **“Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising”**. Para cumplir con lo solicitado, le adjunto la siguiente documentación:

Problemas e hipótesis de investigación

- a. Instrumento de obtención de datos
- b. Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera cómo debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de

usted, Atentamente,



PALACIOS OLIVERA LEONARDO ANDRÉS
DNI:47063369.....

“Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022”

Problema

Problema general

¿Cuál es la relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?

Problemas específicos

- a. ¿Cuál es la relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?
- b. ¿Cuál es la relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?
- c. ¿Cuál es la relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022?

Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación entre la RSE y el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.

Hipótesis específicas

- a. Existe relación entre la RSE y los objetivos en común para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.
- b. Existe relación entre la RSE y la proactividad a la participación para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.
- c. Existe relación entre la RSE y la promoción de la sostenibilidad para el desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising en el distrito de Los Olivos, 2022.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATO

Título de la investigación: "Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022"							
Apellidos y nombres del investigador: Palacios Olivera Leonardo Andrés							
Apellidos y nombres del experto: García Yovera Abraham José							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
RSE	INVOLUCRAMIENTO SOCIAL	Intervención en el medio ambiente	La empresa que se encuentra en los alrededores de la zona contribuye con el mantenimiento de las áreas verdes de los parques y jardines	1 NUNCA	✓		
		Inclusión directa	La empresa da empleo a las personas que se encuentran en edad de trabajo de la comunidad	2 CASI NUNCA	✓		
		Acciones en el ámbito comunitario	Cuando la comunidad se reúne para realizar actividades festivas o de otra índole, la empresa contribuye de manera voluntaria con los recursos solicitados	3 AVECES	✓		
	CONCIENTIZACIÓN	Convicción en la sociedad	Las actividades productivas de la empresa se realizan sin generar disturbios (sonidos desagradables, olores) a la comunidad vecina	4 CASI SIEMPRE	✓		
		Protección de los recursos	Los productos que comercializa la empresa son elaborados en base a productos ecológicos	5. SIEMPRE	✓		
		Comportamiento ecológico	La empresa difunde mediante charlas u otras actividades hacia el respeto del medio ambiente		✓		
	REPERCUSIÓN EN LA SOCIEDAD	Acción humana en la sociedad	La empresa comercializa productos en base a reciclados para sensibilizarse con el medio ambiente		✓		
		Impacto en la sociedad	Los desechos de la producción de la empresa son acopiados oportunamente por el sistema de recojo municipal		✓		
		Fines ecológicos	Considera que la empresa debe tener técnicas de trabajo más tecnificadas para conservar el uso de recursos agotables (agua, energía, combustible)		✓		
	DESARROLLO COMUNITARIO	OBJETIVOS EN COMÚN	Control ambiental	Las actividades comerciales de la empresa han sido con el aval municipal		✓	
Participación activa			La empresa se ha contactado con la junta vecinal como forma de interés de participar en la comunidad		✓		
Integración de los planes			Las actividades programadas por la comunidad involucran a la empresa que se encuentra en el sector		✓		
PROACTIVIDAD A LA PARTICIPACIÓN		Estimular los sectores vinculados	La comunidad visita a las empresas del sector para hacerles partícipes de planes conjuntos como la reforestación de parques y jardines		✓		
		Autogestión de comunidades	La junta vecinal cuenta con actividades que generan rentas para solventar gastos que involucran a toda la comunidad		✓		
		Coordinación de acciones	La comunidad se reúne para coordinar actividades a desarrollar en conjunto		✓		
PROMOVER LA SOSTENIBILIDAD		Desarrollo sostenible	Para mantener las áreas verdes en perfecto estado, las actividades de riego son coordinadas con la municipalidad		✓		
		Contribución en la sociedad	La comunidad está organizada para realizar actividades de capacitación respecto a salud, alimentación y otros		✓		
		Manejo eficiente de recursos naturales	La comunidad se encuentra organizada mediante técnicas de reciclaje para la generación de un emprendimiento conjunto		✓		
Firma del experto:			Fecha: ___/___/_____				

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento tiene suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)
 Aplicable después de corregir ()
 No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. García Yovera Abraham José
DNI: 80270538

Especialidad del validador: Gestión de Organizaciones

Fecha: 06 de junio 2022

OPINIÓN DEL EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS:

SI CUMPLE
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

NO CUMPLE
Pertinencia: El ítem no es correspondiente al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem no es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.
Claridad: Hay dificultad en el enunciado del ítem, no es conciso, no tiene exactitud y no es directo.

NOTA: Suficiencia es cuando los ítems planteados son suficientes en número y contenido para medir la dimensión.



Firma del experto Informante
Especialidad: Gestión de Organizaciones



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis Completa titulada: "Responsabilidad social empresarial y desarrollo comunitario generado por una empresa de merchandising, Los Olivos, 2022", cuyo autor es PALACIOS OLIVERA LEONARDO ANDRES, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda 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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 16 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA DNI: 16631152 ORCID: 0000-0001-9402-5601	Firmado electrónicamente por: MFOXPL el 20-11- 2022 10:27:03

Código documento Trilce: TRI - 0441777