



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA MEJORAR LA
GESTIÓN DE COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA FASYS -2018”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE
BACHILLER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES:

CASTILLO MONSALVE ERIK ALBERTO

LATORRE VASQUEZ GIANELLA NICOLE

ASESOR:

Mg. García Merino Luis Santiago

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración de operaciones internacionales

CHICLAYO – PERÚ

2018



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 8:00 A.M horas del día 27 de Febrero del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección de Investigación N° 0367-2019, de fecha 22 de Febrero del 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación del Trabajo de Investigación titulado: "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA FASYS – 2018", presentado por los egresado (s) CASTILLO MONSALVE ERIK ALBERTO Y LATORRE VÁSQUEZ GIANELLA NICOLE, con la finalidad de obtener el grado de BACHILLER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes :

PRESIDENTE : MGTR. FRANCISCO CÚNEO FERNÁNDEZ
SECRETARIO (A) : DR. MARCO CARRASCO CHÁVEZ
VOCAL : DR. MARCELINO CALLAO ALARCÓN

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:

APROBAR POR UNANIMIDAD Siendo las 8:35 A.M del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 27 de Febrero del 2019



MGTR. FRANCISCO CÚNEO FERNÁNDEZ
PRESIDENTE



DR. MARCO CARRASCO CHÁVEZ
SECRETARIO



DR. MARCELINO CALLAO ALARCÓN
VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación es dedicado a nuestros familiares por habernos apoyado en el transcurso de nuestras actividades diarias y académicas para lograr nuestros objetivos y brindándonos su apoyo incondicional en todo momento.

Gianella Latorre y Erick Castillo

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento principal es a nuestro Dios por la vida y salud que nos da día tras día, asimismo se agradece al docente Luis Santiago García Merino quien fue una de las principales guías para que este proyecto se pudiera desarrollar satisfactoriamente y de esta manera sea un aporte para los lectores.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Gianella Nicole Latorre Vásquez con DNI N° 73961451 y Erik Alberto Castillo Monsalve con el DNI N° 75360649 con el efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideras en el reglamento de grados y títulos de la universidad cesar vallejos, Facultad de ciencias empresariales, escuela de negocios internacionales declaro bajo juramento que toda la documentación que acompañó es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se encuentra en el presente trabajo de investigación son auténticos y veraces

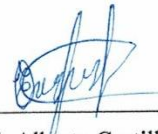
En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad.

11 de septiembre de 2018

Chiclayo



Gianella Nicole Latorre Vásquez



Erik Alberto Castillo Monsalve

PRESENTACIÓN

Con el cumplimiento del Reglamento de la Universidad Cesar Vallejos ante usted le presento el trabajo de investigación “Responsabilidad social empresarial para mejorar la gestión de competitividad en la empresa Fasys - 2018”, la cual someto a vuestra consideración y espero que el presente trabajo cumpla con los requisitos solicitados por las escuela profesional de negocios internacionales.

Gianella Nicole Latorre Vásquez y Erick Alberto Castillo Monsalve

INDICE

Acta de sustentación	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Indice.....	vii
Indice de tablas.....	ix
Indice de gráficos.....	x
Resumen.....	xi
Abstract	xii
<u>I</u> - Introducción.....	13
1.1- Realidad problemática	13
1.2- Trabajos previos	14
1.3- Teorias relacionadas al tema.....	16
1.4- Formulacion del problema	218
1.5- Justificación del estudio	218
1.6- Hipótesis.....	229
1.7- Objetivos de la investigación.....	229
<u>II</u> - Método.....	20
2.1- Diseño de investigación	20
2.2- Operacionalización	241
2.4- Poblacion y muestra.....	252
2.5- Tecnicas e instrumentos de recolección de datos	25
Técnica de gabinete.....	25
Técnicas de campo:	25
2.6- Metodos de analisis de datos	26

<u>III.</u>	- Resultados	277
<u>IV.</u>	- Conclusiones.....	332
<u>V.</u>	- Recomendaciones	343
<u>VI.</u>	- Referencias bibliograficas	354
<u>VII</u>	Anexos	377

Instrumentos de recolección de datos.....	38
Matriz de consistencia.....	43
Validación de instrumentos.....	44
Acta de aprobación de originalidad.....	46
Reporte del turnitin.....	47
Autorización final de trabajo de investigación.....	48
Autorización de publicación de trabajo de investigación.....	50

Índice de tablas

Tabla n° 1.....	22
-----------------	----

Índice de gráficos

Gráfico n°1	24
Gráfico n°2.....	25
Gráfico n°3.....	25
Gráfico n°4.....	26
Gráfico n°5.....	26
Gráfico n°6.....	28
Gráfico n°7.....	28
Gráfico n°8.....	29
Gráfico n°9.....	29
Gráfico n°10.....	30

RESUMEN

El presente informe final de tesina titulada “Responsabilidad social empresarial para mejorar la gestión de competitividad en la empresa Fasys -2018”, tiene como objetivo general proponer una estrategia de gestión competitiva de RSE para mejorar la competitividad de la empresa Fasys SAC. Siendo de diseño no experimental de tipo cuantitativo, se realizó un estudio a través de una encuesta teniendo una población de 50 trabajadores y una muestra de 30 trabajadores que estén laborando entre 2 a 4 años en la empresa Fasys S.A.C. Llegando a la conclusión que la empresa Fasys SAC., debe tratar de divulgar el concepto de responsabilidad social empresarial en todas sus áreas a través de una visión amplia, para beneficio de la organización y la sociedad de manera transparente y ética basada en el acceso a la información, que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas de la sociedad.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, competitividad.

ABSTRACT

This final thesis report entitled "Corporate social responsibility to improve the management of competitiveness in the company Fasys -2018", has as its general objective to propose a competitive CSR management strategy to improve the competitiveness of the company Fasys SAC. Being of non-experimental design of quantitative type, a study was carried out through a survey having a population of 50 workers and a sample of 30 workers who are working between 2 to 4 years in the company Fasys S.A.C. Having come to the conclusion that the company Fasys SAC., Should try to spread the concept of corporate social responsibility in all its areas through a broad vision, for the benefit of the organization and society in a transparent and ethical manner based on access to the information that the organization provides about its social behavior and that is permeable to the expectations of society.

Keywords: Corporate social responsibility, competitiveness.

I. INTRODUCCIÓN

1.1-REALIDAD PROBLEMÁTICA.

La responsabilidad social empresarial en la actualidad a pesar de la gran importancia que tiene no es aplicada por la mayoría de las empresas, como consecuencia se genera las malas prácticas empresariales las cuales afectan a la sociedad y al medioambiente.

Según Arango L. (2011). Muchas empresas no se encuentran realizando esquemas de responsabilidad social que puedan tener impactos en la sociedad. En general muchas empresas no les importa los aspectos sociales y mucho menos los medioambientales, pero sí muy interesados en los aspectos económicos. Por lo cual se debe generar conciencia en las empresas sin importar su tamaño o el rubro al que se dedique, se tiene que adoptar una posición de responsabilidad frente a la sociedad y al medioambiente tal igual como se hace por sus economías.

Los diferentes cambios en la economía mundial, obliga a las empresas a acaparar una cuota de mercado en el cual se pueda garantizar su competitividad. Es así como en un mundo en el que las empresas quieren sobresalir sin importar las consecuencias, Bowen R. (1953) En su libro Social Responsibilities of the Businessman.

Según Sánchez (2010), en el Perú las compañías peruanas están realizando esta nueva visión integral, una de ellas es la corporación de cervecerías Backus, quienes han sido catalogados entre el grupo de las cien empresas del Perú con mejor reputación y liderazgo corporativo, debido a las buenas prácticas y a un mejor gobierno corporativo y responsable.

Gracias a estos reconocimientos públicos, se pueden promover conductas transparentes y responsables que generan una buena reputación para la empresa, el cual es percibido por el consumidor, luego de adquirir el producto o servicio. Esta es la razón hoy en día que no solo basta mostrar la calidad del producto o el precio más competitivo en el mercado, sino que es necesario tener una buena reputación con base en valores de respeto y transparencia, promoviendo la realización de los derechos humanos.

