



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

Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en  
una empresa del sector minero del Callao, 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciada en Administración**

**AUTORA:**

Rivas Mauricio, Suleika Rosalinda (orcid.org/0000-0002-2976-1001)

**ASESORA:**

Mg. Reyes Linares, Angela Elsa (orcid.org/0000-0003-3416-038X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ**

**2023**

## **DEDICATORIA**

A Dios y a mis padres por haberme dado la vida, contando con su apoyo incondicional durante el proceso de la vida que constantemente aprendo cada día más. Por inculcarme valores que me hacen mejor persona, Por mantenerme bajo su cuidado y depositar su confianza en mí.

Por último, a mi docente quien estuvo compartiendo sus conocimientos y forjándonos para poder lograr en realizar este trabajo de investigación, con la finalidad de formarnos excelentes profesionales.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por otorgarme inspiración y bienestar para poder salir adelante.

A mis padres por motivarme y enseñarme constantemente que durante el camino se encontrara muchas adversidades, pero con la perseverancia se puede lograr llegar a la meta.

A todas las personas que me apoyaron durante el proceso.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, REYES LINARES ANGELA ELSA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023", cuyo autor es RIVAS MAURICIO SULEIKA ROSALINDA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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 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, 22 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
REYES LINARES ANGELA ELSA DNI: 40170331 ORCID: 0000-0003-3416-038X	Firmado electrónicamente por: ANGELAREYESL el 22-11-2023 20:04:00

Código documento Trilce: TRI - 0660759





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, RIVAS MAURICIO SULEIKA ROSALINDA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
SULEIKA ROSALINDA RIVAS MAURICIO DNI: 75011797 ORCID: 0000-0002-2976-1001	Firmado electrónicamente por: SRIVASMA11 el 22-11- 2023 19:20:25

Código documento Trilce: TRI - 0660757



## Índice de contenidos

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2. Variables y operacionalización.....	14
3.3. Población (criterios de selección, muestra muestreo, unidad de análisis).....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN.....	29
VI. CONCLUSIONES.....	33
VII. RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS.....	36
ANEXO.....	43

## Índice de tablas

<b>Tabla N°1:</b> Prueba de Normalidad entre variables: Responsabilidad social corporativa y Cadena de valor .....	24
<b>Tabla 2:</b> Correlación de variables: Responsabilidad social corporativo y Cadena de valor .....	25
<b>Tabla 3:</b> Correlación entre dimensiones: Cambios sociales, políticos y ambientales y Ventaja competitiva .....	26
<b>Tabla 4:</b> Correlación entre dimensiones: Bienestar de la sociedad y Proceso productivo.....	27
<b>Tabla 5:</b> Correlación entre dimensiones: Buen clima laboral y Panorama competitivo.....	28
<b>Tabla 6:</b> Niveles para la variable 1: Responsabilidad social corporativo.....	26
<b>Tabla N°7:</b> Niveles para la variable 2: Cadena de valor.....	27
<b>Tabla N°8:</b> Niveles para la dimensión Cambios sociales, políticos y ambientales	27
<b>Tabla N°9:</b> Niveles para la dimensión Bienestar de la sociedad .....	27
<b>Tabla N°10:</b> Niveles para la dimensión Buen clima laboral.....	27
<b>Tabla N°11:</b> Niveles para la dimensión Ventaja competitiva .....	28
<b>Tabla N°12:</b> Niveles para la dimensión Proceso productivo.....	28
<b>Tabla N°13:</b> Niveles para la dimensión Panorama competitivo .....	28
<b>Tabla N°14:</b> Grado de relación de acuerdo con el coeficiente de correlación.....	28

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figura 1:</b> Porcentaje de la variable 1: Responsabilidad social corporativo .....	19
<b>Figura 2:</b> Porcentaje de la variable 2: Cadena de valor .....	19
<b>Figura 3:</b> Porcentaje de D1 de V1: Cambios sociales, políticos y ambientales.....	20
<b>Figura 4:</b> Porcentaje de D2 de V1: Bienestar de la sociedad.....	21
<b>Figura 5:</b> Porcentaje de D3 de V1: Buen clima laboral.....	21
<b>Figura 6:</b> Porcentaje de D1 de V2: Ventaja competitiva.....	22
<b>Figura 7:</b> Porcentaje de D2 de V2: Proceso productivo .....	23
<b>Figura 8:</b> Porcentaje de D3 de V2: Panorama competitivo.....	23
<b>Figura 9:</b> Teoría de la pirámide de Porter .....	26



## RESUMEN

En el presente estudio de investigación abordo el objetivo de qué manera se relaciona la responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023. Por el cual su metodología es de tipo descriptivo, diseño no experimental con enfoque cuantitativo, su muestra es de 26 trabajadores. La técnica aplicada es mediante una encuesta y como instrumento que se utilizó es el cuestionario conformado por 10 interrogantes para la variable responsabilidad social corporativo y 10 interrogantes para la variable cadena de valor. Así mismo, el tipo de escala que se utilizó es Likert para realizar la medición. Por otro lado, los datos obtenidos fueron procesados en el estadístico SPSS Versión 29, de acuerdo con los resultados arrojados se obtuvo la correlación de Rho Spearman de 0.825, este resultado demuestra que su significa que existe relación positiva alta para ambas variables del estudio, y su significancia bilateral que se obtuvo es  $< 0.001$ , por ende, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, estos resultados nos afirma la importancia del desarrollo e implementación de la responsabilidad social corporativa y cadena de valor en las organización con sus respectivas dimensiones.

**Palabras clave:** Responsabilidad social corporativa, cadena de valor, ventaja competitiva, proceso productivo, buen clima laboral.

## ABSTRACT

In this research study I address the objective of how corporate social responsibility and value chain are related in a company in the mining sector of Callao, 2023. For which its methodology is descriptive, non-experimental design with a quantitative approach, your sample is 26 workers. The technique applied is through a survey and the instrument used is the questionnaire made up of 10 questions for the corporate social responsibility variable and 10 questions for the value chain variable. Likewise, the type of scale that was used is Likert to carry out the measurement. On the other hand, the data obtained were processed in the SPSS Version 29 statistic, according to the results obtained, the Rho Spearman correlation of 0.825 was obtained, this result demonstrates that it means that there is a high positive relationship for both study variables, and its bilateral significance obtained is  $< 0.001$ , therefore, the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. These results confirm the importance of the development and implementation of corporate social responsibility and value chain in organizations with their respective dimensions.

**Keywords:** Corporate social responsibility, value chain, competitive advantage, production process, good work environment.

## I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años se pudo observar que el conocimiento acerca de la responsabilidad social corporativa sigue siendo baja como también la cadena de valor, tanto que algunas organizaciones no supieron invertir y emplear estas herramientas en sus empresas, por lo que estas generan un impacto positivo en la economía y sociedad.

Así mismo, se convirtió en una **problemática a nivel global**, según Segarra, P. (2019) nos menciona en un artículo que las empresas de España están tomando conciencia de la responsabilidad social lo cual aumenta cada vez más mientras que las otras aun no implementan este método. El autor hace referencia que la RSC se basa en la gestión de las actividades que generan impacto en la sociedad en general (Clientes, empleados, comunidades, medio ambiente y entre otros). Por lo tanto, se ha transformado en un método fundamental para las empresas a utilizar para reducir el impacto negativo y hacer de ello una competencia a nivel mundial, esto embarca los derechos laborales, medioambientales y sociales. La responsabilidad social corporativa se conceptualiza en tener iniciativa de forma voluntaria en las organizaciones para originar un gran impacto positivo que pueda ayudar con el crecimiento en la sociedad.

Por otro lado, la cadena de valor el autor Dueñas, C. (2021) nos explicó la participación que se tuvo en México. Lo cual define que es el conjunto de acciones para mejorar el proceso productivo con la finalidad de ofrecer un producto o servicio de valor añadido. La importancia que tiene la cadena de valor no simplemente se basa en la satisfacción al cliente, si no también ayuda con el desarrollo de las entidades, permitiendo el avance a nivel global y expandirlo utilizando estrategias para aplicar en algún plan empresarial. También es necesario comprender que mejorar las ventajas en la cadena de valor es una oportunidad para avanzar con la tecnología, reducir costos y aumentar la mejoría en las operaciones para incitar en el crecimiento de la sostenibilidad y rentabilidad. Así como México, cambio y se volvió en el destino favorable para la cadena de valor.

Con respecto al tema de la responsabilidad social corporativa se observó que la realidad problemática en las organizaciones es también **a nivel nacional**,

Mena, F. (2019). Nos dice que en el Perú el 100% de las entidades empresariales conocen el concepto de la responsabilidad social corporativa más no lo aplican. De acuerdo con los datos estadísticos, se pudo afirmar con certeza que son muy pocas empresas que emplean la responsabilidad social, éstas asumieron en realizar una gestión con ética para el beneficio de la sociedad, ambiental y económico. El objetivo del uso es la reducción del impacto en el que se pudo afectar a los 3 pilares de la RSC y mantener un equilibrio, las empresas que implementen este método tendrán éxito en los siguientes próximos años. Cabe recalcar que nuestro consumidor va cambiando y teniendo nuevas necesidades, ahora no solo implica en el precio si no en la calidad del producto o servicio que ofrece la empresa. También el autor nos menciona que está tendencia seguirá avanzando y las empresas que no emplean la responsabilidad social, pronto desaparecerán.

Del mismo modo, para la OIT (2021) mediante un artículo nos explicó acerca de la cadena de valor lo cual tiene un enfoque sistemático y sostenible que va más allá que solo satisfacer al cliente. La función que tuvo fue promover a las micro, pequeñas y medianas empresas del Perú a mejorar en los sectores productivos con respecto a la cadena de valor. Además, la organización internacional del trabajo (OIT) e instituto tecnológico de producción (ITP) formaron un programa para que todas las empresas peruanas lleguen a utilizar nuevas plantillas de negocio haciendo efecto en la producción, innovación e incluso para promover la cadena de valor. El beneficio que tuvo este programa es que se abordó el tema de la pobreza, por lo tanto, al emplearlo y hacerlo más viable y sustentable se debió tener mejor capacidad para dirigir constantemente los procesos, lo cual ayudó a la recuperación de la economía.

En las empresas del sector minero del Callao, el autor Mallaupoma, K. (2022) expresó que aún existe la escasa implementación de la responsabilidad social en el sector minero, el ordenamiento jurídico estableció el uso de los recursos naturales en los productos para el sector minero, la finalidad que tuvo es promover el uso sostenible, así generar un impacto positivo en el bien común de la sociedad. Por lo que el Decreto supremo N° 042-2003-EM se relaciona que las actividades de la empresa en el sector minero, deberá presentar respeto hacia la autoridad, cultura y costumbres en dónde se desarrollará las operaciones de minería, por

ende, también deberá brindar desarrollo en los productos con el objetivo de tener calidad y ser apto para el uso en las mineras sin afectar a la población.

Según lo observado, con respecto al tema abordado de la responsabilidad social corporativa y la cadena de valor se logró observar diferentes problemas en las empresas del sector minero, y se optó por realizar una investigación para saber cómo utilizar y emplear estas herramientas en las empresas. Asimismo, el **problema general** de esta investigación es ¿De qué manera se relaciona la Responsabilidad social corporativa y la cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023?, de la misma manera se obtiene los siguientes **objetivos específicos**: ¿Cómo se relaciona los cambios sociales, políticos y ambientales con la ventaja competitiva? ¿Cómo se relaciona el Bienestar de la sociedad con el proceso productivo? ¿Cómo se relaciona el buen clima laboral con el panorama competitivo?

En este trabajo de investigación se tuvo como **justificación** poder brindar la importancia que tiene la responsabilidad social corporativa y la cadena de valor, ya que estas herramientas permiten no solamente en la satisfacción del cliente, si no en mejorar en las actividades de los procesos productivos con el uso de los recursos sostenibles para tener como producto final de calidad. En las empresas del sector minero, es escasa la implementación de la responsabilidad social, lo cual es sin duda importante, además de generar más rentabilidad, este busca la excelencia en la sociedad. Por lo tanto, en la cadena de valor muchas empresas lo integran, pero no realizan un valor agregado a sus productos o servicios.

Así mismo, los problemas que se ha diagnosticado en las empresas del sector minero es que ellos conocen la importancia y el significado de la responsabilidad social corporativa pero muy pocas lo implementan, lo cual hay incertidumbre en la existencia en un futuro en el caso de no utilizar esta herramienta. Sin embargo, la cadena de valor tiene el objetivo de promover a todas las empresas en mejorar los sectores productivos, así teniendo un enfoque más sistemático y sostenible. Por ende, para el trabajo de investigación se tuvo como **objetivo general**: Determinar la relación de la Responsabilidad social corporativa y la cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023, teniendo un enfoque en los siguientes **objetivos específicos**: Determinar los cambios

sociales, políticos y ambientales con la ventaja competitiva; determinar la relación entre el bienestar de la sociedad con el proceso productivo y determinar la relación entre el buen Clima laboral con el panorama competitivo.

Por consiguiente, el trabajo de investigación tuvo como **hipótesis general**: La responsabilidad social corporativa se relaciona significativamente con la cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023. A su vez se tiene en cuenta las siguientes **hipótesis específicas**: La relación de los cambios sociales, políticos y ambientales con la ventaja competitiva es significativamente positiva; la relación entre bienestar de la sociedad con el proceso productivo es significativamente positiva y la relación entre el buen clima laboral con el panorama competitivo es significativamente positiva.

## II. MARCO TEÓRICO

En el estudio de investigación se analizó con los siguientes antecedentes internacionales y nacionales de las variables de responsabilidad social corporativa y cadena de valor con sus respectivas dimensiones, mostrando a continuación:

A **nivel internacional**, Según Jaimes et al. (2021). mediante un artículo mencionó las distintas definiciones que tiene la RSC en diferentes países como: Corea del Sur, China, España, Irán, Pakistán y Turquía. Los autores resaltaron que la relación que tiene la empresa con respecto a la sociedad lo definen por medio de 4 dimensiones los cuales son: Dimensión económica, dimensión legal, dimensión ética y dimensión de responsabilidad filantrópica, estas son consideradas como un modo para la gestión en las actividades operarias con el uso de la sostenibilidad, de esa manera también es hacer negocios utilizando diversas estrategias. En el mismo estudio, la RSC consideró que las actividades operativas causan impacto en la sociedad, en grupos e instituciones corporativas no sólo implica en los accionistas. Sin embargo, las actividades que realizan son extensas como: utilizar materiales sostenibles para fabricar productos con valor, ejercer trabajos para las comunidades, donar a fundaciones que realicen actos para la mejora de la sociedad y entre otras. Es de gran importancia esta situación, ya que, al optar por códigos éticos para la práctica de la RSE a nivel global son reconocidas por lo que estas se esmeran poder reducir los impactos negativos que afectan a los pobladores como también al medio ambiente. Debido a ello en los últimos años, la RSC se convierte la parte fundamental de la administración en las organizaciones, por el mismo hecho de que los gastos se basan en las actividades para reducir los costos teniendo excelente calidad y aumentar la reputación de la compañía.

Ormaza et al. (2020). En una revista de ciencias sociales nos dice que, la realidad de Ecuador deberá implementar una visión de transformación, esto conlleva al cambio de manera productiva con la finalidad de establecer políticas públicas dirigidas de forma sostenible y que implique en la economía, social y ambiental en base a los objetivos del desarrollo sustentable. Además, Ecuador es un país de gran oportunidad para abordar temas que generen gran impacto en la sociedad como: el crecimiento económico, apoyar a diversas comunidades, reducir la desigualdad, alzar la voz de las mujeres, promover el trabajo decente y diferentes

causas. La finalidad es apoyar a las comunidades no tiene un límite de tiempo si no a poder generar gran desarrollo y progreso en el futuro para dar paso a las siguientes generaciones.

El autor **Carroll Archie (1991)** presentó una teoría nombrada como la "**Teoría de la Pirámide**", en el cual este se basa como un modelo que aporta en explicar el concepto de la Responsabilidad social corporativa.

1) Responsabilidades económicas, 2) Responsabilidades legales, 3) Responsabilidades éticas y 4) Responsabilidades filantrópicas.

La teoría consiste en ser prácticos con las responsabilidades que tiene la organización, por lo que este se clasifica en 4 tipos, la ventaja que tiene al desarrollarlo en una empresa, todos influyen para lograr un mismo objetivo, sin poder descuidar alguno de ellos. Por lo tanto, quiere decir que existe una conexión entre la gestión con el entorno empresarial, por lo que este tiene el beneficio de poder revelar actitudes delante de las obligaciones como también al saber responder ante las demandas sociales. Royo, L. (2020)

En Ecuador, los autores Jarama y Rodríguez (2022). Mencionaron en su estudio que el objetivo fue fundamentar de forma teórica, analizando e identificando fortalezas y debilidades a fin de tener una ventaja competitiva proponiendo estrategias de mejora para la cadena de valor. De tal manera que el enfoque es cualitativo con el fin de estudiar cada actividad de la cadena de valor en una entidad. Así mismo, en su estudio conceptualizan las funciones que cumplen en la empresa y su visión que tiene en el mercado, está herramienta agrupa las actividades en columnas de acuerdo con los factores con el objetivo de determinar sus ventajas competitivas como: el servicio al cliente, diferenciación y valor agregado a los productos o servicios para luego analizar qué actividades se puede mejorar y apartar, con el fin de incitar el crecimiento de la empresa.

En Colombia, la revista de Ciencias Sociales publicó un artículo que los autores Ramírez et al. (2021) indicaron que el objetivo que tiene es describir las estrategias empresariales en la cadena de valor la cual se encuentran en los mercados sustentables, el método utilizado fue hermenéutica con un enfoque pospositivista, ya que, confirmaron que fue necesario comprender la cadena de



valor analizando y conociendo el valor del producto o servicio creado, dividiendo las labores de la empresa con la finalidad de comprender la transformación y gestión del valor de los materiales en la materia prima para los clientes. Así mismo, la cadena de valor se compone por sus actividades primarias como: la logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, y servicios. Luego están las actividades de apoyo, las cuales son: infraestructura de la empresa, gestión de RR. HH, desarrollo tecnológico y compras.

La teoría de **Michael Porter** se publicó por primera vez en el año **1985**, el concepto fue para poder aportar con las cinco fuerzas de Porter, así mismo, el concepto que tiene la cadena de valor según Porter, nos indica que esta herramienta es básicamente para poder analizar las fuentes de la ventaja competitiva, a fin de evaluar las actividades que se realiza y poder dividirlos de forma estratégica con el objetivo de entender mejor las actitudes de los costos, en referencia a la actualidad y así potenciar la diferenciación. **López et al. (2022)**

**A nivel nacional**, en el Perú la autora Farro, M. (2022). nos explicó en su estudio que muchas empresas tanto privadas y públicas emplean diversas estrategias relacionadas con los valores éticos. Sin embargo, con el paso del tiempo los recursos se vuelven escasos. Las empresas al utilizar la Responsabilidad social van desarrollando e influenciando en la mejora del entornosocial, involucrando los stakeholders. Se observó numerosos problemas en relación con las políticas, ya que, las acciones de las empresas no todas garantizan el cuidado del medio ambiente a fines de hacer crecer a la sociedad. Por ello, la autora mediante su estudio promueve la conciencia social en el Perú para que no solamente puedan incentivar en la creación de los emprendimientos sino también utilizar diversas estrategias que lleven a cabo la mejora del ambiente laboral, confianza, generar impacto positivo en lo social, económico y ambiental.

La autora Coral, R. (2021) en su estudio de investigación expresó en determinar el enlace entre la responsabilidad social de una empresa y el desarrollo sostenible, utilizando como método aplicado y no-experimental con enfoque cuantitativo, teniendo como muestra de 191 comunidades hábiles definiendo la afirmando la relación mediante el dato de  $r=0.622$  con sig.  $0.00 < 0.05$  nos explicó en su estudio sobre la responsabilidad social corporativa es la gestión en buscar un

equilibrio en las demandas opuestas para la maximización de utilidades considerando sus aspectos sociales, teniendo como objetivo de corto y largo plazo. La autora explica que en la actualidad la empresa no solo busca actividades en beneficio económico para la organización en un futuro, si no llevar más allá la administración, hacer que cumplan con el desarrollo social y competitivo en el país, con la finalidad de que se pueda cumplir las expectativas de nuestros accionistas, clientes, colaboradores y otros que beneficien a la sociedad, comunidad y el medio ambiente.

Según las autoras Inocente y Lara (2019). en su estudio realizado fue determinar como objetivo relacionar las ventajas competitivas que influyen en la cadena de valor y en la mejora de la competitividad en la exportación, así mismo, el método aplicado fue de investigación mixta utilizando como población a 47 usuarios. Afirmando que en el Perú la cadena de valor es la que determina en obtener mayor eficiencia, para tener ventaja competitiva. Por lo que es necesario contar con diversas capacidades para lograr mejorar la competitividad que tendrá el producto en el mercado. Además, la cadena de valor se relaciona con los procesos, con lo cual se obtendrá un producto o servicio de valor agregado, para luego brindar la satisfacción a nuestro consumidor.

En el Perú, la autora Quiroz, A. (2019). en un artículo explicó que la cadena de valor es un instrumento para la ventaja competitiva, sin embargo, se expresa con diferentes nombres lo cual el concepto es el mismo, pero con diversos enfoques. Por ende, para la cadena de valor de Porter, se define como el instrumento para planificar diversas estrategias con el objetivo de reducir los costes y aumentar valor agregado en los productos o servicios que brinda la entidad, además, la cadena de valor se relaciona con sus proveedores, distribuidores y consumidores. Y para la Cadena de valor de Mckinsey, se enfoca en sus "costos competitivos" la diferencia es que sus ventajas son sostenibles. Esta herramienta se encarga de analizar las actividades para incluir y excluir dependiendo de la disposición de los recursos para que al final la compañía sea más competitiva.

Luego de realizar un análisis de los antecedentes de las variables de la Responsabilidad social empresarial y la cadena de valor, a continuación, se observará las **3 dimensiones** de la variable responsabilidad social corporativa, las

cuales son: Cambios sociales, políticos y ambientales; bienestar de la sociedad y buen clima laboral. a continuación, se detallará cada una de lo mencionado.

En una revista de ciencias sociales, según los autores Ormaza et al. (2020). Su objetivo es describir y responder los objetivos del desarrollo sostenible lo cual incluye las dimensiones económicas, políticas, sociales, ambientales y éticas en las empresas de Ecuador. Lo cual nos dice que para la RSE será necesario las actividades para la supervivencia, que implica las estrategias y sostenibilidad en las organizaciones. En el mundo empresarial moderno de las operaciones globales, cabe resaltar que las empresas van cambiando constantemente y el enfoque frente a los cambios sociales del entorno. Se considera que la sostenibilidad es un factor clave para la ejecución en las organizaciones. Además, hoy en día se le conoce como “triple balance” de las dimensiones que engloba la económica, social y ambiental. Para el ámbito social, se define como una forma de producir una variación en el estilo de calidad de vida, salud y educación. con respecto al ámbito político o económico, consiste en pretender mejorar el crecimiento en la sociedad de forma equitativa sin realizar daños con el medio ambiente a través de las actividades, por último, en el ámbito ambiental, es más que nada emplear y utilizar estrategias con la finalidad de proteger y reservar constantemente la naturaleza, ya que es de gran beneficio para las corporaciones los ecosistemas.

En el artículo científico, Martínez et al. (2021) señala que el objetivo es conocer y cómo potenciar el bienestar social empresarial. por ende, el bienestar social en las organizaciones existe 5 fases de los cuales cada una de ella aumentan más la calidad de vida en los trabajadores, que es de gran prioridad buscar el bienestar de los colaboradores por lo que la productividad está relacionada con la felicidad de los trabajadores, ya que, la calidad del producto o servicio que brinda la empresa depende mucho del desempeño de cada uno de ellos. A continuación, las 5 facetas son: Físico, emocional, financiero, profesional y social. La definición del bienestar social consiste en crear una comunidad para desarrollar la pertenencia al grupo, quiere decir que implica mostrar a los trabajadores que son parte de la cultura corporativa y que sientan el apoyo como también en los equipos de la empresa.

En una investigación de la universidad de América, la autora Hernández, N. (2019). nos explica que el buen clima laboral tiene mucha relación con la empresa, que abarca distintos ámbitos como los puestos de trabajo, el sentimiento con el entorno laboral, sueldos y funciones laborales. Todo lo mencionado se relaciona con los líderes quienes dirigen y buscan el bienestar de cada uno de los colaboradores, lo cual el objetivo de obtener un buen clima laboral será formar un equipo de trabajo con la finalidad de que todos alcancen las mismas metas en contribución para la empresa. el concepto que tiene la autora, es que el clima laboral es parte de cada uno, quiere decir que es importante que los trabajadores se sientan bien en el área donde realizan sus funciones, además, tiene que ver con las personas que lo rodean, es por ello que para cada área existe un supervisor lo cual su función es que para mantener un buen clima laboral debe estar pendiente y en el caso de tener conflictos, hallar una solución efectiva, de tal modo se evitará que el rendimiento de los colaboradores afecten en la producción.

Davies, E. (2022) Nos mencionó en un artículo que mantener un buen clima laboral es significativo, por lo que influye en los colaboradores, es así como existen las mediciones para evaluar si están comprometidos y cumpliendo con los objetivos. El desempeño laboral afecta a la empresa y los autores **Halpin y Croft (1963)** otorgaron una teoría que explica las dimensiones que influyen de forma desfavorable para la empresa a) Falta de compromiso, b) Obstáculos c) Espíritu de cuerpo d) Intimidad e) Indiferencia f) Relevancia en producción y resultados g) Confianza h) Consideración.

Por otra parte, se tomarán en cuenta las **3 dimensiones** de la variable cadena de valor, las cuales son: ventaja competitiva, proceso productivo y panorama competitivo. A continuación, se detalla cada una.

En un estudio Abrego y Mujica (2022). Consistió en incrementar y tener mayor participación en los mercados internacionales, en otras palabras, incrementar más la productividad. entonces, por ventaja competitiva se entiende que se basa en la inversión para el crecimiento, por lo cual los autores confirman que ya no es importante la condición de vida de los habitantes y procesos de desarrollo. se determinó que tienen mucho que ver la infraestructura, mercados financieros, los consumidores, la producción, tasa, inversiones, tecnología y entre

otros elementos que influyen como la educación y cultura, es competitivo cuando las empresas se encuentran ubicadas en él. de acuerdo con los conceptos, la estrategia competitiva son acciones que se consideraron ofensivas o defensivas con el objetivo de poder tener una posición en que la empresa se pueda defender.

La teoría de las ventajas competitivas fue propuesta por **Porter (1990)**, nos dice que las empresas deben tener una dirección hacia el futuro empleando las ventajas diferenciales, que en base a las acciones se podrá adquirir diferencias e incremento en la producción como también una gestión general. **Izquierdo et al. (2023)**

Los autores Rivera et al. (2020) establecieron en su estudio la influencia de la innovación en el proceso productivo en una estación de servicios, como metodología fue aplicada, con enfoque mixto. Por otro lado, consideró 22 participantes en dicha empresa, determinando el 95% mejoras en atención al cliente por la innovación en los servicios, como 13.6% de trabajadores comprenden los objetivos de la entidad, 40.9% se precisó bajo y medio para la innovación en los procesos de soporte, para nivel medio hubo mejora en los procesos de operación con el mismo porcentaje anterior, 54.5% desarrollaron equipos de trabajos y demostró que esta estrategia influye la eficiencia en las funciones, mientras que el 50% se desarrolló la mejora del desempeño laboral. En su investigación conceptualizan como diversas operaciones para llevar a cabo un producto o servicio, también se define como la utilización de materiales para la elaboración de las funciones que tiene la compañía. Además, para ello se realiza un inventario a diario de los productos vendidos, como también tener registrado de forma mensual para el abastecimiento de materia prima en el almacén. Así mismo, al hablar de proceso productivo se toma en cuenta que para tener un producto o servicio terminado deberá pasar por diferentes fases con la única finalidad de que dicho producto o servicio sea de calidad y pueda satisfacer las necesidades de nuestro consumidor.

En un artículo para una revista, Ospina et al. (2020) tuvo como objetivo analizar las 3 áreas interdisciplinarias y comprender cada una de ellas, nos dice que, para entender el panorama competitivo de una empresa, se determinará qué es el BI (inteligencias de negocios) Y CI (Inteligencia Competitiva), el BI es la

inteligencia que se llevará a cabo de la parte interna de la organización entendiendo las características, tendencias con respecto de los clientes. y el CI es la inteligencia, pero esta se realiza de manera externa de la organización, pero de los competidores, de esa forma se entenderá mejor la competencia que hay entre ellas. ahora para determinar el panorama competitivo, se basa en que ambos son un complemento lo cual permitirá un estudio de la parte interna y externa de la empresa, teniendo un panorama general de los comportamientos de todos los participantes en el mercado (competencia).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### Tipo de investigación

El tipo de investigación fue **descriptivo**, porque se estudió la relación entre la responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao. Según la Universidad de Guanajuato (2021) mencionó que este tipo de alcance descriptivo permite especificar el cómo son y de qué manera se manifiestan los fenómenos (casos, situaciones y contextos). En otras palabras, busca detallar las características de los perfiles de personas, comunidades, técnicas o cualquier otro fenómeno.

##### Diseño de investigación

**Diseño no experimental**, porque el autor Pérez, J. (2023) nos dice que no se podrá manipular ninguna de las variables cuantitativas, lo cual se basa en la observación con respecto al entorno natural de tal forma que se realizó la descripción para luego al final poder analizar cada una de ellas. Por otra parte, según Dzul, M. (2020) indica que también se centró en sus categorías, casos, situaciones, variables o contextos que ocurrieron en el pasado, por lo cual se le conoce como Ex post facto.

**De corte transversal**, Según Morales, F. (2020) nos dice que el estudio de investigación transversal se centra en la selección de una serie de variables cuantitativas definidas a la población de muestra durante un determinado periodo de tiempo, así mismo, su objetivo fue analizar las variables y buscar diversas conclusiones sobre el comportamiento de cada una de ellas de acuerdo con la recopilación de datos.

**El enfoque cuantitativo con alcance descriptivo - correlacional**, el **enfoque cuantitativo** se define por su mismo nombre se relaciona con los numéricos, es decir el autor Arias, E. (2021) mencionó que al utilizar esta estrategia de estudio se podrán obtener conclusiones precisas y en cómo se centra a los resultados estadísticos que revela en la obtención de datos. Con **alcance descriptivo** permite tener más profundidad en el análisis con bases de conocimientos acerca del tema abordado y el estudio del fenómeno. Es decir, busca

obtener datos para luego describir sus características, grupos, procesos y entre otros. Por último, en lo **correlacional** trasciende al alcance descriptivo, lo cual indaga más a fondo en la investigación acerca de qué manera se relaciona la variable y también grupos de variables. Mata, L. (2019).