De tal manera que en la empresa fasys S.A.C., pretende ejecutar acciones a favor de la comunidad dado su crecimiento, adoptando este instrumento de gestión en sus

actividades diarias generando un impacto positivo sobre los grupos de interés, desarrollando de manera articulada y coherente sus principios y políticas corporativas.

1.2- TRABAJOS PREVIOS

Internaciones

Dentro de los estudios encontramos la tesis de Ortiz P. (2009) “la responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX”, tiene como objetivo principal, detallar las prácticas de responsabilidad social empresarial como base principal de las estrategias competitivas en la cual llegamos a la conclusión de que la RSE es un medio importante en todas las empresas porque ayuda a cuidar el futuro de nuestro mundo para que pueda tener un mejor desarrollo positivo.

Si la empresa HZX practica una buena responsabilidad social empresarial, va lograr una estrategia competitiva creciendo y contribuyendo con la sociedad de Colombia.

Así mismo encontramos a Arango L. (2011). “Diseño de una propuesta de estrategia de responsabilidad social empresarial para la empresa Carsystem Andina” teniendo como objetivo general diseñar una propuesta de estrategia de RSE para la empresa Carsystem Andina que sea pertinente a los objetivos de la misma y al mejoramiento de las condiciones sociales y ambientales de su entorno. En la cual se puede concluir que una de las partes fundamentales para considerar una empresa socialmente responsable es la adopción de posturas a favor del empleado, generando condiciones laborales óptimas que llevan a lograr el buen desarrollo de la empresa.

Esto permite llevar una mejor relación con el empleado, en donde se desarrollen las actividades diarias en un entorno laboral óptimo, permitiendo que los colaboradores desarrollen sus actividades motivados y logrando ser más eficientes, obteniendo un bienestar integral de ellos y sus de sus familiares.

Nacional

Según Andia A. y Quispe Y.(2014) “la responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa peruana” tiene como principal objetivo determinat como

afectaría la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los resultados financieros de las micro empresas del distrito de la victoria en el Período anual 2013 – 2014 llegando a la conclusión que Las organizaciones generan diariamente miles de contactos con grupos internos y externos que, de forma directa o indirecta, mantienen intereses legítimos en ellas tales como accionistas, empleados, clientes, medios, proveedores, instituciones públicas y, en general, los “stakeholders” (grupos relacionados).

Así mismo desarrollar la RSE permite mejorar la ética de la empresa, siendo esta una estrategia de mejora para generar más confianza con todas las partes de interés o stakeholders, ya que las organizaciones generan diariamente miles de contactos y cada uno de esos contactos constituye la oportunidad de demostrar que la empresa tiene un gran compromiso y respeto con esos grupos, la cual es la vía para ganarse su confianza.

Amanon H. (2014) “Percepción de los consumidores sobre las campañas publicitarias de responsabilidad social que ha realizado la empresa Backus en Arequipa, 2013” teniendo como objetivo principal Emparejar el conocimiento en los consumidores sobre las campañas publicitarias de responsabilidad social que ha realizado la empresa Backus en Arequipa en el año 2014. Llegando a la conclusión que los consumidores tienen conocimiento sobre la publicidad que Backus utiliza para realizar actividades sociales, en las que la mayoría de ellas se ven reflejadas en el apoyo a la educación y cultura.

De tal manera que la empresa Backus realiza sus actividades con responsabilidad social, con la intención de no afectar a los consumidores con las campañas publicitarias, y así lograr el desarrollo social y económico, generando un mejor bienestar en su comunidad y en todos los colaboradores de compañía.

Local

Farro G. (2015) Responsabilidad social empresarial en las constructoras de la ciudad de Chiclayo, teniendo como objetivo principal identificar el nivel de Responsabilidad Social de las empresas constructoras de la ciudad de Chiclayo, llegando a concluir por medio de los resultados de la encuesta que la responsabilidad de las

empresas constructoras en Chiclayo se dividen en empresas con responsabilidad alta, con responsabilidad intermedia, y empresas sin responsabilidad social. Para lo cual desarrollar este instrumento de gestión va permitir ganar a todos, ganado también la empresa y, por consiguiente, sus accionistas y la sociedad.

Desarrollar una buena responsabilidad social en las empresas constructoras va a permitir ganar a todos, de modo que todo el personal debe trabajar en unión como equipo, resolviendo inmediatamente los problemas internos y externos en la organización, de tal manera genere una mejor competitividad.

1.3- TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA

Generalidades de responsabilidad social empresarial

Se puede entender que la responsabilidad social empresarial no puede ser algo ajeno a las actividades diarias de la empresa, por lo cual implica tener conciencia de que esto puede repercutir de forma positiva o negativa también directa o indirectamente, asimismo interna o externamente a los grupos y las comunidades vinculadas a las actividades, Cajiga (2011).

Para Bowen (1953, p.6), la RSE “se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” por lo tanto, la empresa tiene que actuar con el fin de servir a la sociedad en lugar de tener como objetivo la maximización de los beneficios económicos como único fin en la organización.

Esto quiero decir que el empresario no solo debe buscar los beneficios para la empresa, y generar sus ganancias a costa de todos, sin tomar en cuenta el ámbito social y ambiental, sino que debe tratar de servir a la sociedad y mostrar sus valores y ética para con la sociedad y sus colaboradores.

Según el (World Bank Group [US]) La Responsabilidad Social Empresarial es el: “Hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley”. La

organización tiene un propósito ante la sociedad y el medioambiente en el cual realiza actividades diarias, para lograr la decisión de hacer negocios sustentables, de manera ética y basada en los valores de legalidad lo cual es realmente estratégico, esto se genera con:

- **Mejor productividad:** a través de mejores condiciones para el cliente interno y externo que conduce a mejor retención de talento humano y por ende menores índices de rotación; lo cual genere más producción. De manera que al dar las mejores condiciones a los grupos de interés, mejora la producción de la compañía. .
- **Lealtad y fidelidad del cliente:** al momento de que la empresa realiza sus actividades a favor del cliente satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas.
- **Acceso a nuevos mercados:** cuando la empresa realiza la producción cumpliendo los estándares y certificaciones de calidad exigidas por actores externos, y también los consumidores.
- **Credibilidad y confianza:** la organización que respeta a las personas, comunidades, medioambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza una mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la organización, mayor agilidad para reaccionar y adaptarse generando confianza en la sociedad.

El principal objetivo que persigue la responsabilidad social empresarial radica en el impacto positivo que desarrollar estas prácticas genere en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la sostenibilidad y competitividad y de la empresa. Las organizaciones tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que desarrollan sus actividades.

Según Castillo, M. (2005). Puede decirse que la RSE “es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa” (p. 265).

Las Naciones Unidas, por medio del Ex secretario General, Kofi Anan, hace clara referencia a la RSE, diciendo que: “En un momento en que las Empresas dedican gran parte de su tiempo a luchar contra la percepción, de que son responsables por muchos de los males del mundo, el desempeño de un papel más protagónico en la lucha contra la pobreza, demostraría que las Empresas son parte de la solución”.

El World Business Council for Sustainable Development define la RSE como “el compromiso continuo de las empresas para comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando la calidad de vida de los empleados y de sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en general”.

Los stakeholders.

En este análisis no se puede dejar de lado a los stakeholders, pues las organizaciones no son responsables solo con los accionistas, sino que también deben involucrarse a un grupo más amplio y diverso con intereses que no siempre son congruentes entre sí, con quienes se tienen que cumplir las obligaciones económicas, legales, éticas y sociales con ellos.

Según (Cruces, 2002). Los stakeholders o partes de interés son grupos de personas, los cuales tienen participación de impacto en la realización de las actividades y productos o servicios de una organización.