### **3.2. Variables y operacionalización**

En la matriz de operacionalización se observó que en el anexo 02, donde se encontró toda la información que se requirió para las variables y con sus dimensiones e indicadores de cada una con respecto a la problemática inicial.

**Variable 1:** Responsabilidad social corporativa = Variable cuantitativa - Escala ordinal

#### **Definición conceptual:**

Según Ramos et al. (2021). La RSE es el compromiso que tienen las empresas con la sociedad para actuar de forma voluntaria siendo éticos y responsables. Lo cual para realizar las negociaciones se necesitó ser justo, transparente y respetar los derechos humanos. Esto permitió que las organizaciones se adapten a los cambios sociales, políticos y ambientales, que ayudó a comprometerse con el bienestar de la sociedad, además, mejorar su imagen, buen clima laboral y desarrollar más productividad empleando la reducción de costos operativos.

#### **Definición operacional:**

La variable Responsabilidad social corporativa consiste en que las organizaciones se adapten a los cambios y se comprometan a ayudar con la sociedad. Lo cual sus dimensiones fueron los cambios sociales, políticos y ambientales; bienestar de la sociedad y buen clima laboral. De tal manera se consideraron 3 indicadores para cada uno de ellos.

**Indicadores:** Los indicadores de la **1D** fueron conformados por Calidad de vida, crecimiento en la sociedad y protección del ecosistema, **2D** fue conformada por Bienestar de los colaboradores, calidad del producto y cultura corporativa, y, por último, la **3D** estuvo conformada por el Entorno laboral, solución efectiva y rendimiento laboral.



**Escala de medición:** Ordinal (Siempre, casi siempre, A veces, Casi nunca y Nunca).

**Variable 2:** Cadena de valor = Variable cuantitativa - Escala ordinal

**Definición conceptual:**

Según Rojas, Y. (2020). Define que la cadena de valor es un análisis estratégico para identificar las ventajas competitivas en el que nos encontramos en el mercado frente a los competidores, lo cual permitió ayudar a mejorar el proceso productivo ofreciendo valor al producto o servicio final. Además, al realizar este análisis el autor lo definió "panorama competitivo" por ende es integrado por sus elementos.

**Definición Operacional:**

La variable cadena de valor consiste en identificar las ventajas competitivas para hacer frente a nuestros competidores. Lo cual sus dimensiones fueron la ventaja competitiva, proceso productivo y panorama competitivo. De tal manera se consideraron 3 indicadores para cada uno de ellos.

**Indicadores:** Los indicadores de la **1D** fueron conformados por incremento de productividad, participación en el mercado e infraestructura, **2D** fue conformada por Consumidores, elaboración del producto e inventario, y por último **3D** estuvo conformada por inteligencia interna, inteligencia externa y panorama general.

**Escala de medición:** Ordinal (Siempre, casi siempre, A veces, Casi nunca y Nunca).

**3.3. Población (criterios de selección, muestra muestreo, unidad de análisis)**

**Población**

Robles, B. (2019) nos precisó que la población es el conjunto de toda unidad en la cual estudia a las personas, eventos u objetos en los que estamos interesados. Es así que se tuvo razón para aplicar y determinar un estudio en ello.

El estudio se desarrolló dentro de una corporación, por el cual la población fue conformada por 26 personas que laboran en una empresa del sector minero del Callao – Perú.

Criterios de inclusión y exclusión: Para este estudio no se aplica por lo que se tomó el 100% de población, y con el motivo que es de población reducida.

### **Muestra**

Mantienco, R. (2023) mediante un análisis en la investigación se estimó que la población es censal, ya que, este estudio se realizó tomando como muestra el 100% de toda la población (26 trabajadores). Es debido a que la muestra tiene pequeña cantidad y se conformó por un grupo de personas, lo cual dentro de ello serán hombres y mujeres que laboran en una empresa del sector minero del Callao. Por otro lado, se precisó que este estudio aplicó la muestra de población censal por conveniencia.

### **Muestreo**

Para la población censal por conveniencia se utilizó un total de 26 trabajadores de una empresa del sector minero del Callao, por lo cual, el muestreo que se ha utilizado para esta investigación fue de tipo no probabilístico, ya que, debido a las poblaciones fue escogido de forma aleatoria, a lo igual que cada colaborador tendrá la probabilidad de que sea escogido y que se encuentre con toda disponibilidad, con el objetivo de apoyar al estudio de la muestra y tener mejores resultados.

### **Unidad de análisis**

Persona que labora en una empresa del sector minero ubicada en el Callao.

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

Para la recolección de datos, la técnica a utilizar será mediante una **encuesta**, la cual se basa en realizar preguntas de un determinado tema a diversas personas, para poder conocer su opinión referente al tema. Según Westreicher, G. (2020) define que la encuesta es como un método o herramienta donde se da a conocer las características de un grupo de personas. Sin embargo, menciona el

autor que en la encuesta se puede tratar como variables económicas, políticos, sociales, etc. de forma cuantitativa como también cualitativa, y para tener resultados depende de los objetivos del estudio. La utilización de esta técnica fue para la recolección de información de los trabajadores con respecto al tema de responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023.

Se utilizó el **cuestionario** como instrumento para la investigación, lo cual consiste en realizar diversas interrogantes planteadas para la presente investigación. De Lama et al. (2021) definieron el cuestionario, como un instrumento de clase cuantitativo, que son pruebas de validación. por ende, al realizar el cuestionario se elaboró los ítems con la finalidad de medir o conocer el grado de coherencia de sus opiniones. Este cuestionario se elaboró de acuerdo con los indicadores de las variables de la investigación, lo cual contiene 5 ítems según la escala de Likert, de categoría politómica.

### **3.5. Procedimientos**

Se realizó un formulario por medio de Google Form, por lo cual se aplicó a 26 trabajadores de una empresa del sector minero del Callao. Esta encuesta se realizó de forma voluntaria y anónima, ya que, los datos o información obtenidos no vulneran su integridad y solo fue utilizado para los fines académicos. Por consiguiente, todos los datos son cambiados a la programación de Excel y al Spss V29 para la ejecución y desarrollo de la información obtenida.

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

Los resultados que fueron obtenidos son para medir las variables y dimensiones respectivas, de tal modo que serán por medio del sistema IBM SPSS Statistics 29, así mismo, es de manera útil para realizar este trabajo de investigación. lo cual, al tener los resultados, se procederá a analizar a profundidad para poder realizar la descripción insertando tablas y gráficos de las variables y dimensiones con mayor relevancia.

### **3.7. Aspectos éticos**

Para la elaboración de este presente trabajo de investigación, se tuvo en cuenta los principios fundamentales que son la moral, ética profesional y originalidad, de tal modo que cumple con las condiciones de confidencialidad y confiabilidad. Esta investigación tuvo en consideración las respectivas actitudes Éticas de humanidad de forma justa con la finalidad de ayudar a las personas que tienen interés de informarse sobre la responsabilidad social corporativa y cadena de valor, así mismo, respetando la guía de investigación formativa. En la etapa, en el cual se realizó el desarrollo de esta investigación, los datos informativos son previamente recolectados por artículos de investigación, revistas científicas, estudios, trabajos de investigación, encuestas realizadas, proyectos de mejora, proyectos de investigación y entre otros., de los cuales se pueden visualizar en el marco de referencias.

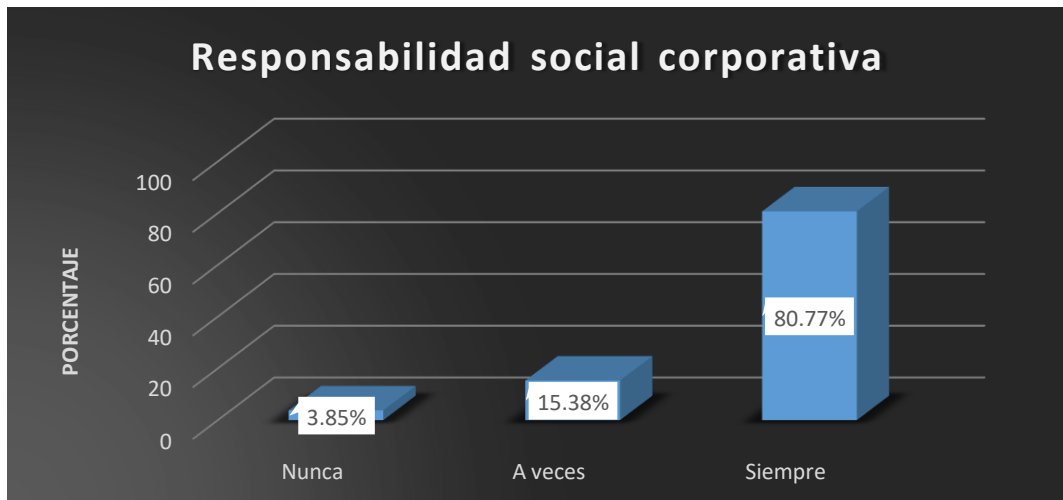
Según los autores Inguillay et al. (2019) explicaron que uno de los aspectos del investigador más importante es el predominio y reconocimiento en el trabajo para obtener información. Así mismo, nos dice que al investigar es vital la necesidad de no copiar o usar la misma de otros, inclusive fórmulas que no sean propias de la investigación lo cual constituye en la práctica ajena a la ética, robo o plagio de la investigación. Cabe recalcar, que la investigación tuvo la necesidad en buscar verdad por medio del conocimiento que se va desarrollando a través del proceso de la investigación.

#### IV. RESULTADOS

##### Estadística descriptiva

##### Análisis de la variable Responsabilidad social corporativo

**Figura 1:** Niveles porcentuales de la variable Responsabilidad social



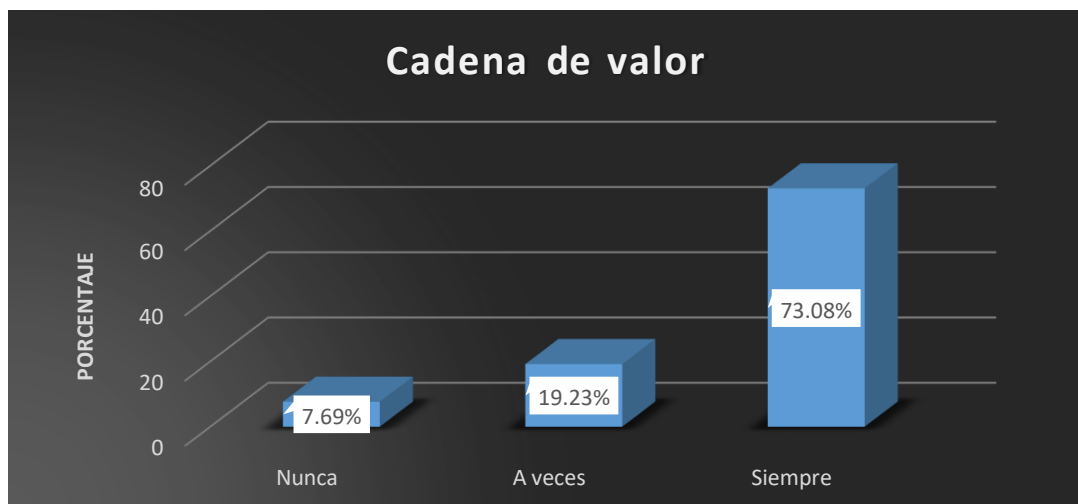
*Nota:* La figura muestra los niveles en porcentajes de la variable Responsabilidad social corporativo.

##### Interpretación:

En la figura 1, se mostró que el 3.8% consideraron "Nunca", mientras que el 15.8% precisaron "A veces" y el 80.8% de los trabajadores consideraron "Siempre" es esencial el desarrollo de la Responsabilidad social corporativo en una empresa del sector minero del Callao. Estos datos se pueden encontrar en la tabla 6.

##### Análisis de la variable Cadena de valor

**Figura 2:** Niveles porcentuales de la variable Cadena de valor



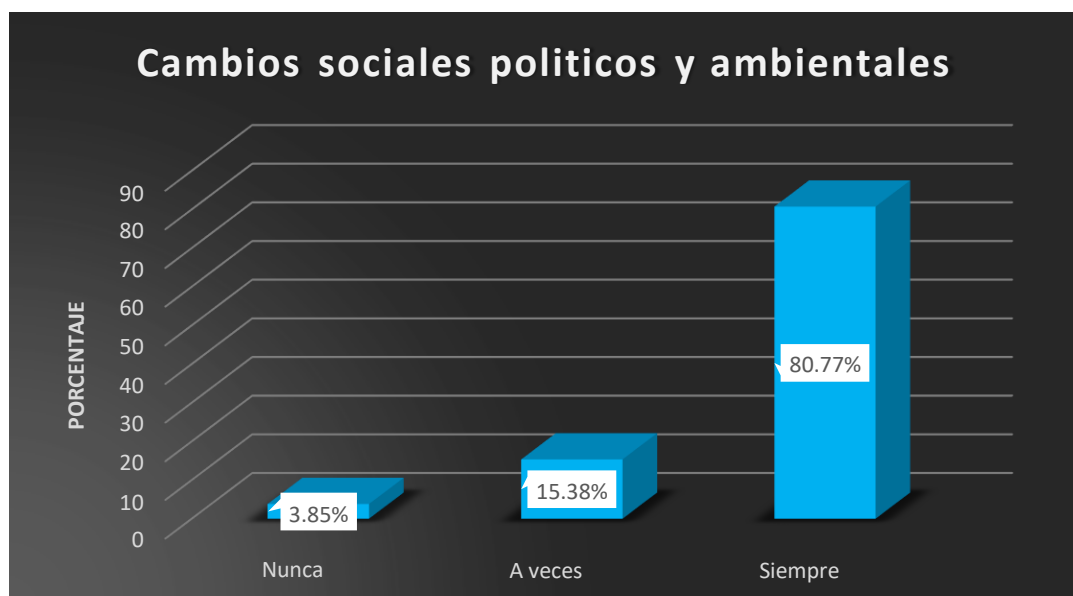
*Nota:* La figura muestra los niveles en porcentajes de niveles de la variable Cadena de valor.

### **Interpretación:**

En la figura 2, se pudo evidenciar que el 7.7% indicaron "Nunca", mientras que el 19.2% precisaron "A veces", y el 73.1% de los trabajadores consideraron que "Siempre" es esencial el desarrollo de la Cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao. Estos datos se pueden observar en la tabla 7.

### **Análisis de la dimensión: Cambios sociales, políticos y ambientales**

**Figura 3:** Niveles porcentuales de la dimensión Cambios sociales, políticos y ambientales



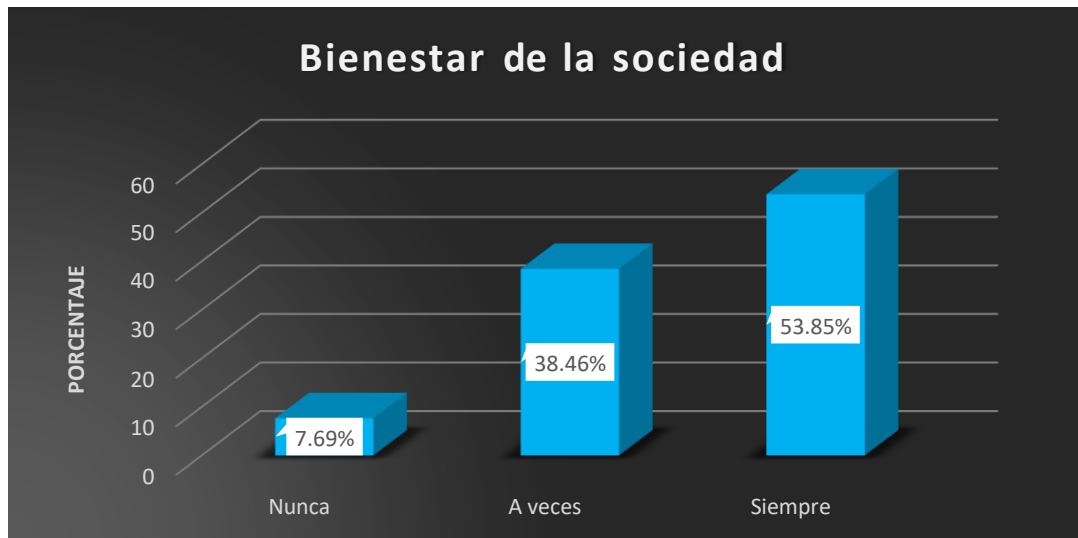
*Nota:* La figura muestra los niveles en porcentajes de la dimensión Cambios sociales, políticos y ambientales.

### **Interpretación:**

En la figura 3, de un total de 26 colaboradores entrevistados, se observó el 3.8% expresaron "Nunca", mientras el 15.4% consideraron "A veces", y el 80.8% indicaron que "Siempre" es relevante desarrollar los cambios sociales, políticos y ambientales en una empresa del sector minero del Callao. Estos datos también se pueden observar en la tabla 8.

## Análisis de la dimensión: Bienestar de la sociedad

**Figura 4:** Niveles porcentuales de la dimensión Bienestar de la sociedad



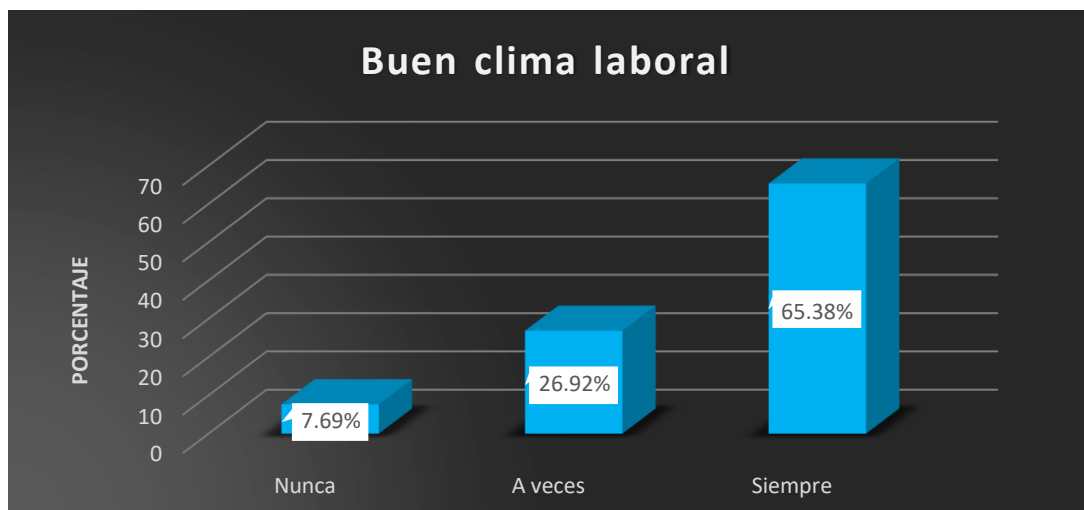
Nota: La figura muestra los niveles en porcentajes de la dimensión Bienestar de la sociedad.

### Interpretación:

En la figura 4, de un total de 26 trabajadores encuestados, se precisó que el 7.7% indicaron “Nunca”, mientras que el 38.5% precisaron “A veces”, y el 53.8% se mostró que “Siempre” es relevante considerar el Bienestar de la sociedad en una empresa del sector minero del Callao. Según los datos observados se puede encontrar en la tabla 9.

## Análisis de la dimensión: Buen clima laboral

**Figura 5:** Niveles porcentuales de la dimensión Buen clima laboral



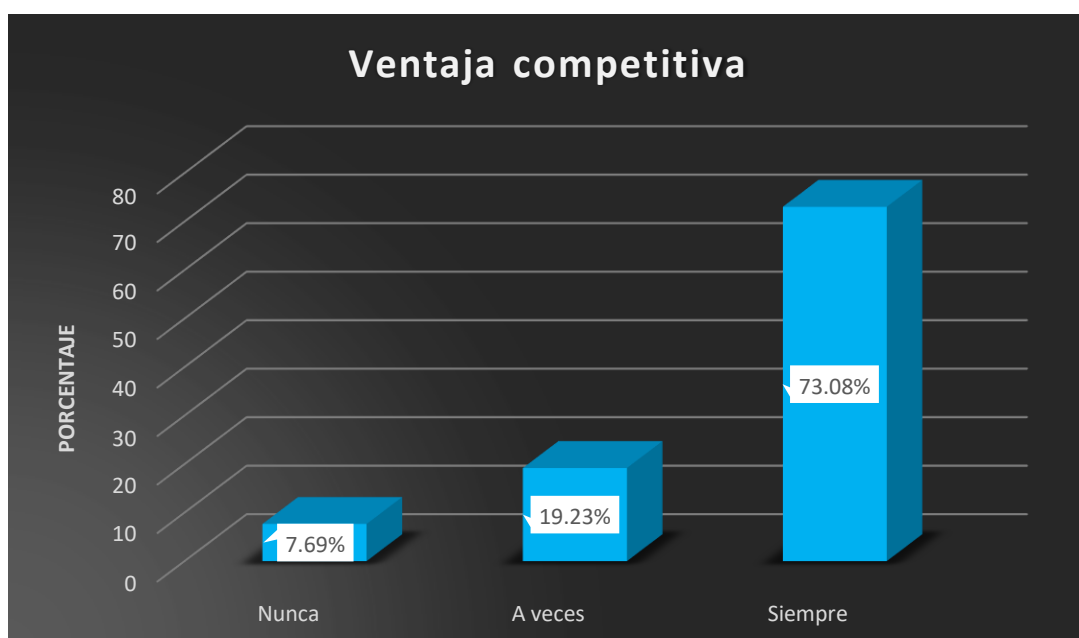
Nota: La figura muestra los niveles en porcentajes de la dimensión Buen clima laboral.

### **Interpretación:**

En base a lo observado en la figura 5, el 7.7% de los trabajadores indicaron “Nunca”, y el 26.9% precisaron “A veces”, mientras que el 65.4% consideraron que “Siempre” es importante el Buen clima laboral en una empresa del sector minero del Callao. Así mismo, los datos obtenidos se pueden reflejar en la tabla 10.

### **Análisis de la dimensión: Ventaja competitiva**

**Figura 6:** Niveles porcentuales para la dimensión Ventaja competitiva



Nota: La figura muestra los niveles en porcentajes de la dimensión Ventaja competitiva.

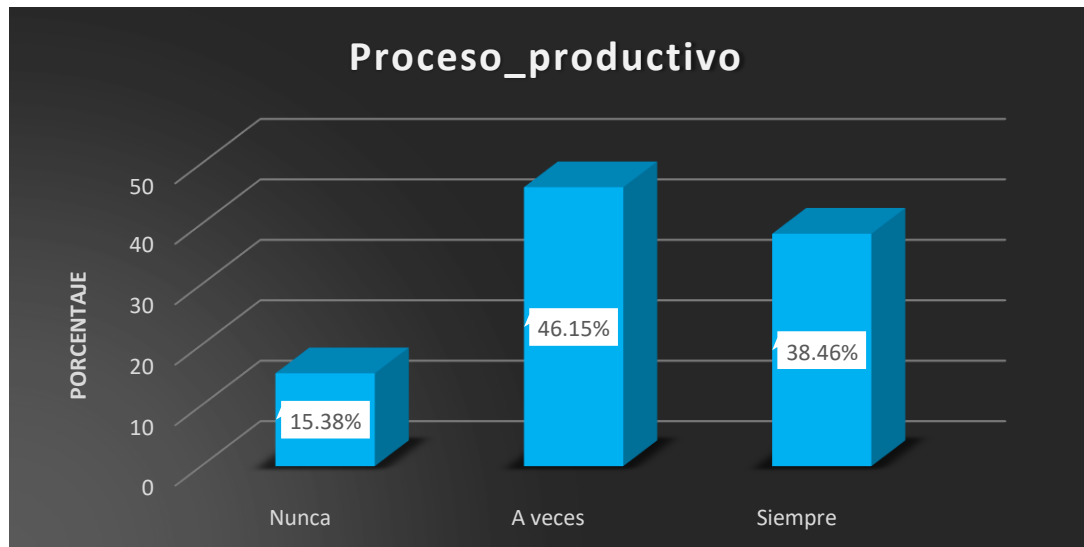
### **Interpretación:**

De acuerdo con la figura 6, se mostró el 7.7% indicaron “Nunca”, mientras el 19.2% indicaron “A veces”, y el 73.1% precisaron que “Siempre” es necesario considerar la Ventaja competitiva en una empresa del sector minero del Callao. En cuanto a los datos obtenidos también pueden visualizarlo en la tabla 11.



## Análisis de la dimensión: Proceso productivo

Figura 7: Niveles porcentuales para la dimensión Proceso productivo



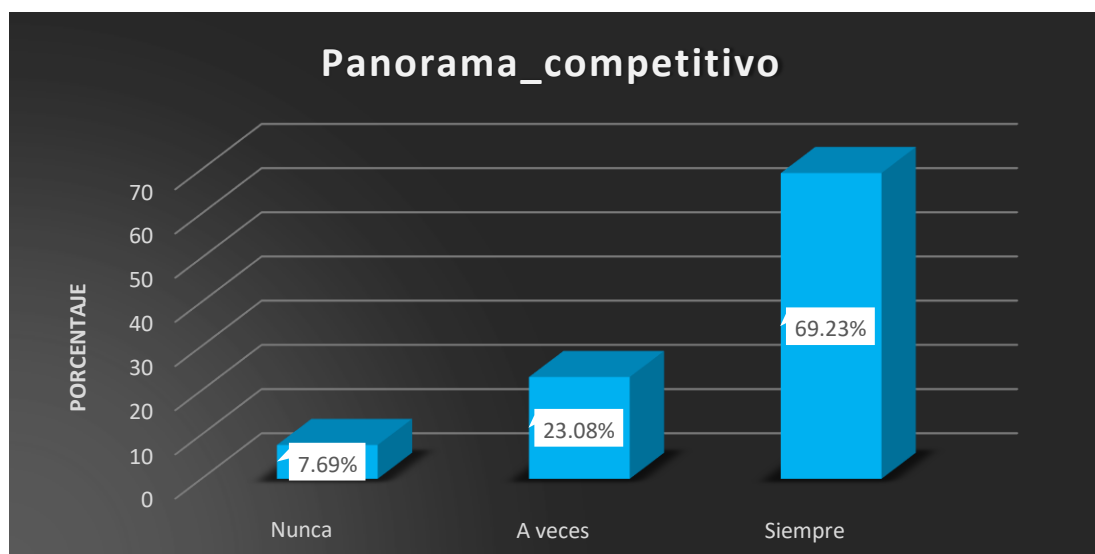
Nota: La figura muestra los niveles en porcentajes de la dimensión Proceso productivo.

### Interpretación:

En la figura 7, se pudo evidenciar el 15.4% precisaron “Nunca”, mientras que el 38.5% precisó que “Siempre” es fundamental el proceso productivo, y que el 46.2% indicaron que “A veces” se considera necesario el proceso productivo en una entidad del sector minero del Callao. Los mismos datos se pueden visualizar en la tabla 12.

## Análisis de la dimensión: Panorama competitivo

Figura 8: Niveles porcentuales para la dimensión Panorama competitivo



Nota: La figura muestra los niveles en porcentajes de la dimensión Panorama competitivo.

### Interpretación:

Se pudo observar que en la figura 8, de un conjunto de 26 colaboradores entrevistados, el 7.7% los trabajadores consideraron “Nunca”, mientras que el 23.1% expresaron “A veces”, y el 69.2% precisaron “Siempre” es necesario considerar el Panorama competitivo en una empresa del sector minero del Callao. Los datos obtenidos se pueden visualizar en la tabla 13.

### 3.1. Estadística inferencial

#### Prueba de Normalidad

Para la prueba de normalidad se consideró el tamaño de la muestra que fue 26 trabajadores, de acuerdo con la cantidad de elementos se permitió utilizar la prueba de Shapiro Wilk, por lo que el valor es inferior a 50. De tal manera que se pudo evidenciar en la tabla 1, se utilizó Shapiro-Wilk.

**Tabla N°1:** Prueba de Normalidad entre variables: Responsabilidad social corporativa y Cadena de valor

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad social corporativa	.160	26	.085	.853	26	.002
Cadena de valor	.209	26	.005	.836	26	<.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Estos datos se obtuvieron a través del programa del SPSS.

En base a los resultados obtenidos, se pudo determinar que existe certeza suficiente para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, por el cual este resultado confirma que los datos no siguen una distribución normal, debido a que la Sig. obtenida en ambas variables fue inferior a 0.05. y se utilizará para la prueba de hipótesis el método de Rho de Spearman.

## Prueba de Hipótesis

Para la interpretación del coeficiente de la correlación se puede observar en el siguiente anexo 8.

### Prueba de Hipótesis General:

Ho: No existe relación significativa entre Responsabilidad social corporativa y Cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023

H1: Existe relación significativa entre Responsabilidad social corporativa y Cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023

**Tabla 2:** *Correlación de variables: Responsabilidad social corporativo y Cadena de valor*

Correlaciones				
			Responsabilidad social corporativa	Cadena de valor
Rho de Spearman	Responsabilidad social corporativa	Coeficiente de correlación	1.000	.825**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	26	26
	Cadena de valor	Coeficiente de correlación	.825**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	26	26

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

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa del SPSS.

### Interpretación:

En la tabla 2, se pudo evidenciar que existe una correlación positiva alta de acuerdo con el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman que es igual a 0.825 ambas variables. Y la significancia que se obtuvo es de  $< 0.001$ , Por ende, en la regla de decisión es (Sig. Rho  $< 0.05$ ) se rechaza la Hipótesis nula entonces se acepta la hipótesis alterna, quiere decir que la relación que se tiene es significativa entre la variable 1 Responsabilidad social corporativo y Variable 2 Cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023.

### Prueba de Hipótesis Secundaria 1

Ho: No existe relación significativa entre los cambios sociales, políticos y ambientales con la ventaja competitiva en una empresa del sector minero del Callao, 2023.

H1: Existe relación significativa entre los cambios sociales, políticos y ambientales con la ventaja competitiva en una empresa del sector minero del Callao, 2023.

**Tabla 3:** *Correlación entre dimensiones: Cambios sociales, políticos y ambientales y Ventaja competitiva*

<b>Correlaciones</b>				
			Cambios sociales, políticos y ambientales	Ventaja competitiva
Rho de Spearman	Cambios sociales, políticos y ambientales	Coeficiente de correlación	1.000	.706**
		Sig. (bilateral)		<.001
		N	26	26
	Ventaja competitiva	Coeficiente de correlación	.706**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	
		N	26	26

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

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa del SPSS

#### **Interpretación:**

En la tabla 3, se pudo evidenciar que existe una correlación positiva alta, por lo que según el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, fue igual a 0.706 ambas dimensiones. Así que, la significancia que se obtuvo fue de < 0.001, y según la regla de decisión cuando es (Sig. Rho <0.05) se rechaza la Hipótesis nula, entonces se acepta la hipótesis alterna, quiere decir que, si existe una relación significativa para las dimensiones de Cambios sociales, políticos y ambientales, y Ventaja competitiva en una empresa del sector minero del Callao, 2023.