Los grupos de interés incluyen los siguientes actores:

Internos:

- ✓ Accionistas / propietarios: estos poseen la mayor participación de propiedad de la organización, los cuales son dominantes y minoritarios, individuales e institucionales los cuales influyen de manera determinante en la dirección de la empresa.
- ✓ empleados/accionistas: estos son los accionistas que buscan rentabilidad a un corto plazo, los cuales considerados grupo de interés externo para la empresa.
- ✓ Empleados: Son la fuerza de producción, trabajan dentro de la empresa, con contrato laboral y profesional, estos reciben una remuneración económica. Participan directivos y no directivos y son representados habitualmente por sindicatos.

Externos:

- ✓ Consumidores o usuarios de productos y servicios: la empresa está orientada a satisfacer las necesidades de los clientes o consumidores
- ✓ Proveedores: estos están encargados de aportar trabajo, productos y servicios sin pertenecer en ocasiones exclusivamente a la empresa.
- ✓ Competidores: son compañías que pertenecen al mismo sector, los cuales ofrecen productos o servicios similares a los que produce la empresa, en ocasiones se realizan alianzas.
- ✓ Agentes sociales: son grupos que influyen en la gestión de la empresa, aquí se encuentra los sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores y organizaciones empresariales, etc.
- ✓ Grupos de opinión: aquí se encuentran los medios de comunicación, los analistas y las ONGs, etc.
- ✓ Comunidad local: comprende el entorno local de la empresa, como partidos políticos, fundaciones, las asociaciones vecinales, la iglesia entre otros.
- ✓ Público en general: Son todas las personas en general, las empresas, que a pesar de no tener una relación directa con la empresa influyen mucho.
- ✓ Medio ambiente: comprende todos los recursos naturales como flora, fauna, agua, tierra, aire y los recursos no renovables como el patrimonio cultural y artístico, lo cual es el legado de las generaciones futuras.
- ✓ Otros: aquí se encuentran las administraciones públicas, mercado de valores, el estado, poderes públicos y la potestad de los municipios para desarrollar las actividades de la empresa.

Podemos decir que para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos, tiene que empezar con los principios básicos y adecuados de RSE y entender las necesidades de las partes interesadas o stakeholders.

Principios básicos de la RSE.

SEGÚN AGUEROS & RODRIGUES (2013). La dirección estratégica de la empresa orientada a cubrir diversas necesidades.

Los principios básicos de la responsabilidad social son la transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua, naturaleza social de la organización

El comportamiento socialmente responsable trae consigo estrategias y sistemas de gestión que ayudan en mejorar los aspectos económicos, sociales y medioambientales, la cual permite que se satisfagan las necesidades y perspectivas de los grupos de interés.

La RSE como una estrategia.

Podemos darnos cuenta que la responsabilidad social empresarial se trata de poder comprender que es una estrategia para lograr capturar gran curiosidad en el medio empresarial y de esta manera poder posicionarnos como un posicionarnos de una forma muy importante dentro de la organización, debido a la gran impacto que esta tiene dentro de la empresa

Beneficios competitivos de la RSE.

Según Weyzig (2007). No es un secreto que existen muchos beneficios para las empresas que desarrollan la RSE en su gestión práctica y políticas, pues ellas mismas lo reconocen, respaldando sus evaluaciones con resultados positivos sobre su competitividad. La RSE ayuda a que la empresa sea más competitiva no solo por sus aumentos en los beneficios económicos, sino también porque juega un papel básico en el desarrollo positivo de factores importantes para la supervivencia, la sostenibilidad y el éxito de la organización a largo plazo.

Estos factores hablan de la confianza, la credibilidad, la reputación, y la fidelidad, e imagen no solo en el mercado, sino con los mismos miembros de la empresa y la sociedad. Al hablar de RSE se habla de beneficios como la reducción en la rotación de los empleados, mejor relación con los clientes, e inversionistas, menor ausentismo laboral, buena relación con la comunidad, satisfacción de los clientes y empleados, mejor reputación, y obviamente esto se ve expresado en un incremento en la competitividad y por ende en la rentabilidad de la empresa.

Todo esto plantea la RSE como un modelo de gestión, con argumentos aptos para ser eficiente en cuanto a la parte económica y social, que establece una relación sólida y sostenible con el ámbito social y medioambiental afirmando así beneficios para todos los grupos de interés.

Los beneficios a los que se hace referencia, se perciben claramente al interior de la empresa observando a los accionistas, socios, directivos y empleados, mientras que en el entorno de la empresa los beneficios se observan con los inversionistas, los clientes, los proveedores, la competencia, en el mercado, la comunidad y el cuidado del medio ambiente.

1.4- FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo realizar la responsabilidad social empresarial para mejorar la gestión de competitividad en la empresa fasys S.A.C-2018?

1.5- JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Justificación teórica

Se propondrá que la empresa cuente con una estrategia valiosa como lo es la aplicación de la responsabilidad social empresarial como una estrategia de gestión competitiva para la empresa FASYS S.A.C. es de mucha importancia tanto para la cultura de la empresa como para la comunidad donde opera ya que la empresa va lograr ser competente y la sociedad de igual manera beneficiada, de modo que la empresa pueda salir al exterior y sea competitiva con marcas internacionales y para eso tiene que exportar o buscar intermediarios que saquen el producto para ser conocido y es por eso que es importante para mi carrera.

Justificación practica

Para Fasys S.A.C., este trabajo será útil para que pueda brindar un mayor conocimiento acerca del concepto sobre que es responsabilidad social , que serán articulados en una estrategia de gestión, que le permita direccionar su actuar con más productividad y competitividad, fortaleciendo su imagen como empresa, actualizando sus esquemas administrativos, impactando positivamente en la comunidad donde desarrolla sus actividades de producción, generando mayor confianza en sus clientes, contribuyendo a mejorar la calidad y nivel de vida de sus colaboradores y a ser gran ejemplo para las empresas de calzado en Chiclayo. Es de mucho interés el gerente, socios y colaboradores, contar con una herramienta de gestión que conduzca su actuar diario y que sea un granito

de arena para que en la empresa se empiece a implementar. En definitiva este trabajo es de gran importancia ya que le permitirá a la empresa constituir una ventaja competitiva.

1.6- HIPÓTESIS

Hi: Si, aplicamos responsabilidad social empresarial a la empresa FASYS SAC, permitirá desarrollar una mejor competitividad.

Ho: Al no aplicar responsabilidad social empresarial en la empresa FASYS SAC, no afectara en el desarrollo competitivo.

1.7- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

“Proponer una estrategia de gestión competitiva de RSE para mejorar la competitividad de la empresa Fasys SAC.”

Objetivo específicos

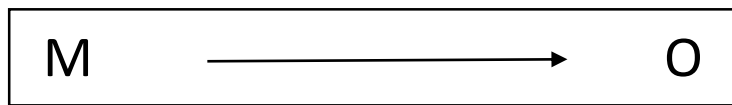
- Analizar y evaluar los elementos de la teoría de la responsabilidad social empresarial respecto a la estrategia de gestión de fasys S.A.C
- Acoplar los principios de la responsabilidad social empresarial en una estrategia de gestión para Fasys S.A.C
- Analizar la responsabilidad social empresarial como paradigmas de gestión.

II- METODO

2.1- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño que se está aplicando es no experimental, cuantitativa parte que pretendemos recoger datos sobre los conceptos de la variable Gestión competitiva de RSE para mejorar la competitividad.

Diseño:



Dónde:

M = Muestra: trabajadores que estén laborando entre 2 a 4 años en la empresa Fasys S.A.C.

O = Observación de la Muestra

2.2- OPERACIONALIZACIÓN

TABLA N°1. Operacionalización de variables.

variable de estudio	dimensión/criterios	indicadores	redacción del ítem	técnica e instrumento
Mejorar la gestión de competitividad	autorregulación de la conducta	compromisos éticos	¿ Easy Incluye el respeto a los derechos humanos, como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?	técnica: encuesta
		arraigo en la cultura organizacional	¿La empresa tiene comités, consejos o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas?	instrumento: cuestionario
			¿La empresa verifica la adecuación de la actuación de proveedores a sus valores y principios?	
			¿Cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de sus integrantes?	
	relación transparente con la sociedad	diálogo con las partes interesadas (stakeholders)	¿Mantiene comunicación con grupos o partes interesadas?	¿Posee indicadores de desempeño resultantes del diálogo con las partes interesadas?
			relación con la competencia	
		balance social	¿La empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y declaraciones de las partes interesadas?	
		Responsabilidad frente a las generaciones futuras	Medio ambiente	¿Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental?
	Liderazgo social			¿Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales?