## Prueba de Hipótesis Secundaria 2

Ho: No existe relación significativa entre Bienestar de la sociedad con el proceso productivo en una empresa del sector minero del Callao, 2023

H1: Existe relación significativa entre Bienestar de la sociedad con el proceso productivo en una empresa del sector minero del Callao, 2023

**Tabla 4:** *Correlación entre dimensiones: Bienestar de la sociedad y Proceso productivo*

Correlaciones				
		Bienestar de la sociedad		Proceso productivo
Rho de Spearman	Bienestar de la sociedad	Coeficiente de correlación	1.000	.824**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	26	26
	Proceso productivo	Coeficiente de correlación	.824**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	26	26

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

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa del SPSS.

### Interpretación:

Se pudo observar que en la tabla 4, existe una correlación positiva alta, por lo que el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, fue igual a 0.824 para ambas dimensiones. Y la significancia obtenida fue de  $< 0.001$ , así que de acuerdo con la regla de decisión (Sig. Rho  $< 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y entonces se acepta hipótesis alterna. Quiere decir que, si existe relación significativa entre ambas dimensiones del Bienestar de la sociedad y proceso productivo en una empresa del sector minero del Callao, 2023.

## Prueba de Hipótesis Secundaria 3

Ho: No existe relación significativa entre Buen clima laboral con Panorama competitiva en una empresa del sector minero del Callao, 2023

H1: Existe relación significativa entre Buen clima laboral con Panorama competitiva en una empresa del sector minero del Callao, 2023

**Tabla 5:** *Correlación entre dimensiones: Buen clima laboral y Panorama competitivo*

<b>Correlaciones</b>				
			Buen clima laboral	Panorama competitivo
Rho de Spearman	Buen clima laboral	Coeficiente de correlación	1.000	.631**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	26	26
	Panorama competitivo	Coeficiente de correlación	.631**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	26	26

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

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa del SPSS.

### **Interpretación**

En la tabla 5, se pudo observar que en el análisis existe una correlación positiva moderada de acuerdo con el resultado del coeficiente de correlación Rho de Spearman, por el cual fue igual a 0.631 entre ambas dimensiones. Se obtuvo que la significancia fue de < 0.001, así que, según la regla de decisión cuando (Sig. Rho < 0.05) se rechaza la hipótesis nula y entonces se acepta la hipótesis alterna, quiere decir que si existe relación significativa entre las dimensiones Buen clima laboral y Panorama competitivo en una empresa del sector minero del Callao. 2023.

## V. DISCUSIÓN

Se puede determinar que, para el **objetivo general**, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman y es igual a 0.825 entre la variable Responsabilidad social corporativa y variable Cadena de valor, por el cual según la regla de decisión existe una correlación positiva alta, así mismo, se pudo demostrar la hipótesis general del estudio.

Los autores Jaimes et al. (2021) evidenciaron que las operaciones realizadas son las que causan efecto en grupo de interés, sociedad y organizaciones, por el cual no solo es en los accionistas. además, que los insumos a utilizar son sostenibles para la elaboración del producto, reduciendo así los costos y obteniendo buena calidad, de esta manera lo que hace es poder no solo satisfacer a los clientes, si no que puedan ayudar con la conciencia y crecimiento en la sociedad. Por otro lado, la autora Farro, M. (2022) nos dice que uno de los problemas más frecuentes son las que se relaciona con la política, por lo que no todas las entidades pueden garantizar, alcanzar el objetivo de cuidar el medio ambiente con fin de concientizar y crecer como sociedad.

Del mismo modo, para la cadena de valor la autora Quiroz, A. (2019) evidencio que la cadena de valor de Porter tiene el objetivo de emplear estrategias con fin de agregar un valor y reducir sus costos a sus productos, ya que, el enfoque consta de un análisis general y más conciso. Mientras que para la cadena de valor de Mckinsey, va en el sentido de emplear estrategias para obtener "costos más competitivos", ya que va en dirección del aspecto económico puede afectar no solo en una actividad también a más de una.

Así mismo, Royo, L. (2020) determina que la "Teoría de la pirámide" por Carroll Archie (1991), benefició para mantener un equilibrio, desarrollo para el alcance un mismo objetivo sin tener que descuidar en alguno de ellos, por ende, este guarda relación en base a la gestión con el entorno de la empresa, también para los autores López et al. (2022) se centró en la teoría de Michael Porter (1985) en la cual se guarda relación con la Responsabilidad social corporativa con la cadena de valor, ya que, la herramienta tiene la finalidad de dividirlo como estrategia por lo que se utilizara como objetivo a comprender mejor las actitudes y poder marcar la diferencia empleando la sostenibilidad.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se determinó que en el **objetivo específico 1**, se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman lo cual es igual a 0.706 para las dimensiones Cambios sociales, políticos y ambientales con la Ventaja competitiva, y que según la regla de decisión existe correlación positiva alta.

Seguidamente, los autores Ormaza et al. (2020) enfatizaron que los cambios sociales, políticos y ambientales tienen el objetivo de describir y garantizar la inclusión de las dimensiones para lograr los objetivos del desarrollo sostenible, por lo que este se considera un factor clave para llevar a cabo en las entidades. además, en el aspecto económico de la empresa, se deberá administrar con el propósito de contribuir con la producción y que este pueda aportar con el bienestar con el crecimiento social en general, así mismo, se utilizara con la intención de forma voluntaria en el incremento social, mas no para solo favorecer los intereses que son de forma limitada para las personas y/o entidades privadas.

Para la ventaja competitiva, los autores Abrego y Mujica (2022) identificó que el objetivo es invertir y ampliar más la productividad. por lo tanto, confirma que no es relevante considerar el nivel de vida de los habitantes como también las técnicas para el desarrollo.

Según Ormaza et al. (2020) los Cambios sociales, políticos y ambientales en las organizaciones son ideales, por lo que se tiene en cuenta en crear cambios en la sociedad y generar mayor crecimiento a través de los productos o servicios sostenibles conservando el medio ambiente. Los autores Abrego y Mujica (2022) nos aseguran que, al emplear la estrategia anterior mencionada de la dimensión, permite tener mayor incremento y participación en el mercado extranjero, de esa manera la empresa tendría una mejor posición para la defensa ante su competencia. Además, los autores Izquierdo et al. (2023) tiene relación con la teoría de la ventaja competitiva de Porter (1990) ya que, las organizaciones al desarrollar las técnicas de las ventajas diferenciales prometen el curso hacia un futuro acontecido.

Para el **objetivo específico 2**, en base a los resultados hallados se determina que se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman que fue igual a 0.824 para ambas dimensiones, indicando así que su correlación es positiva alta, por ende,



quiere decir que la dimensión Bienestar de la sociedad influye en el proceso productivo.

Para Martínez et al. (2021) mencionó que su propósito es dar a conocer y promover el bienestar social empresarial, ya que para las empresas es necesario desarrollar las 5 fases: físico, emocional, financiero, profesional y social con el interés de otorgar el estilo de vida a los colaboradores. en el aspecto negativo nos indica que podría cambiar y ocasionar eventos desfavorables en el buen funcionamiento del usuario dentro de la sociedad.

Precisaron los autores Rivera et al. (2020), el proceso productivo se enfoca en la eficacia, en la cual se basa en un conjunto de actividades para producir un producto empleando las mejoras en el procedimiento y funciones para proporcionar calidad al producto final. tanto los autores confirman a través de una encuesta que existe el descuido en las empresas como mayor porcentaje del desempeño laboral, equipos de trabajo, innovación en procesos operativos, innovación en procesos estratégicos e innovación en servicios al cliente.

De tal manera que según los estudios de los autores Martínez et al. (2021) concuerdan con la definición de Keyes, Wilensky y Lebeaux, que el bienestar social son un tipo de programas e instituciones que tienen la finalidad de mejorar en lo social, económico, salud y organizaciones, y que este aumente la calidad de vida de ellos. Sin embargo, en términos empresariales, el bienestar social depende mucho de la calidad del producto o servicio. Por otro lado, los autores Rivera et al. (2020) que el término del proceso productivo son fases que se llevan a cabo para obtener un producto o servicio terminado, y que este cumpla con la calidad y satisfacción a los clientes. Para ambas dimensiones es que durante el proceso productivo y tener el producto terminado se tiene mucho en cuenta el bienestar de los colaboradores, por lo que, si no se toma de forma relevante su bienestar de ellos, disminuiría la productividad de la empresa como también la posición en el mercado.

Por último, para el **objetivo específico 3**, se empleó el Rho de Spearman para la dimensión Buen clima laboral y Panorama competitivo, obteniendo como resultado igual a 0.631, y la correlación que se tuvo según la regla de decisión fue positiva moderada.

La autora Hernández, N. (2019) expresó que la idea de obtener un buen clima laboral se debe llevar a cabo grupos de trabajo e ir en una misma dirección para contribuir en la empresa. Por otro lado, Davies, E. (2022) fomento que en la teoría de los autores Halpin y Croft en el 1963 hacen hincapié en los aspectos negativos para el clima laboral, lo cual consideración la falta de compromiso, Obstáculos, Espíritu de cuerpo, Intimidación, Indiferencia, Énfasis en la producción y resultado, confianza y Consideración, estas dimensiones son consideradas que influyen en tener un desempeño laboral afecte en la producción.

El autor Ospina et al. (2020) nos dice que el panorama competitivo tiene la ventaja de utilizar la inteligencia interna y externa para obtener un panorama general de nuestra competencia, así evaluar cada uno de sus comportamientos. también como forma negativa puede afectar al estilo de vida si se centra en un punto específico descuidamos otros puntos, lo cual conlleva a tener pérdidas económicas.

La autora Hernández, N. (2019) enfatizó que esta teoría busca que los líderes de las organizaciones busquen la comodidad de los trabajadores en su ámbito laboral, con el propósito de obtener mayor rendimiento durante la productividad de la empresa. Así mismo, el autor Ospina et al. (2020) da entender en su investigación que se necesita realizar un estudio que se pueda complementar lo cual permitirá obtener un panorama general del comportamiento de los competidores. además, la relación que tiene ambas dimensiones es que para poder mantener la posición en el mercado se necesita mucho el rendimiento laboral que es relevante para obtener mayor productividad y de calidad para así definir su participación y posicionamiento con la competencia.

## VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó que existe relación entre la variable Responsabilidad social corporativo y la variable cadena de valor, dado que se tiene una correlación de 0.825, y se obtuvo una sig. de 0.001 por el cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; de manera que se tiene una relación positiva alta entre Responsabilidad social corporativo y cadena de valor, por consiguiente, se concluye que la responsabilidad social corporativa influye en la cadena de valor, de manera que su objetivo no solo es satisfacer las necesidades de nuestros clientes, también al poder brindar un producto o servicio se necesitará emplear un valor agregado que pueda contribuir con el crecimiento de la sociedad de forma sostenible para que las empresas puedan seguir coexistiendo en un futuro.
2. Se identificó que la conexión entre la dimensión Cambios sociales, políticos y ambientales, y la dimensión ventaja competitiva, que existe una correlación de 0.706 y significancia bilateral de 0.001, lo que permite optar por la hipótesis alterna y rechazar la nula, teniendo una relación positiva alta entre ambas dimensiones. Así mismo, se puede concluir que al tener en cuenta los 3 pilares de la Responsabilidad social corporativa en la Ventaja competitiva esta estrategia lograra ser capaz de obtener una mejor posición y participación en el mercado, generando a la sociedad a poder ser más sostenibles y ayudar a poder preservar el medio ambiente.
3. Se llegó a concluir que existe coherencia entre la dimensión Bienestar de la sociedad y la dimensión proceso productivo, obteniendo una correlación de 0.824, y con un valor de 0.001, lo cual rechazaríamos la hipótesis nula y optamos por la hipótesis alterna; de esta manera se estaría afirmando que existe una relación positiva alta entre Bienestar de la sociedad y proceso productivo. Por ende, se precisó que el bienestar influye en el proceso productivo, de tal manera que se debe tener en cuenta el rendimiento laboral, por lo que depende de ello la posición de la empresa en el mercado.

4. Por último, Se concluyo que existe coherencia entre la dimensión Buen clima laboral y la dimensión panorama competitivo, alcanzando una correlación de 0.631, y obteniendo un valor de 0.001 lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; así mismo, se afirma que existe una relación positiva moderada entre Buen clima laboral y panorama competitivo. Para concluir, se determinó que para obtener un panorama competitivo se vincula con el buen clima laboral, permitiendo evaluar el rendimiento laboral obteniendo mayor productividad, con el objetivo de tener una mejor posición y ventaja de su competencia.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda a la empresa del sector minero del Callao, en seguir mejorando con las estrategias de la Responsabilidad social corporativo y cadena de valor, por el cual conlleva a poder agregar un valor significativo a sus productos que pueda ayudar a reducir la contaminación en las zonas en donde se encuentra ubicada las minas, a fin de generar a través del producto conciencia y crear un cambio en la sociedad.
2. Se recomienda a la empresa del sector minero del Callao, considerar y emplear los cambios sociales, políticos y ambientales en la ventaja competitiva, esta estrategia permitirá poder ser sostenible, reducir sus costes y que sus precios sean más competitivos a fin de tener una mejor posición en el mercado.
3. Se recomienda a la empresa del sector minero del Callao, en tener en cuenta el bienestar de la sociedad en el proceso productivo, por lo que se relaciona con la calidad de vida que se puede otorgar a los trabajadores ya que depende mucho de la calidad del producto que va dirigido al consumidor, así mismo, al emplear una supervisión en el área de producción se podrá evaluar y controlar las dificultades que se pudieran existir.
4. Se recomienda a la empresa del sector minero del Callao, que puede mejorar realizando una supervisión de forma mensual, de esa manera se estaría verificando si los equipos de trabajo van por un mismo objetivo, además que, para obtener un panorama competitivo será necesario estudiar la parte interna y externa de la organización a fin de tener un panorama general acerca del comportamiento de la competencia.

## REFERENCIAS

- Abrego, A., & Mujica, N. (2022). ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y DE E-COMMERCE PARA POTENCIAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS EN LOS ENTORNOS VIRTUALES DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS DE LA CIUDAD DE PANAMÁ EN TIEMPOS DE COVID - 19. *Revista FAECO Sapiens*, 5(1), 42–70. Recuperado de [https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco\\_sapiens/article/view/2675](https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/2675)
- Ángeles, P. (2023). *Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva en la empresa HM Ingenieros Consultores, San Borja - 2022*. Universidad Autónoma del Perú. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.13067/2407>
- Aponte, M. (2022). *La competitividad como instrumento de evaluación para medir la eficiencia, eficacia y generar ventaja competitiva en el hotel Ixnuk E.I.R.L.* Universidad Nacional de Piura. Recuperado de: <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3493>
- Arias, F., y Batista, A. (2022). Responsabilidad social empresarial y competitividad en el sector logístico-aduanero. *Panorama Económico*, 30(1), 8–28. Recuperado de: <https://doi.org/10.32997/pe-2022-4206>
- Benítez, L., & Castellero, E. (2022). Análisis de la cadena de valor de la empresa Avanza Mobility ADO. *Revista Transporte y Territorio*, 26. Recuperado de: <https://doi.org/10.34096/rtt.i26.9351>
- Carrero, G. (2022) Gestión por procesos y su incidencia en la eficiencia operativa en los procesos productivos de una empresa de empaques, periodo 2020-2021. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/84751>
- Castaño, A. & Arias, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las organizaciones: una revisión sistemática. *Universidad*

*Empresa*, 23(40).

Recuperado

de:

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8859>

Coral, R. (2022). *La responsabilidad social empresarial de la empresa transnacional orazul energy peru y su relacion con el desarrollo sostenible de la comunidad campesina Cruz de Mayo, Caraz – Huaylas – Ancash 2019*. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Recuperado de: <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/5039>

Davies, E. (2022). Importancia del Clima laboral para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. *Gestión En El Tercer Milenio*, 25(49), 147–151. Recuperado de: <https://doi.org/10.15381/gtm.v25i49.19842>

De la Lama, P., De la Lama, M., & De la Lama, A. (2021). Los instrumentos de la investigación científica. Hacia una plataforma teórica que clarifique y gratifique. *Horizonte de la ciencia*, 12(22), 189–202. Recuperado de: <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.22.1078>

Espinoza, K. (2021). Clima laboral y su efecto en el desempeño laboral de los colaboradores del área comercial de una entidad financiera, Perú 2021. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/70381>

Falcón, C., & Fuentes, J. (2019). Mejorando el bienestar de la sociedad a través del cooperativismo de plataforma. *CIRIEC-España revista de economía pública social y cooperativa*, 95, 161. Recuperado de: <https://doi.org/10.7203/ciriec-e.95.12655>

Farro, M. (2022) Responsabilidad Social Empresarial en el Perú - Universidad César Vallejo. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://www.ucv.edu.pe/blog/responsabilidad-social-empresarial-en-el-peru/>

Gonzales, M., Jarama, O. & Rodríguez, E. (2022). *Análisis de la cadena de valor del sector minero en el Azuay. Caso de estudio: Empresas mineras Reina*

*del Cisne y Las Palmas*. Universidad del Azuay. Recuperado de:  
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11755>

Inguillay, L., Tercero, S. & Aguirre, J. (2019). *Ética en la investigación científica Ethics in scientific research*. Revista-imaginariosocial.com. Recuperado de:  
<https://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/download/10/19>

Inocente, D. & Lara, F. (2019). *Análisis de la cadena de valor de las empresas exportadoras de quinua orgánica de Puno a fin de aumentar su competitividad al mercado alemán*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de:  
<http://hdl.handle.net/10757/625714>

Izquierdo, J., Jiménez, R., Castro, G., & Ramos, E. (2023). Competitividad empresarial de las pequeñas empresas en los años 2020 - 2022: una revisión sistemática. *Avances*, 25(2), Recuperado de:  
<http://avances.pinar.cu/index.php/publicaciones/article/>

Jaimés, M., Jacobo, C., & Ochoa, S. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria. *Tiempo y economía*, 8(2), 201–217. Recuperado de: <https://doi.org/10.21789/24222704.1720>

Jarama & Rodríguez (2022). *Análisis de la cadena de valor del sector minero en el Azuay. Caso de estudio: Empresas mineras Reina del Cisne y Las Palmas*. Universidad del Azuay. Recuperado de:  
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11755>

López, E., Méndez, G., Ávila, H., Chaconta F., & Rueda, F. (2023). Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales: una revisión de la literatura. *Ingeniería*, 28(Suppl), e17872. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.14483/23448393.17872>



- López, K. (2023). *Propuesta de un plan de responsabilidad social corporativa para empresas privadas de Morona Santiago*. Universidad Católica de Cuenca. Recuperado de: <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/14110>
- Mallaupoma, K. (2022). La responsabilidad social en el sector minero. IPEDD. Recuperado de: <https://www.ipedd.com/la-responsabilidad-social-en-el-sector-minero/>
- Mantienzo, R. (2023). *Gestión administrativa y su incidencia en los proyectos de inversión en una oficina general del Sector Justicia, 2022*. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/115894>
- Marcos, C. (2023). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA BAJO UN MODELO DE ECONOMÍA CIRCULAR*. Jaén: Universidad de Jaén. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/10953.1/19387>
- Martínez, C. (2021). Cadenas de valor en las que participa México. *Dripcapital.com*. Recuperado de: <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/cadenas-de-valor-mexico>
- Martínez, M., Gorjón, F., Capraccio, R., & Ortega, Y. (2021). Bienestar social en mujeres víctimas del conflicto armado en la fundación humildad extrema en Cúcuta. *AVFT – Archivos Venezolanos De Farmacología Y Terapéutica*, 39(8). Recuperado de: [http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev\\_aavft/article/view/21317](http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_aavft/article/view/21317)
- Mata, L. (2019). *Profundidad o alcance de los estudios cuantitativos*. Investigalia. Recuperado de: <https://investigaliacr.com/investigacion/profundidad-o-alcance-de-los-estudios-cuantitativos/>
- Mena, F. (2019). *Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de Responsabilidad Social*. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/?ref=gesr>

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2022) Plan de Bienestar Social 2022. Gob.pe. Plataforma digital única del Estado Peruano. Recuperado de: <https://www.gob.pe/es/i/2868221>

*Organización internacional del trabajo (2021) Perú fortalece 10 sectores productivos con cadenas de valor con enfoque sistémico, inclusivo y sostenible con apoyo de OIT.* Recuperado de: [https://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS\\_775811/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS_775811/lang--es/index.htm)

Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F. & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de ciencias sociales - Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 26(3), 175–193. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565475>

Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F. & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 175-193. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565475>

Ospina, M., Medina, V. & Rodriguez, J. (2020). Integración de la Inteligencia de Negocios, la Inteligencia de Mercados y la Inteligencia Competitiva desde el análisis de datos. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E34), 609-619. Recuperado de: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/integracióndelainteligencianegociosmercados/docview/2452331845/se-2?accountid=37408>

Quiroz, A. (2019). *Diseño de la cadena de valor de la producción del aceite de palta peruana*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/14768>

Ramírez, R., Ríos, J., Lay, N. & Ramírez, R. (2021). Estrategias empresariales y cadena de valor en mercados sostenibles: una revisión teórica. *Revista de ciencias sociales - Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas*

y Sociales. Recuperado de:  
<https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/8929>

Ramos, V., Duque, P. & Vieira, J. (2021). Responsabilidad Social Corporativa y Emprendimiento: evolución y tendencias de investigación. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), 1–34. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4210>

Rivera, Y., Landero, J., Dávila, S. & Sevilla, A. (2020). Influencia de la innovación en el proceso productivo. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 33, 64–78. Recuperado de: <https://doi.org/10.5377/farem.v0i33.9609>

Robles, B. (2019). Población y muestra. *PUEBLO CONTINENTE*, 30(1), 245–247. Recuperado de:  
<http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/1269/1099>

Royo, L. (2020). *La responsabilidad social corporativa: análisis y revisión teórica*. Recuperado de: <https://ddd.uab.cat/record/225242>

Sánchez, J., & Godoy, J. (2022). ¿RECONOCE EL MERCADO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA? *RAE*, 62(2). Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/s0034-759020220205>

Segarra, P. (2019). *Las empresas españolas, cada vez más conscientes de su responsabilidad social*. 20 minutos. <https://www.20minutos.es/noticia/4025323/0/las-empresas-espanolas-cada-vez-mas-conscientes-de-su-responsabilidad-social/>

Universidad de Guanajuato. (2021). *Clase digital 4. Definición del alcance de la investigación que se realizará: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo*. Recursos Educativos Abiertos; Sistema Universitario de Multimodalidad Educativo (SUME) - Universidad de Guanajuato. Recuperado de: <https://blogs.ugto.mx/rea/clase-digital-4-definicion-del-alcance-de-la-investigacion-que-se-realizara-exploratorio-descriptivo-correlacional-o-explicativo/>

Vargas, S. (2023). *Modelo de gestión estratégica en el proceso de producción para la mejora de la ventaja competitiva en una empresa textil*. Universidad Ricardo Palma. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.14138/6339>

# ANEXO

## Anexo 1: Tabla de Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Variable 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</b>	Según Ramos et al. (2021). La RSE es el compromiso que tienen las empresas con la sociedad para actuar de forma voluntaria siendo éticos y responsables. Lo cual para realizar las negociaciones se necesita ser justo, transparente y respetar los derechos humanos. Esto permite que las organizaciones se adapten a los cambios sociales, políticos y ambientales, ya que ayuda a comprometerse con el bienestar de la sociedad, además mejorar su imagen, buen clima laboral y desarrollar más productividad empleando la reducción de costos operativos.	La variable Responsabilidad social corporativa consiste en que las organizaciones se adapten a los cambios sociales, políticos y ambientales; bienestar de la sociedad y buen clima laboral. De tal manera se consideran 3 indicadores para cada uno de ellos.	Cambios sociales, políticos y ambientales	Calidad de vida	Se considera un factor importante en la empresa el estilo de vida	<b>Ordinal</b>  5: Siempre 4: Casi Siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
					La responsabilidad social corporativa se enfoca en la forma de vida de sus colaboradores	
				Crecimiento en la sociedad	Se estima que el incremento social es parte fundamental de la responsabilidad social corporativa	
			Bienestar de la sociedad	Protección del ecosistema	Las empresas consideran el cuidado del medio ambiente al realizar las operaciones	
				Bienestar de los colaboradores	Las empresas del sector minero atienden el bienestar organizacional	
				Calidad del producto	La responsabilidad social corporativa toma en cuenta los requerimientos del producto que se va a ofrecer	
			Buen clima laboral	Cultura corporativa	El paradigma organizacional es relativo para una empresa del sector minero	
				Entorno laboral	Se estima que el ambiente corporativo es crucial para una empresa del sector minero	
				Solución efectiva	La resolución de problemas es considerada como parte fundamental para obtener un buen clima organizacional	
				Rendimiento laboral	Al obtener un buen clima organizacional, la empresa del sector minero mide el desempeño laboral de sus colaboradores	
<b>Variable 2: CADENA DE VALOR</b>	Según Rojas, Y. (2020). Define que la cadena de valor es un análisis estratégico para identificar las ventajas competitivas en el que nos encontramos en el mercado frente a los competidores, lo cual permitirá ayudar a mejorar el proceso productivo ofreciendo valor al producto o servicio final. Además, al realizar este análisis el autor lo define "panorama competitivo" por ende es integrador por sus elementos.	La variable Cadena de valor consiste en identificar las ventajas competitivas para hacer frente a nuestros competidores. Lo cual sus dimensiones serán la ventaja competitiva, proceso productivo y panorama competitivo. De tal manera se consideran 3 indicadores para cada uno de ellos.	Ventaja competitiva	Incremento de productividad	El aumento de la productividad es considerado como ventaja competitiva en una empresa del sector minero	<b>Ordinal</b>  5: Siempre 4: Casi Siempre 3: A veces 2: Casi nunca 1: Nunca
					Con respecto a la ventaja competitiva, el desempeño laboral es vital para obtener mayor producción	
				Participación en el mercado	El implementar estrategias nos permite obtener gran aportación en el mercado	
			Proceso productivo	Infraestructura	Para llevar a cabo el desarrollo de actividades se considera los sistemas físicos básicos de una empresa del sector minero	
				Consumidores	La cadena de valor permite comprender el proceso de producción con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes.	
				Elaboración del producto	Conocer el proceso de producción empresarial es fundamental para aumentar la satisfacción de los clientes	
			Panorama competitivo	Inventario	El registro de la materia prima es importante para el proceso de producción de una empresa del sector minero	
				Inteligencia interna	La inteligencia es considerada como la parte interna de la organización entendiendo las nuevas tendencias de los clientes	
				Inteligencia externa	Se toma en cuenta que para entender mejor la competencia se realiza la inteligencia de manera externa de la empresa	
				Panorama general	Se considera que al comprender el sector minero obtendremos una perspectiva general acerca de los competidores	

## Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**  
**FICHA DE ENCUESTA**

Estimado cliente/colaborador, sus respuestas en el siguiente cuestionario son de mucha importancia ya que contribuirán a una investigación de tipo académica, que busca establecer la relación entre las variables Responsabilidad social corporativa y cadena de valor. Toda la información será confidencial.

De la misma manera se requiere su **consentimiento informado** para poder aplicarle el instrumento de investigación. En ese sentido agradeceré marcar el siguiente recuadro en señal de conformidad:

Declaro estar informado de la aplicación de la siguiente encuesta y en señal de conformidad marco con una x el casillero:

Estoy de acuerdo

No estoy de acuerdo

TIEMPO DE DURACIÓN: 15 MINUTOS  
INSTRUCCIONES

Marcar con una (X) el número según la importancia que usted considere

ESCALA DE VALORACION	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4

V1. Responsabilidad social corporativa				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				1	2	3	4	5
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Cambios sociales, políticos y ambientales	Calidad de vida	1	Se considera un factor importante en la empresa el estilo de vida					
		2	La responsabilidad social corporativa se enfoca en la forma de vida de sus colaboradores					
	Crecimiento en la sociedad	3	Se estima que el incremento social es parte fundamental de la responsabilidad social corporativa					
	Protección del ecosistema	4	Las empresas consideran el cuidado del medio ambiente al realizar las operaciones					
Bienestar de la sociedad	Bienestar de los colaboradores	5	Las empresas del sector minero atienden el bienestar organizacional					
	Calidad del producto	6	La responsabilidad social corporativa toma en cuenta los requerimientos del producto que se va a ofrecer					
	Cultura corporativa	7	El paradigma organizacional es relativo para una empresa del sector minero					
Buen clima laboral	Entorno laboral	8	Se estima que el ambiente corporativo es crucial para una empresa del sector minero					
	Solución efectiva	9	La resolución de problemas es considerada como parte fundamental para obtener un buen clima organizacional					
	Rendimiento laboral	10	Al obtener un buen clima organizacional, la empresa del sector minero mide el desempeño laboral de sus colaboradores					

V2. Cadena de Valor				OPCIÓN DE RESPUESTA				
				1	2	3	4	5
Dimensión	Indicador	N°	Ítems	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Ventaja competitiva	Incremento de productividad	11	El aumento de la productividad es considerado como ventaja competitiva en una empresa del sector minero					
		12	Con respecto a la ventaja competitiva, el desempeño laboral es vital para obtener mayor producción					
	Participación en el mercado	13	El implementar estrategias nos permite obtener gran aportación en el mercado					
	Infraestructura	14	Para llevar a cabo el desarrollo de actividades se considera los sistemas físicos básicos de una empresa del sector minero					
Proceso productivo	Consumidores	15	La cadena de valor permite comprender el proceso de producción con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes.					
	Elaboración del producto	16	Conocer el proceso de producción empresarial es fundamental para aumentar la satisfacción de los clientes					
	Inventario	17	El registro de la materia prima es importante para el proceso de producción de una empresa del sector minero					
Panorama competitivo	Inteligencia interna	18	La inteligencia es considerada como la parte interna de la organización entendiendo las nuevas tendencias de los clientes					
	Inteligencia externa	18	Se toma en cuenta que para entender mejor la competencia se realiza la inteligencia de manera externa de la empresa					
	Panorama general	20	Se considera que al comprender el sector minero obtendremos una perspectiva general acerca de los competidores					

Muchas gracias



### Anexo 3: Evaluación por juicio de expertos 1

#### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	<i>Jose Luis Ferrero Escobedo</i>	
Grado profesional:	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( )
Área de formación académica:	Clinica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )	

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autora:	Rivas Mauricio, Suleika Rosalinda
Procedencia:	De la autora
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023
Significación:	Está compuesta por dos variables: <ul style="list-style-type: none"> <li>- La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> <li>- La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> </ul>



#### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Responsabilidad social corporativa

Según Ramos et al. (2021). La RSE es el compromiso que tienen las empresas con la sociedad para actuar de forma voluntaria siendo éticos y responsables. Lo cual para realizar las negociaciones se necesita ser justo, transparente y respetar los derechos humanos. Esto permite que las organizaciones se adapten a los cambios sociales, políticos y ambientales, ya que ayuda a comprometerse con el bienestar de la sociedad, además mejorar su imagen, buen clima laboral y desarrollar más productividad empleando la reducción de costos operativos.