2.4. POBLACION Y MUESTRA

Población:

Está conformada por 50 trabajadores que estén laborando entre 2 a 4 años en la empresa Fasys S.A.C.

Muestra:

La elección de la muestra está conformada por un total de 30 personas, teniendo en cuenta los siguientes Criterios.

2.5- TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Se utilizaran las siguientes técnicas para la recolección de la información en la presente investigación:

TÉCNICA DE GABINETE.

En esta técnica se utilizara el fichaje, entre la las fichas a utilizar tenemos: ficha bibliográfica, textual, de resumen, comentario, las que permitirán recoger información y enriquecer el marco teórico de la investigación.

Las fuentes serán de tipo bibliográficas, así como libros digitales y artículos de revistas digitales que sean accesibles a través del internet.

TÉCNICAS DE CAMPO:

Emplearemos técnicas como la entrevista a los implicados apoyados de instrumentos como el cuestionario, con las recomendaciones y mejoras de nuestro asesor, los mismos que permitieron recoger la información necesaria para nuestra investigación.

De igual manera se calcula el índice de validez de contenido de cada ítem y del instrumento, tomando en cuenta la tabla de resumen de juicio de expertos y usando la V de Aiken. De igual manera se calcula el Índice de confiabilidad del instrumento usando el Alfa de Cronbach.

De acuerdo con Córdova (2012) un instrumento es el soporte físico del investigador para recolectar y registrar datos o información.

2.6- METODOS DE ANALISIS DE DATOS

Para el análisis de datos se empleará los métodos estadísticos que ayuden a obtener resultados y evidencias, se usará Excel y los resultados se presentarán en gráfico circulares que resuman la información más significativa así lo afirma Hernández, Fernández & Baptista (2014) que el análisis de datos es de tipo descriptivo ya que los datos recogidos son analizados estadísticamente para luego ser interpretados, el proceso es el siguiente:

- El programa de análisis de datos que se ha utilizado Excel 2013 con gráficos circulares 3D.
- Interpretación de los resultados de investigación
Análisis descriptivo de los resultados enfocado en la variable Gestión de RSE para competitividad sólidos y las dimensiones etapa de generación, etapa de segregación, etapa de almacenamiento, etapa de recolección y transporte, etapa de tratamiento, etapa de comercialización.
- Responder a nuestros objetivos específicos, general y problema de investigación para fundar conclusiones.

III- RESULTADOS

En este apartado se da a conocer los resultados de la falta de gestión competitiva de la empresa fasys sac. A través de los tipos de actividades que aplican para ser una empresa competente.

En la dimensión autorregulación de la conducta.

Podemos observar que Fasys si desarrolla los compromisos éticos, ya que respeta los derechos humanos, como criterio formal al tomar decisiones, según los encuestados el 80% dijo que si y el 13% dijo que no y un 7% no opino al respecto.

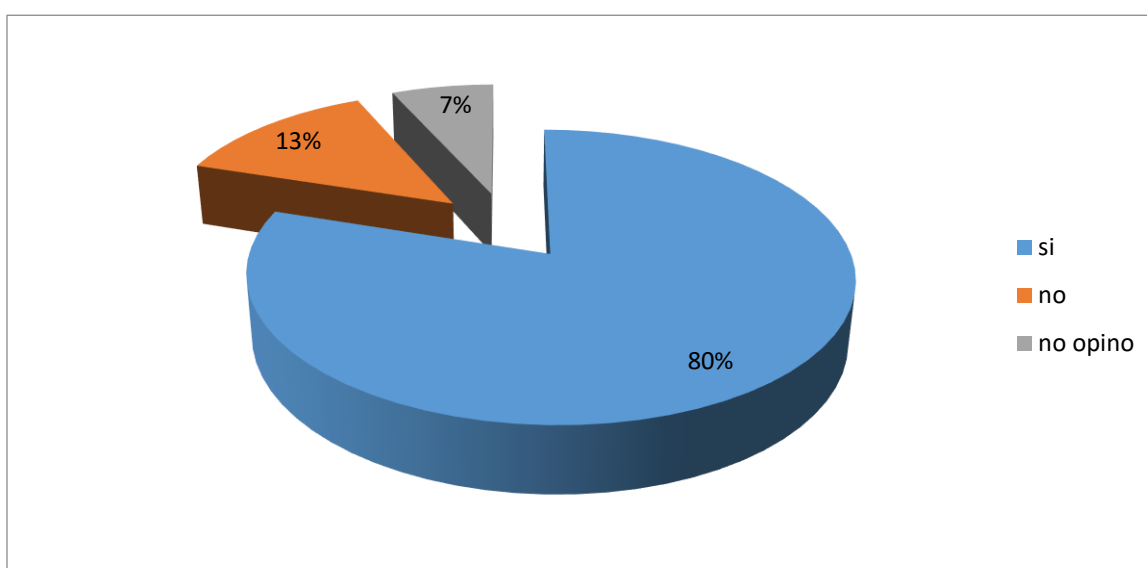


Gráfico N°1 ¿Fasys influye el respeto a los derechos humanos, como criterio formal en sus decisiones de investigación?

Según el indicador de cultura organizacional la empresa Fasys S.A.C. no cuenta con comités responsables de cuestiones éticas con un 73%, un 14% dice que si, y un 13% opina que está en proceso de formación.

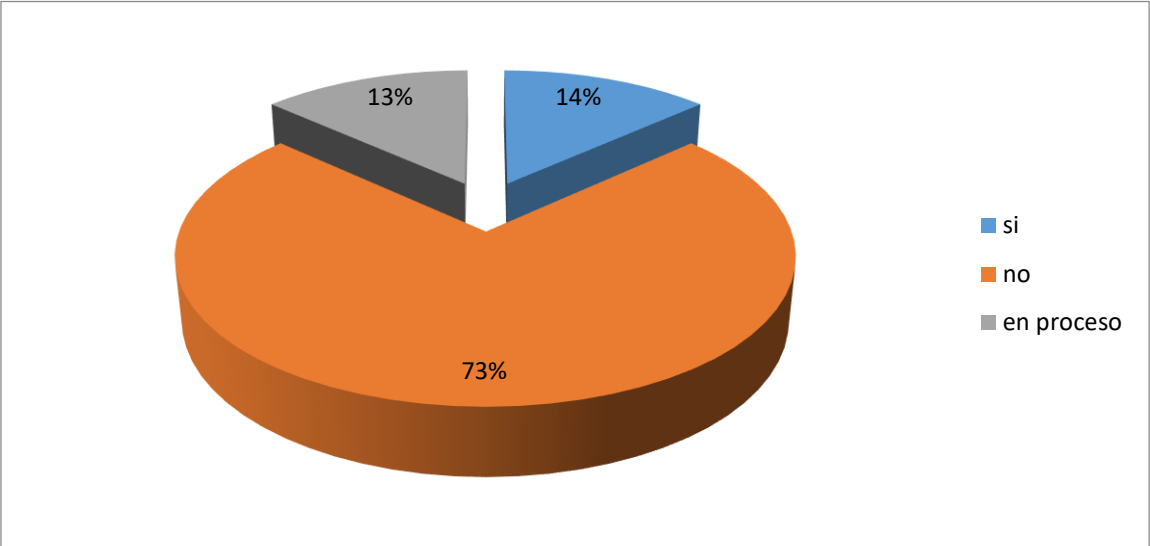


Grafico N°2 ¿La empresa tiene comités, consejos o responsables por cuestiones éticas?

Podemos observar en el siguiente grafico que la empresa adecua a sus proveedores a sus valores y principales principios de la organización son de 57% y un 23% asegura que no, y un 20 % de los trabajadores afirma que la empresa lo hace de vez en cuando.