- **Variable 2:** Cadena de valor

Según Rojas, Y. (2020). Define que la cadena de valor es un análisis estratégico para identificar las ventajas competitivas en el que nos encontramos en el mercado frente a los competidores, lo cual permitirá ayudar a mejorar el proceso productivo ofreciendo valor al producto o servicio final. Además, al realizar este análisis el autor lo define "panorama competitivo" por ende es integrado por sus elementos.



Variable	Dimensiones	Definición
Responsabilidad social corporativa	Cambios sociales, políticos y ambientales	En una revista de ciencias sociales, según los autores Ormaza et al. (2020). Su objetivo es describir y responder los objetivos del desarrollo sostenible lo cual incluye las dimensiones económicas, políticas, sociales, ambientales y éticas en las empresas de Ecuador. Lo cual nos dice que para la RSE será necesario las actividades para la supervivencia, que implica las estrategias y sostenibilidad en las organizaciones. En el mundo empresarial moderno de las operaciones globales, cabe resaltar que las empresas van cambiando constantemente y el enfoque frente a los cambios sociales del entorno. Se considera que la sostenibilidad es un factor clave para la ejecución en las organizaciones. Además, hoy en día se le conoce como "triple balance" de las dimensiones que engloba la económica, social y ambiental. Para el ámbito social, se define como una forma de producir una variación en el estilo de calidad de vida, salud y educación. con respecto al ámbito político o económico, consiste en pretender mejorar el crecimiento en la sociedad de forma equitativa sin realizar daños con el medio ambiente a través de las actividades, por último, en el ámbito ambiental, es más que nada emplear y utilizar estrategias con la finalidad de proteger y reservar constantemente la naturaleza, ya que es de gran beneficio para las corporaciones los ecosistemas.

	<p>Bienestar de la sociedad</p>	<p>En el artículo científico, Martínez et al. (2021) señala que el objetivo es conocer y cómo potenciar el bienestar social empresarial. por ende, el bienestar social en las organizaciones existe 5 fases de los cuales cada una de ella aumentan más la calidad de vida en los trabajadores, que es de gran prioridad buscar el bienestar de los colaboradores por lo que la productividad está relacionada con la felicidad de los trabajadores, ya que, la calidad del producto o servicio que brinda la empresa depende mucho del desempeño de cada uno de ellos. A continuación, las 5 facetas son: Físico, emocional, financiero, profesional y social. La definición del bienestar social consiste en crear una comunidad para desarrollar la pertenencia al grupo, quiere decir que implica mostrar a los trabajadores que son parte de la cultura corporativa y que sientan el apoyo como también en los equipos de la empresa.</p>
	<p>Buen clima laboral</p>	<p>En una investigación de la universidad de América, la autora Hernández, N. (2019). nos explica que el buen clima laboral tiene mucha relación con la empresa, que abarca distintos ámbitos como los puestos de trabajo, el sentimiento con el entorno laboral, sueldos y funciones laborales. Todo lo mencionado se relaciona con los líderes quienes dirigen y buscan el bienestar de cada uno de los colaboradores, lo cual el objetivo de obtener un buen clima laboral será formar un equipo de trabajo con la finalidad de que todos alcancen las mismas metas en contribución para la empresa. el concepto que tiene la autora, es que el clima laboral es parte de cada uno, quiere decir que es importante que los trabajadores se sientan bien en el área donde realizan sus funciones, además, tiene que ver con las personas que lo rodean, es por ello que para cada área existe un supervisor lo cual su función es que para mantener un buen clima laboral debe estar pendiente y en el caso de tener conflictos, hallar una solución efectiva, de tal modo se evitará que el rendimiento de los colaboradores afecten en la producción.</p>
<p>Cadena de valor</p>	<p>Ventaja competitiva</p>	<p>En un estudio Abrego y Mujica (2022). Consistió en incrementar y tener mayor participación en los mercados internacionales, en otras palabras, incrementar más la productividad. entonces, por ventaja competitiva se entiende que se basa en la inversión para el crecimiento, por lo cual los autores confirman que ya no es importante la condición de vida de los habitantes y procesos de desarrollo. se determinó que tienen mucho que ver la infraestructura, mercados financieros, los consumidores, la producción, tasa, inversiones, tecnología y entre otros elementos que influyen como la educación y cultura, es competitivo cuando las empresas se encuentran ubicadas en él. de acuerdo con los conceptos, la estrategia competitiva son acciones que se consideraron ofensivas o defensivas con el objetivo de poder tener una posición en que la empresa se pueda defender.</p>



Proceso productivo	<p>Los autores Rivera et al. (2020) establecieron en su estudio la influencia de la innovación en el proceso productivo en una estación de servicios, como metodología fue aplicada, con enfoque mixto. Por otro lado, consideró 22 participantes en dicha empresa, determinando el 95% mejoras en atención al cliente por la innovación en los servicios, como 13.6% de trabajadores comprenden los objetivos de la entidad, 40.9% se precisó bajo y medio para la innovación en los procesos de soporte, para nivel medio hubo mejora en los procesos de operación con el mismo porcentaje anterior, 54.5% desarrollaron equipos de trabajos y demostró que esta estrategia influye la eficiencia en las funciones, mientras que el 50% se desarrolló la mejora del desempeño laboral. En su investigación conceptualizan como diversas operaciones para llevar a cabo un producto o servicio, también se define como la utilización de materiales para la elaboración de las funciones que tiene la compañía. Además, para ello se realiza un inventario a diario de los productos vendidos, como también tener registrado de forma mensual para el abastecimiento de materia prima en el almacén. Así mismo, al hablar de proceso productivo se toma en cuenta que para tener un producto o servicio terminado deberá pasar por diferentes fases con la única finalidad de que dicho producto o servicio sea de calidad y pueda satisfacer las necesidades de nuestro consumidor.</p>
Panorama competitivo	<p>En un artículo para una revista, Ospina et al. (2020) tuvo como objetivo analizar las 3 áreas interdisciplinarias y comprender cada una de ellas, nos dice que, para entender el panorama competitivo de una empresa, se determinará qué es el BI (inteligencias de negocios) Y CI (Inteligencia Competitiva), el BI es la inteligencia que se llevará a cabo de la parte interna de la organización entendiendo las características, tendencias con respecto de los clientes. y el CI es la inteligencia, pero esta se realiza de manera externa de la organización, pero de los competidores, de esa forma se entenderá mejor la competencia que hay entre ellas. ahora para determinar el panorama competitivo, se basa en que ambos son un complemento lo cual permitirá un estudio de la parte interna y externa de la empresa, teniendo un panorama general de los comportamientos de todos los participantes en el mercado (competencia).</p>

### Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023” elaborado por Rivas Mauricio, Suleika Rosalinda en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.

El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable del instrumento:** Responsabilidad social corporativa

- Primera dimensión: Cambios sociales, políticos y ambientales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Calidad de vida	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
Crecimiento en la sociedad	3	4	4	4	
Protección del ecosistema	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: Bienestar de la sociedad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Bienestar de los colaboradores	5	4	4	4	
Calidad del producto	6	4	4	4	
Cultura corporativa	7	4	4	4	

- Tercera dimensión: Buen clima laboral

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Entorno laboral	8	4	4	4	
Solución efectiva	9	4	4	4	
Rendimiento laboral	10	4	4	4	

**Variable del instrumento:** Cadena de valor

- Primera dimensión: Ventaja competitiva

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Incremento de productividad	11	4	4	4	
	12	4	4	4	
Participación en el mercado	13	4	4	4	
Infraestructura	14	4	4	4	


- Segunda dimensión: Proceso productivo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Consumidores	15	4	4	4	
Elaboración del producto	16	4	4	4	
Inventario	17	4	4	4	

- Tercera dimensión: Panorama competitivo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Inteligencia interna	18	4	4	4	
Inteligencia externa	19	4	4	4	
Panorama general	20	4	4	4	



  
(Grado, Nombres y Apellidos del juez)  
DNI N° ..... 40590566



Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Evaluación por juicio de expertos 2

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	Julio Cesar Manrique Cespedes
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )                      Doctor (    )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica (    )                      Social (    ) Educativa (    )                      Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional el área:</b>	2 a 4 años (    ) Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario en escala ordinal
<b>Autora:</b>	Rivas Mauricio, Suleika Rosalinda
<b>Procedencia:</b>	De la autora
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023
<b>Significación:</b>	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.





#### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Responsabilidad social corporativa

según Ramos et al. (2021). La RSE es el compromiso que tienen las empresas con la sociedad para actuar de forma voluntaria siendo éticos y responsables. Lo cual para realizar las negociaciones se necesita ser justo, transparente y respetar los derechos humanos. Esto permite que las organizaciones se adapten a los cambios sociales, políticos y ambientales, ya que ayuda a comprometerse con el bienestar de la sociedad, además mejorar su imagen, buen clima laboral y desarrollar más productividad empleando la reducción de costos operativos.

- **Variable 2:** Cadena de valor

Según **Rojas, Y. (2020)**. Define que la cadena de valor es un análisis estratégico para identificar las ventajas competitivas en el que nos encontramos en el mercado frente a los competidores, lo cual permitirá ayudar a mejorar el proceso productivo ofreciendo valor al producto o servicio final. Además, al realizar este análisis el autor lo define "panorama competitivo" por ende es integrado por sus elementos.

Variable	Dimensiones	Definición
Responsabilidad social corporativa	Cambios sociales, políticos y ambientales	En una revista de ciencias sociales, según los autores Ormaza et al. (2020). Su objetivo es describir y responder los objetivos del desarrollo sostenible lo cual incluye las dimensiones económicas, políticas, sociales, ambientales y éticas en las empresas de Ecuador. Lo cual nos dice que para la RSE será necesario las actividades para la supervivencia, que implica las estrategias y sostenibilidad en las organizaciones. En el mundo empresarial moderno de las operaciones globales, cabe resaltar que las empresas van cambiando constantemente y el enfoque frente a los cambios sociales del entorno. Se considera que la sostenibilidad es un factor clave para la ejecución en las organizaciones. Además, hoy en día se le conoce como "triple balance" de las dimensiones que engloba la económica, social y ambiental. Para el ámbito social, se define como una forma de producir una variación en el estilo de calidad de vida, salud y educación. con respecto al ámbito político o económico, consiste en pretender mejorar el crecimiento en la sociedad de forma equitativa sin realizar daños con el medio ambiente a través de las actividades, por último, en el ámbito ambiental, es más que nada emplear y utilizar estrategias con la finalidad de proteger y reservar constantemente la naturaleza, ya que es de gran beneficio para las corporaciones los ecosistemas.



	<p>Bienestar de la sociedad</p>	<p>En el artículo científico, Martínez et al. (2021) señala que el objetivo es conocer y cómo potenciar el bienestar social empresarial. por ende, el bienestar social en las organizaciones existe 5 fases de los cuales cada una de ella aumentan más la calidad de vida en los trabajadores, que es de gran prioridad buscar el bienestar de los colaboradores por lo que la productividad está relacionada con la felicidad de los trabajadores, ya que, la calidad del producto o servicio que brinda la empresa depende mucho del desempeño de cada uno de ellos. A continuación, las 5 facetas son: Físico, emocional, financiero, profesional y social. La definición del bienestar social consiste en crear una comunidad para desarrollar la pertenencia al grupo, quiere decir que implica mostrar a los trabajadores que son parte de la cultura corporativa y que sientan el apoyo como también en los equipos de la empresa.</p>
	<p>Buen clima laboral</p>	<p>En una investigación de la universidad de América, la autora Hernández, N. (2019). nos explica que el buen clima laboral tiene mucha relación con la empresa, que abarca distintos ámbitos como los puestos de trabajo, el sentimiento con el entorno laboral, sueldos y funciones laborales. Todo lo mencionado se relaciona con los líderes quienes dirigen y buscan el bienestar de cada uno de los colaboradores, lo cual el objetivo de obtener un buen clima laboral será formar un equipo de trabajo con la finalidad de que todos alcancen las mismas metas en contribución para la empresa. el concepto que tiene la autora, es que el clima laboral es parte de cada uno, quiere decir que es importante que los trabajadores se sientan bien en el área donde realizan sus funciones, además, tiene que ver con las personas que lo rodean, es por ello que para cada área existe un supervisor lo cual su función es que para mantener un buen clima laboral debe estar pendiente y en el caso de tener conflictos, hallar una solución efectiva, de tal modo se evitará que el rendimiento de los colaboradores afecten en la producción.</p>
<p>Cadena de valor</p>	<p>Ventaja competitiva</p>	<p>En un estudio Abrego y Mujica (2022). Consistió en incrementar y tener mayor participación en los mercados internacionales, en otras palabras, incrementar más la productividad. entonces, por ventaja competitiva se entiende que se basa en la inversión para el crecimiento, por lo cual los autores confirman que ya no es importante la condición de vida de los habitantes y procesos de desarrollo. se determinó que tienen mucho que ver la infraestructura, mercados financieros, los consumidores, la producción, tasa, inversiones, tecnología y entre otros elementos que influyen como la educación y cultura, es competitivo cuando las empresas se encuentran ubicadas en él. de acuerdo con los conceptos, la estrategia competitiva son acciones que se consideraron ofensivas o defensivas con el objetivo de poder tener una posición en que la empresa se pueda defender.</p>



<p>Proceso productivo</p>	<p>Los autores Rivera et al. (2020) establecieron en su estudio la influencia de la innovación en el proceso productivo en una estación de servicios, como metodología fue aplicada, con enfoque mixto. Por otro lado, consideró 22 participantes en dicha empresa, determinando el 95% mejoras en atención al cliente por la innovación en los servicios, como 13.6% de trabajadores comprenden los objetivos de la entidad, 40.9% se precisó bajo y medio para la innovación en los procesos de soporte, para nivel medio hubo mejora en los procesos de operación con el mismo porcentaje anterior, 54.5% desarrollaron equipos de trabajos y demostró que esta estrategia influye la eficiencia en las funciones, mientras que el 50% se desarrolló la mejora del desempeño laboral. En su investigación conceptualizan como diversas operaciones para llevar a cabo un producto o servicio, también se define como la utilización de materiales para la elaboración de las funciones que tiene la compañía. Además, para ello se realiza un inventario a diario de los productos vendidos, como también tener registrado de forma mensual para el abastecimiento de materia prima en el almacén. Así mismo, al hablar de proceso productivo se toma en cuenta que para tener un producto o servicio terminado deberá pasar por diferentes fases con la única finalidad de que dicho producto o servicio sea de calidad y pueda satisfacer las necesidades de nuestro consumidor.</p>
<p>Panorama competitivo</p>	<p>En un artículo para una revista, Ospina et al. (2020) tuvo como objetivo analizar las 3 áreas interdisciplinarias y comprender cada una de ellas, nos dice que, para entender el panorama competitivo de una empresa, se determinará qué es el BI (inteligencias de negocios) Y CI (Inteligencia Competitiva), el BI es la inteligencia que se llevará a cabo de la parte interna de la organización entendiendo las características, tendencias con respecto de los clientes. y el CI es la inteligencia, pero esta se realiza de manera externa de la organización, pero de los competidores, de esa forma se entenderá mejor la competencia que hay entre ellas. ahora para determinar el panorama competitivo, se basa en que ambos son un complemento lo cual permitirá un estudio de la parte interna y externa de la empresa, teniendo un panorama general de los comportamientos de todos los participantes en el mercado (competencia).</p>

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023” elaborado por Rivas Mauricio, Suleika Rosalinda en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.

El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable del instrumento:** Responsabilidad social corporativa

- Primera dimensión: Cambios sociales, políticos y ambientales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Calidad de vida	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
Crecimiento en la sociedad	3	4	4	4	
Protección del ecosistema	4	4	4	4	



- Segunda dimensión: Bienestar de la sociedad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Bienestar de los colaboradores	5	4	4	4	
Calidad del producto	6	4	4	4	
Cultura corporativa	7	4	4	4	

- Tercera dimensión: Buen clima laboral

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Entorno laboral	8	4	4	4	
Solución efectiva	9	4	4	4	
Rendimiento laboral	10	4	4	4	

#### Variable del instrumento: Cadena de valor

- Primera dimensión: Ventaja competitiva

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Incremento de productividad	11	4	4	4	
	12	4	4	4	
Participación en el mercado	13	4	4	4	
Infraestructura	14	4	4	4	

- Segunda dimensión: Proceso productivo


Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Consumidores	15	4	4	4	
Elaboración del producto	16	4	4	4	
Inventario	17	4	4	4	

- Tercera dimensión: Panorama competitivo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Inteligencia interna	18	4	4	4	
Inteligencia externa	19	4	4	4	

Panorama general	20	4	4	4	
------------------	----	---	---	---	--



  
.....  
(Grado, Nombres y Apellidos del juez)  
DNIN° 06695445  
Mg. Julio Cesar Manrique Cespedes

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

### Evaluación por juicio de experto 3

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	David Fernando Aliaga Correa
Grado profesional:	Maestría ( )                      Doctor (X)
Área de formación académica:	Clínica ( )                      Social ( )
	Educativa ( )                      Organizacional ( X )
Áreas de Experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( X )



#### Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 2. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autora:	Rivas Mauricio, Suleika Rosalinda
Procedencia:	De la autora
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos

Ámbito de aplicación:	Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 10 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> <li>- La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 10 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> </ul>

#### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Responsabilidad social corporativa

según **Ramos et al. (2021)**. La RSE es el compromiso que tienen las empresas con la sociedad para actuar de forma voluntaria siendo éticos y responsables. Lo cual para realizar las negociaciones se necesita ser justo, transparente y respetar los derechos humanos. Esto permite que las organizaciones se adapten a los cambios sociales, políticos y ambientales, ya que ayuda a comprometerse con el bienestar de la sociedad, además mejorar su imagen, buen clima laboral y desarrollar más productividad empleando la reducción de costos operativos.

- **Variable 2:** Cadena de valor

Según **Rojas, Y. (2020)**. Define que la cadena de valor es un análisis estratégico para identificar las ventajas competitivas en el que nos encontramos en el mercado frente a los competidores, lo cual permitirá ayudar a mejorar el proceso productivo ofreciendo valor al producto o servicio final. Además, al realizar este análisis el autor lo define "panorama competitivo" por ende es integrado por sus elementos.





Variable	Dimensiones	Definición
Responsabilidad social corporativa	Cambios sociales, políticos y ambientales	<p>En una revista de ciencias sociales, según los autores Ormaza et al. (2020). Su objetivo es describir y responder los objetivos del desarrollo sostenible lo cual incluye las dimensiones económicas, políticas, sociales, ambientales y éticas en las empresas de Ecuador. Lo cual nos dice que para la RSE será necesario las actividades para la supervivencia, que implica las estrategias y sostenibilidad en las organizaciones. En el mundo empresarial moderno de las operaciones globales, cabe resaltar que las empresas van cambiando constantemente y el enfoque frente a los cambios sociales del entorno. Se considera que la sostenibilidad es un factor clave para la ejecución en las organizaciones. Además, hoy en día se le conoce como “triple balance” de las dimensiones que engloba la económica, social y ambiental. Para el ámbito social, se define como una forma de producir una variación en el estilo de calidad de vida, salud y educación. con respecto al ámbito político o económico, consiste en pretender mejorar el crecimiento en la sociedad de forma equitativa sin realizar daños con el medio ambiente a través de las actividades, por último, en el ámbito ambiental, es más que nada emplear y utilizar estrategias con la finalidad de proteger y reservar constantemente la naturaleza, ya que es de gran beneficio para las corporaciones los ecosistemas.</p>
	Bienestar de la sociedad	<p>En el artículo científico, Martínez et al. (2021) señala que el objetivo es conocer y cómo potenciar el bienestar social empresarial. por ende, el bienestar social en las organizaciones existe 5 fases de los cuales cada una de ella aumentan más la calidad de vida en los trabajadores, que es de gran prioridad buscar el bienestar de los colaboradores por lo que la productividad está relacionada con la felicidad de los trabajadores, ya que, la calidad del producto o servicio que brinda la empresa depende mucho del desempeño de cada uno de ellos. A continuación, las 5 facetas son: Físico, emocional, financiero, profesional y social. La definición del bienestar social consiste en crear una comunidad para desarrollar la pertenencia al grupo, quiere decir que implica mostrar a los trabajadores que son parte de la cultura corporativa y que sientan el apoyo como también en los equipos de la empresa.</p>

	<p>Buen clima laboral</p>	<p>En una investigación de la universidad de América, la autora Hernández, N. (2019). nos explica que el buen clima laboral tiene mucha relación con la empresa, que abarca distintos ámbitos como los puestos de trabajo, el sentimiento con el entorno laboral, sueldos y funciones laborales. Todo lo mencionado se relaciona con los líderes quienes dirigen y buscan el bienestar de cada uno de los colaboradores, lo cual el objetivo de obtener un buen clima laboral será formar un equipo de trabajo con la finalidad de que todos alcancen las mismas metas en contribución para la empresa. el concepto que tiene la autora, es que el clima laboral es parte de cada uno, quiere decir que es importante que los trabajadores se sientan bien en el área donde realizan sus funciones, además, tiene que ver con las personas que lo rodean, es por ello que para cada área existe un supervisor lo cual su función es que para mantener un buen clima laboral debe estar pendiente y en el caso de tener conflictos, hallar una solución efectiva, de tal modo se evitará que el rendimiento de los colaboradores afecten en la producción.</p>
<p>Cadena de valor</p>	<p>Ventaja competitiva</p>	<p>En un estudio Abrego y Mujica (2022). Consistió en incrementar y tener mayor participación en los mercados internacionales, en otras palabras, incrementar más la productividad. entonces, por ventaja competitiva se entiende que se basa en la inversión para el crecimiento, por lo cual los autores confirman que ya no es importante la condición de vida de los habitantes y procesos de desarrollo. se determinó que tienen mucho que ver la infraestructura, mercados financieros, los consumidores, la producción, tasa, inversiones, tecnología y entre otros elementos que influyen como la educación y cultura, es competitivo cuando las empresas se encuentran ubicadas en él. de acuerdo con los conceptos, la estrategia competitiva son acciones que se consideraron ofensivas o defensivas con el objetivo de poder tener una posición en que la empresa se pueda defender.</p>



<p>Proceso productivo</p>	<p>Los autores Rivera et al. (2020) establecieron en su estudio la influencia de la innovación en el proceso productivo en una estación de servicios, como metodología fue aplicada, con enfoque mixto. Por otro lado, consideró 22 participantes en dicha empresa, determinando el 95% mejoras en atención al cliente por la innovación en los servicios, como 13.6% de trabajadores comprenden los objetivos de la entidad, 40.9% se precisó bajo y medio para la innovación en los procesos de soporte, para nivel medio hubo mejora en los procesos de operación con el mismo porcentaje anterior, 54.5% desarrollaron equipos de trabajos y demostró que esta estrategia influye la eficiencia en las funciones, mientras que el 50% se desarrolló la mejora del desempeño laboral. En su investigación conceptualizan como diversas operaciones para llevar a cabo un producto o servicio, también se define como la utilización de materiales para la elaboración de las funciones que tiene la compañía. Además, para ello se realiza un inventario a diario de los productos vendidos, como también tener registrado de forma mensual para el abastecimiento de materia prima en el almacén. Así mismo, al hablar de proceso productivo se toma en cuenta que para tener un producto o servicio terminado deberá pasar por diferentes fases con la única finalidad de que dicho producto o servicio sea de calidad y pueda satisfacer las necesidades de nuestro consumidor.</p>
<p>Panorama competitivo</p>	<p>En un artículo para una revista, Ospina et al. (2020) tuvo como objetivo analizar las 3 áreas interdisciplinarias y comprender cada una de ellas, nos dice que, para entender el panorama competitivo de una empresa, se determinará qué es el BI (inteligencias de negocios) Y CI (Inteligencia Competitiva), el BI es la inteligencia que se llevará a cabo de la parte interna de la organización entendiendo las características, tendencias con respecto de los clientes. y el CI es la inteligencia, pero esta se realiza de manera externa de la organización, pero de los competidores, de esa forma se entenderá mejor la competencia que hay entre ellas. ahora para determinar el panorama competitivo, se basa en que ambos son un complemento lo cual permitirá un estudio de la parte interna y externa de la empresa, teniendo un panorama general de los comportamientos de todos los participantes en el mercado (competencia).</p>

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Responsabilidad social corporativa y cadena de valor en una empresa del sector minero del Callao, 2023” elaborado por Rivas Mauricio, Suleika Rosalinda en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
-----------	--------------	-----------

<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

**Variable del instrumento:** Responsabilidad social corporativa

- Primera dimensión: Cambios sociales, políticos y ambientales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Calidad de vida	1	4	4	4	
	2	4	4	4	
Crecimiento en la sociedad	3	4	4	4	

Protección del ecosistema	4	4	4	4	
---------------------------	---	---	---	---	--

- Segunda dimensión: Bienestar de la sociedad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Bienestar de los colaboradores	5	4	4	4	
Calidad del producto	6	4	4	4	
Cultura corporativa	7	4	4	4	

- Tercera dimensión: Buen clima laboral

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Entorno laboral	8	4	4	4	
Solución efectiva	9	4	4	4	
Rendimiento laboral	10	4	4	4	

#### Variable del instrumento: Cadena de valor

- Primera dimensión: Ventaja competitiva

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Incremento de productividad	11	4	4	4	
	12	4	4	4	
Participación en el mercado	13	4	4	4	
Infraestructura	14	4	4	4	

- Segunda dimensión: Proceso productivo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Consumidores	15	4	4	4	
Elaboración del producto	16	4	4	4	
Inventario	17	4	4	4	

- Tercera dimensión: Panorama competitivo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
-------------	------	----------	------------	------------	---------------

Inteligencia interna	18	4	4	4	
Inteligencia externa	19	4	4	4	
Panorama general	20	4	4	4	



Dr. David Fernando Aliaga Correa  
DNI N°. 27168879

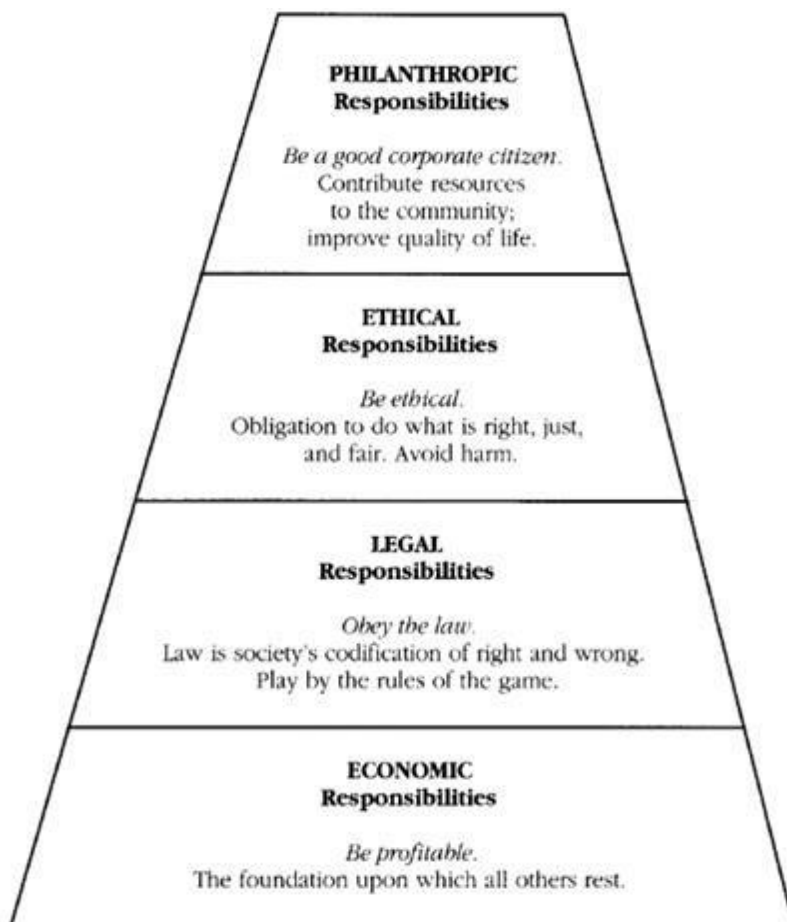
Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Anexos

**Figura 9:** Teoría de la pirámide de Porter



*Nota:* La figura muestra la Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa. Carroll, A.B. Pág. 42. *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders.* Pág. 42. *Bussines Horitzons,* Julio-agosto 1991). Fuente: Royo, L. (2020)

**Tabla 6:** Niveles para la variable 1: Responsabilidad social corporativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	3.8	3.8	3.8
	A VECES	4	15.4	15.4	19.2
	SIEMPRE	21	80.8	80.8	100.0
	Total	26	100.0	100.0	

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa SPSS.

**Tabla N°7:** Niveles para la variable 2: Cadena de valor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	7.7	7.7	7.7
	A VECES	5	19.2	19.2	26.9
	SIEMPRE	19	73.1	73.1	100.0
	Total	26	100.0	100.0	

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa SPSS.

**Tabla N°8:** Niveles para la dimensión Cambios sociales, políticos y ambientales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	3.8	3.8	3.8
	A VECES	4	15.4	15.4	19.2
	SIEMPRE	21	80.8	80.8	100.0
	Total	26	100.0	100.0	

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa SPSS.

**Tabla N°9:** Niveles para la dimensión Bienestar de la sociedad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	7.7	7.7	7.7
	A VECES	10	38.5	38.5	46.2
	SIEMPRE	14	53.8	53.8	100.0
	Total	26	100.0	100.0	

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa SPSS.

**Tabla N°10:** Niveles para la dimensión Buen clima laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	7.7	7.7	7.7
	A VECES	7	26.9	26.9	34.6
	SIEMPRE	17	65.4	65.4	100.0
	Total	26	100.0	100.0	

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa SPSS.



**Tabla N°11:** Niveles para la dimensión Ventaja competitiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	7.7	7.7	7.7
	A VECES	5	19.2	19.2	26.9
	SIEMPRE	19	73.1	73.1	100.0
	Total	26	100.0	100.0	

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa SPSS.

**Tabla N°12:** Niveles para la dimensión Proceso productivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	15.4	15.4	15.4
	A VECES	12	46.2	46.2	61.5
	SIEMPRE	10	38.5	38.5	100.0
	Total	26	100.0	100.0	

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa SPSS.

**Tabla N°13:** Niveles para la dimensión Panorama competitivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	7.7	7.7	7.7
	A VECES	6	23.1	23.1	30.8
	SIEMPRE	18	69.2	69.2	100.0
	Total	26	100.0	100.0	

*Nota:* Datos obtenidos a través del programa SPSS.

**Tabla N°14:** Grado de relación de acuerdo con el coeficiente de correlación

Rango	Relación
-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: Puntuación para medir la correlación del coeficiente de correlación.