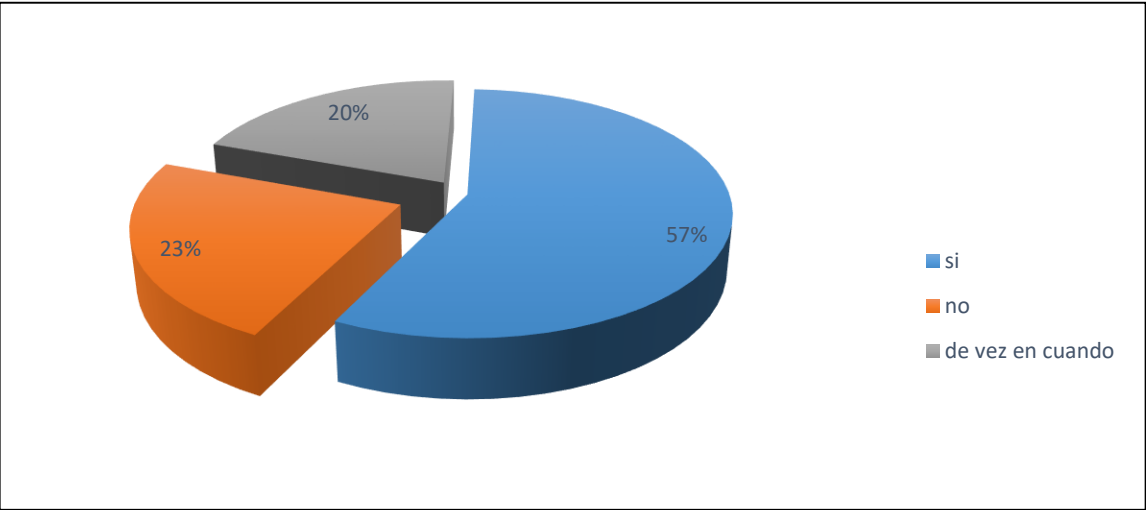


Grafico N°3: ¿la empresa verifica correctamente la actuación de sus proveedores a sus valores y principios?

Según la encuesta arrojó que la empresa no cuenta con un sistema formal para la adecuada evaluación periódica de sus miembros con un 50%, asimismo 33% manifestaron que sí y un 17% opino que está en proceso de formación.

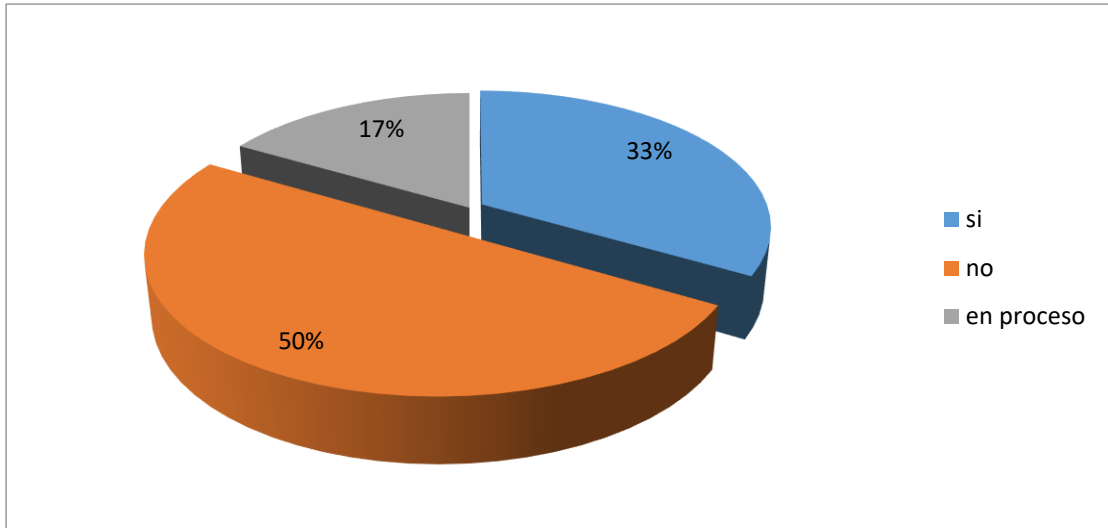


Grafico N°4: ¿Mantiene comunicación con partes interesadas?

En el siguiente cuadro podemos observar que la empresa tiene una regular comunicación con los grupos o partes interesadas con un 57% otros trabajadores opinan que si hay buena comunicación con un 40 % y el 3% opina que la comunicación que tiene la empresa con las partes interesadas es mala.

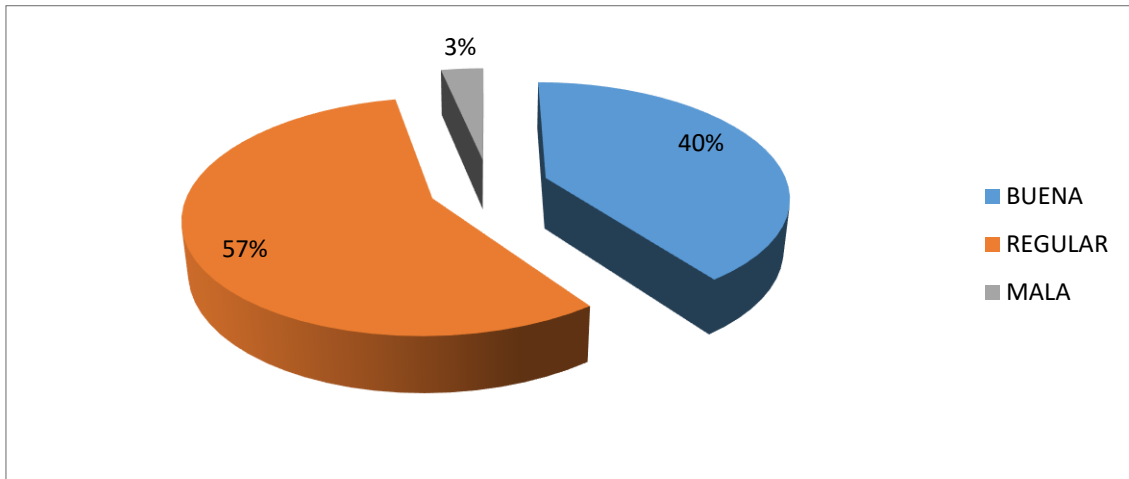


Grafico N°5: ¿Mantiene comunicación con grupos o partes interesadas?

La empresa fasys al no llevar una buena comunicación con las partes interesadas, podemos observar que no posee indicadores de desempeño resultantes del dialogo con las partes interesadas con un 60% según las encuestas.

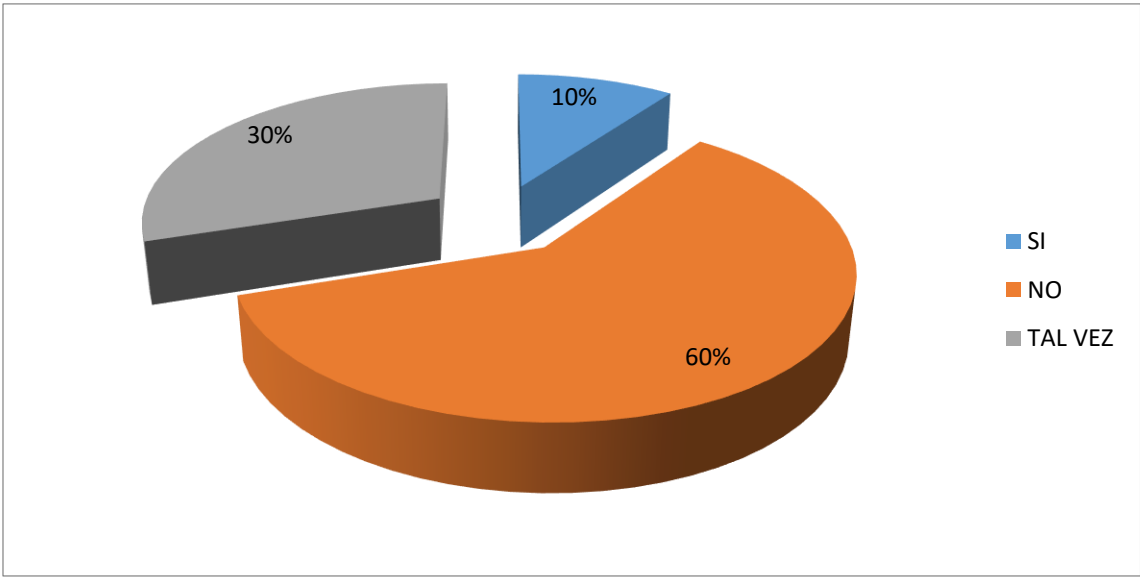


Grafico N°6: ¿Posee indicadores de desempeño resultantes del diálogo con las partes interesadas?

El siguiente grafico nos muestra que la empresa no expone públicamente, ni con frecuencia sus principios con relación a la competencia. El 50% de los encuestados nos dijeron que no y el 17% opinaron que a veces.

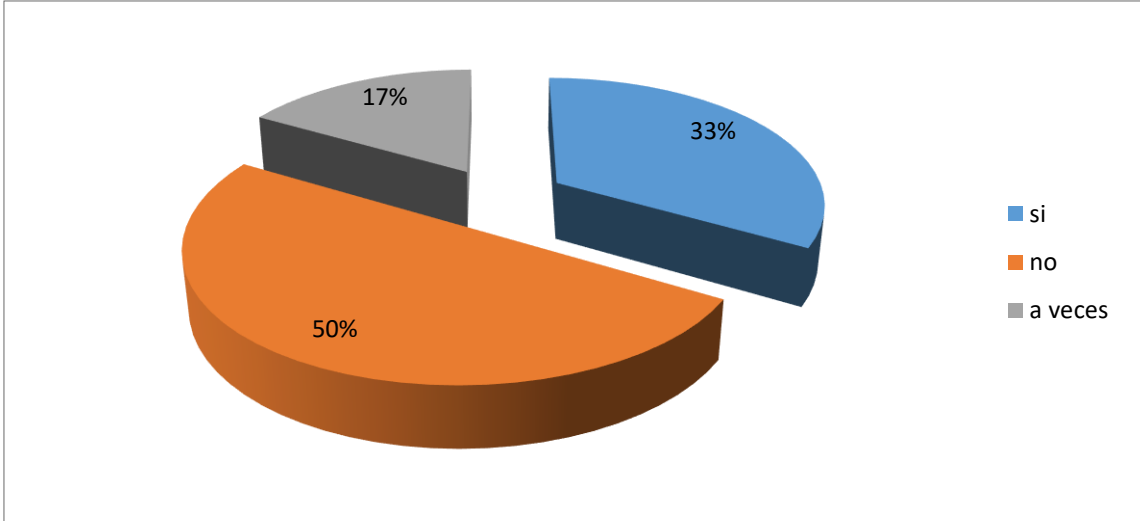


Grafico N°7: ¿Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios con relación a la competencia?

El siguiente cuadro podemos apreciar que la empresa fasys, si incorpora en el balance social las críticas, sugerencias y declaraciones de las partes interesadas con un 60% que respondió con un sí y un 23% dijo que no incorpora este balance.

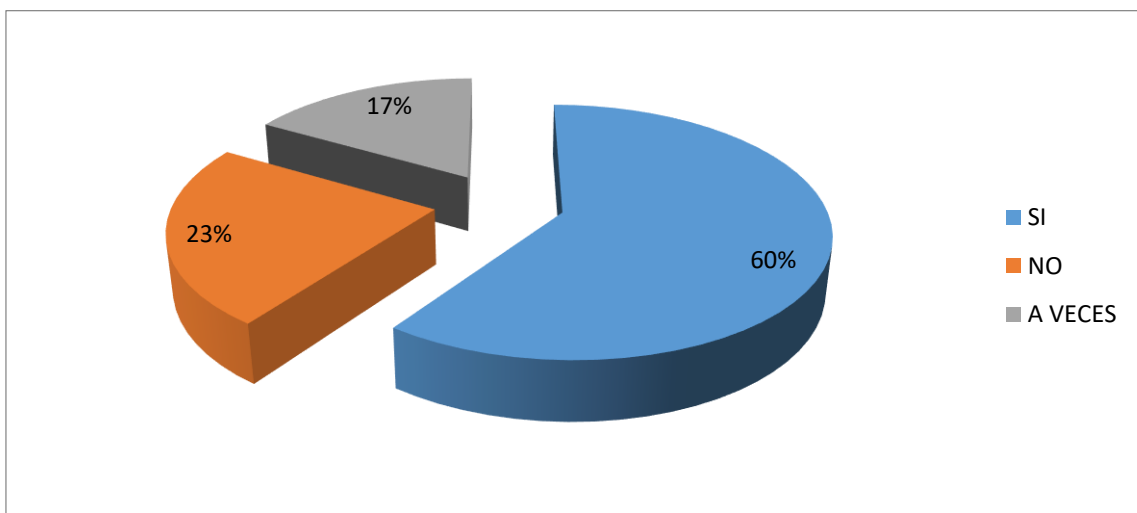


Grafico N°8: ¿La empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y declaraciones de las partes interesadas?

Según nuestra encuesta aplicada en la empresa fasys sac, podemos apreciar en el siguiente grafico que el compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental es media con un 80%.

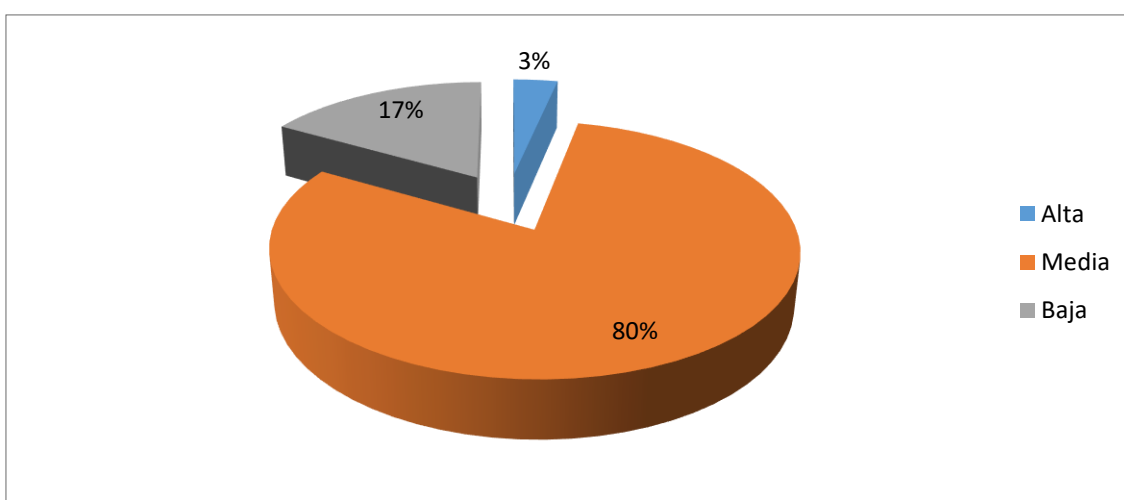


Grafico N°9: ¿Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental?

El siguiente cuadro nos muestra que la empresa no promueve la educación y concientización ambiental con un resultado de 67% sin embargo un 27% opina que está en proceso.

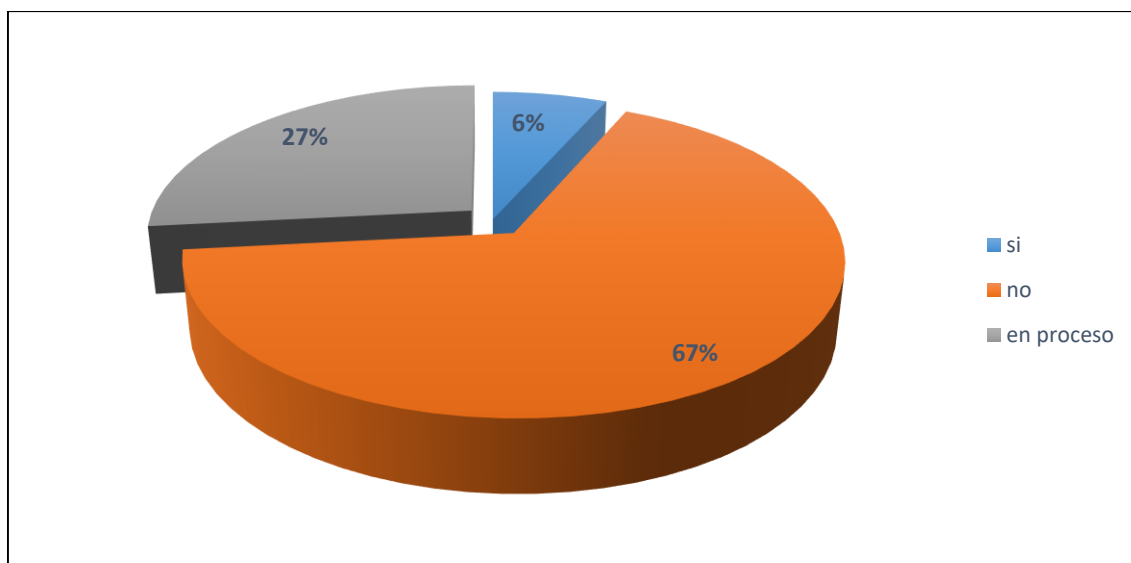


Grafico N°10: ¿Promueve la Educación y concientización ambiental?

IV- CONCLUSIONES

1. La RSE implica prácticas responsables y continuas, y no que sean temporales y coyunturales. Dichas prácticas deben tener criterios sustentables y éticos, para gestionar la RSE en la empresa fasys S.A.C. No solo basta lo medioambiental, también requiere de acciones sociales, laborales, culturales, contractuales y legales. La RSE es una obligación que tiene una empresa con la sociedad, no con ella misma, que promueva mayor bienestar social y mejor calidad de vida.
2. La empresa Fasys SAC. debe tratar de divulgar el concepto de responsabilidad social empresarial en todas sus áreas a través de una visión amplia, para beneficio de la organización y la sociedad de manera transparente basada en el acceso a la información, que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas de la sociedad.
3. Desarrollar la responsabilidad social empresarial en Fasys SAC. juega un papel esencial en el desarrollo positivo de factores vitales para la supervivencia, la sostenibilidad y el éxito de la empresa a largo plazo. Estos factores hablan de confianza, credibilidad, reputación, fidelidad, e imagen no solo en el mercado, sino con los mismos miembros de la empresa y la sociedad.

V- RECOMENDACIONES

1. Se recomienda implementar una guía de RSE, que incluya a cada eje mencionado y efectuar acciones o proyectos a corto, mediano y largo plazo, evaluándolos periódicamente para analizar si se ha mejorado en cuestión a RSE y posicionarla como ventaja competitiva en la empresa Fasys SAC.
2. Se recomienda dar a conocer el concepto de RSE a todos los colaboradores de La empresa Fasys, objeto de estudio, por medio de capacitaciones para que puedan efectuar las acciones bajo éstos lineamientos e integrarla a la estrategia empresarial.
3. Se recomienda tratar de fortalecer los principios de RSE identificados en rangos bajos como las de público interno, proveedores, medio ambiente y política pública, con acciones de fácil aplicación y análisis de costo beneficio.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Andia, E., Quispe, Y., Farromeque, P., Severichi, A., & Bolaños, D. (2014). *La responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa peruana*. Lima: Tesis de pregrado - Universidad Tecnológica del Perú.
- Angeles, P. (2014). Por una competitividad sostenible para el Perú. *Conference: Competitividad sostenible en el Perú, At Chiclayo - Peru* (págs. 1-5). Chiclayo: Universidad Pedro Ruiz Gallo .
- Barbachan, M. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. . *Lima: INNOVAG*.
- Bernal, J. A., Nieves, N. C., & Briones, A. (2016). *CSR and technology companies: A study on its implementation, integration and effects on the competitiveness of companies*. Cartagena - Spain: Tesis de posgrado, Universidad Politécnica de Cartagena.
- Cajiga, J. F. (2013). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. Mexico: Cemefi: Centro Mexicano Para la Filantropía. Obtenido de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Farro, L., & Olorte, N. (2015). *Responsabilidad social empresarial en las constructoras de la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo: Tesis de pregrado - Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Arango L. (2011) Diseño de una propuesta de estrategia de responsabilidad social empresarial para la empresa Carsystem Andina (tesis de pregrado) Universidad de Bogotá – Colombia.
- Bowen R. (1953) En su libro Social Responsibilities of the Businessman,
- Zapata, L. (2012). Aproximación a una legislación nacional en responsabilidad social empresarial para la emisión de reportes de sostenibilidad” (Tesis de posgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Business for Social Responsibility 2003
- Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), BONILLA ORTIZ-ARRIETA, Luis, Managua, 2010. Disponible en <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/1096>
- Papel de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en América Latina. VIVES, ANTONIO. Disponible en <http://cumpetere.com/Documents/Papel%20de%20la%20RSE%20en%20AL2.Pdf>.
- Ortiz P. (2009) La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX, (tesis de pregrado) Universidad Javeriana- Colombia.

Andia A. y Quispe Y.(2014) La responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa peruana, (tesis de pregrado)

(World Bank Group [US]) file:///C:/Users/Erick-LENOVO/Downloads/Dialnet-GestionEstrategicaClaveParaLaResponsabilidadSocial-3990453.pdf

AGUEROS & RODRIGUES (2013).
http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15427/1/AMANON_CANCINO_HEL_P ER.pdf

Castillo, A.M. (2005). El resurgir de la responsabilidad social de la empresa en los umbrales del siglo XXI. Consultado el 18 de marzo de 2009 en:
<http://www.redceres.org/archivos/>

CORTINA, Adela. (1996) ...tica de la empresa, claves para una nueva cultura empresarial. Edit. Trotta, España. 1996

Quintana, C., & Zamora, O. (2014). *La influencia de la practica de responsabilidad social en las empresas agroexportadoras de la provincia de Chiclayo para lograr una diferenciacion en el mercado internacional en el periodo 2014*. Chiclayo: Tesis de pregrado - Universidad Señor de Sipán .

Sierra, L., Garcia, M., & Zorio, A. (2013). Credibilidad en Latinoamérica del informe de Responsabilidad Social Corporativa. *RAE*, 54, 29-32. Obtenido de <http://www.scielo.br/pdf/rae/v54n1/a04v54n1.pdf>

Suárez, M. (2011). COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE KARL PEARSON. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/766/1/Coeficiente%20de%20Correlaci%C3%B3n%20de%20Karl%20Pearson.docx>

Turyakira, P., Venter, E., & Smith, E. (2014). The impact of corporate social responsibility factors on the competitiveness of small and medium-sized enterprises. *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/263583763_The_impact_of_corporate_social_responsibility_factors_on_the_competitiveness_of_small_and_medium-sized_enterprises

Vergara, G. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial y Competitividad: Estado del arte sobre su relación*. Colombia: Tesis de pregrado - Universidad Católica de Pereira.

Welch, S., & Comer, J. (1988). *Quantitative Methods for Public Administration. Techniques and Applications*.

VII. ANEXOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CUESTIONARIO

CÓDIGO:

FECHA:

ENCUESTA PARA LA EMPRESA FASYS S.A.C.

Sr(a)/Srta.:

Estamos realizando una encuesta dirigida a la empresa FASYS S.A.C., a fin de desarrollar un trabajo de investigación. En tal sentido, se pone a su consideración una relación de preguntas solicitando su opinión sobre el comportamiento de la empresa, según su experiencia en actividades desarrolladas por la empresa. Sírvase marcar su respuesta con un aspa (X), de modo que sea lo más objetiva posible. SE AGRADECE SU COLABORACIÓN Y LOS APORTES BRINDADOS.

1. ¿FASYS Incluye el respeto a los derechos humanos, como criterio formal en sus decisiones de inversión y/o adquisiciones?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A Veces

2. ¿La empresa tiene comités, consejos o responsable(s) formal(es) por cuestiones éticas?

- a) Si
- b) No
- c) En proceso

3. ¿La empresa verifica la adecuación de la actuación de proveedores a sus valores y principios?

- a) Si
- b) No
- c) De vez en cuando

4. ¿Cuenta con mecanismos o sistemas formales para la evaluación periódica de sus integrantes?

- a) Si
- b) No
- c) En proceso

5. ¿Mantiene comunicación con grupos o partes interesadas?

- a) Buena

- a) Regular
 - b) Mala
- 6 ¿Posee indicadores de desempeño resultantes del diálogo con las partes interesadas?
- a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
- 7 ¿Expone públicamente, y con frecuencia, sus principios con relación a la competencia?
- a) si
 - b) no
 - c) a veces
- 8 ¿La empresa incorpora en el balance social críticas, sugerencias y declaraciones de las partes interesadas?
- a) Si
 - b) No
 - c) A veces
- 9 ¿Compromiso con el mejoramiento de la calidad ambiental?
- a) Alta
 - b) Media

10 ¿Promueve la Educación y concientización ambiental?

- a) Si
- b) No
- c) En proceso

11 ¿Participación en Proyectos Sociales Gubernamentales?

- a) Si
- b) No

Operacionalización de la Variable de estudio

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	TECNICA/ INSTRUMENTO	FUENTE
Mejorar la gestión de competitividad.	Autorregulación de la conducta	• Compromisos éticos	• 1	Encuesta Cuestionario	trabajadores que estén laborando entre 2 a 4 años en la empresa FASYS S.A.C.
		• Arraigo en la cultura organizacional.	• 2 • 3 • 4		
	Relación transparente con la sociedad	• Dialogo con las partes interesadas (<u>stakeholders</u>)	• 5 • 6		
		• Relación con la competencia	• 7		
		• Balance social	• 8		
	Responsabilidad frente a las generaciones futuras	• Medio ambiente	• 9 • 10		
		• Liderazgo social	• 11		

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Nombres y Apellidos	DNI	Correo	Celular
Erick Castillo Monsalve	75360649	castillomonsalve@gmail.com	941868412
<u>Gianella Nicole latorre vasquez</u>	73961451	Latorregianella7@gmail.com	942463697
Línea de Investigación: Comercio Internacional			

TÍTULO TENTATIVO	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS
"Responsabilidad social empresarial para mejorar la gestión de competitividad en la empresa FASYS SAC – 2018"	¿Cómo realizar la responsabilidad social empresarial para mejorar la gestión de competitividad en la empresa FASYS S.A.C. – 2018?	Proponer una estrategia de gestión competitiva de RSE para mejorar la competitividad de la empresa FASYS SAC.	Analizar y evaluar los elementos de la teoría de la RSE respecto a la estrategia de Gestión de <u>Fasys S.A.C.</u>
			Acoplar los principios de RSE en una estrategia de gestión para <u>Fasys S.A.C.</u>
			Analizar la RSE como paradigma de gestión, su importancia como factor de competitividad y la diferenciación para la empresa <u>Fasys S.A.C.</u>

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- Apellidos y Nombres del experto: Carroso Chávez Marco Antonio
- Grado Académico: Doctorado
- Institución donde labora: UCV
- Dirección: Cajamarca - Puntal Km. 3.5 Teléfono: 990 392 298 Email: marco@ucv.edu.pe
- Autor (es) del Instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Nº	INDICADORES	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento considera la definición conceptual de la variable				X	
2	El instrumento considera la definición procedimental de la variable				X	
3	El instrumento tiene en cuenta la operacionalización de la variable				X	
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable				X	
5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores			X		
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general				X	
7	El instrumento persigue los fines de los objetivos específicos				X	
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable				X	
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente			X		
10	Las preguntas siguen un orden lógico				X	
11	El Nº de ítems que cubre cada indicador es el correcto				X	
12	La estructura del instrumento es la correcta				X	
13	Los puntajes de calificación son adecuados				X	
14	La escala de medición del instrumento utilizado es la correcta				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Bueno Fecha: 8/10/2018

IV. Promedio de Valoración:

DMT Nº

43253756

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

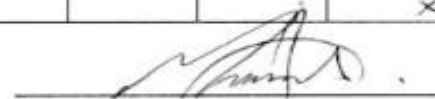
- Apellidos y Nombres del experto: CALVO ALARCON, MARCELYNO.
- Grado Académico: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS.
- Institución donde labora: UCV.
- Dirección: KM. 3-5. Carretera Perené. Teléfono: 951551875 Email: Mcalvo@ucv.edu.pe.
- Autor (es) del Instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Nº	INDICADORES	Deficiente	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1	El instrumento considera la definición conceptual de la variable					X
2	El instrumento considera la definición procedimental de la variable					X
3	El instrumento tiene en cuenta la operacionalización de la variable					X
4	Las dimensiones e indicadores corresponden a la variable					X
5	Las preguntas o ítems derivan de las dimensiones e indicadores					X
6	El instrumento persigue los fines del objetivo general				X	
7	El instrumento persigue los fines de los objetivos específicos					X
8	Las preguntas o ítems miden realmente la variable					X
9	Las preguntas o ítems están redactadas claramente					X
10	Las preguntas siguen un orden lógico					X
11	El N° de ítems que cubre cada indicador es el correcto					X
12	La estructura del instrumento es la correcta				X	
13	Los puntajes de calificación son adecuados					X
14	La escala de medición del instrumento utilizado es la correcta					X.

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Muy buena Fecha: 8/10/2018

IV. Promedio de Valoración:



DNI Nº 40126163

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, FRANCISCO EDUARDO CÚNEO FERNÁNDEZ, docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo, filial Chiclayo, revisor (a) del trabajo de investigación titulado:

"Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la Gestión de Competitividad en la Empresa Fasys - 2018" de las estudiantes Castillo Monsalve, Erik Alberto y Latorre Vasquez, Gianella Nicole constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Chiclayo, 20 de febrero de 2019



.....
MBA Francisco E. Cúneo Fernández
43790999

REPORTE TURNITIN

INFORME DE ORIGINALIDAD

29%	29%	2%	19%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	www.javeriana.edu.co Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Fundación Universitaria CEIPA Trabajo del estudiante	2%
4	www.buenastareas.com Fuente de Internet	2%
5	Submitted to UNILIBRE Trabajo del estudiante	2%
6	acacia.org.mx Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repository.eia.edu.co Fuente de Internet	1%
9	docplayer.es Fuente de Internet	1%

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACION EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 2
--	---	---

Yo Erik Alberto Castillo Monsalve identificado con DNI N.º 75360649 egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: "Responsabilidad social empresarial para mejorar la gestión de competitividad en la empresa Fasys -2018" en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....



Erik Alberto Castillo Monsalve

DNI: 75360649

|

FECHA: 04 de Marzo de 2019

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

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACION EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 2 de 2
--	---	---

Yo Gianella Nicole Latorre Vásquez identificada con DNI N.º 73961451 egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: "Responsabilidad social empresarial para mejorar la gestión de competitividad en la empresa Fasys -2018" en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....



Gianella Nicole Latorre Vásquez
 DNI: 73961451

FECHA: 04 de Marzo de 2019

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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

EP de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Granella Nicole Lafome Vásquez.

INFORME TITULADO:

"Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la gestión
de Competitividad en la Empresa fasys -2018"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Bachiller en negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 27 de febrero del 2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por Unanimidad.



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

EP de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Erik Alberto Castillo Monsalve

INFORME TÍTULADO:

"Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la gestión de competitividad en la empresa Fasys - 2018"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Bachiller en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 27 de febrero del 2019

NOTA O MENCIÓN:

Aprobado por unanimidad



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN