



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

**La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Doctor en Administración

**AUTOR:**

**Mgtr. Alberto Samuel Monzon Troncoso**

(ORCID: 0000-0001-8640-177)

**ASESORA:**

**Dra. Teresa Narvaez Aranibar**

(ORCID: 0000-0002-4906-895X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**Gerencia funcional**

**LIMA- PERÚ**

**2020**

A mi madre Yolanda y padre Alberto por darme la vida, por su aliento y soporte para vencer toda adversidad y ayudarme a crecer como persona.

A mi abuela María Angélica por su cariño, desprendimiento de siempre y su capacidad emprendedora para seguir adelante.

A Emilia, por su cariño y lealtad de siempre para con mi persona

A mi hermana Yolanda (Vicky) y mi hijo Esteban por sus ejemplos de lucha constante en la vida para salir adelante.

### Agradecimiento:

A nuestro creador por darme la vida, darme más oportunidades de vida y permitirme alcanzar este gran objetivo.

A mis docentes, quienes me enseñaron y asesoraron en cada clase para la realización de este trabajo de investigación.

A mis compañeros de trabajo con quienes logramos muchos objetivos y por su apoyo facilitando información para la presente investigación.

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don  
(a)..... *Alvaro Samuel Manzon Gonzalez*.....  
cuyo título es: *La incidencia del neuromanagement  
y la responsabilidad social empresarial  
en los indicadores claves de éxito en  
la C.P. Administración de una universidad  
privada de Lima - Este 2019*.....

Reunida en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por  
el estudiante, otorgándole el calificativo de: *12* (número)  
..... *Once*..... (letras).

Lima, San Juan de Lurigancho..... *17*..... de *Enero* del 2020....



.....  
PRESIDENTE  
DR. RONNIE GUERRA TORRES



.....  
SECRETARIO  
DR. HUGO PRADO LOPEZ



.....  
VOCAL  
DRA. TERESA NARVAEZ ARANIBAR

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

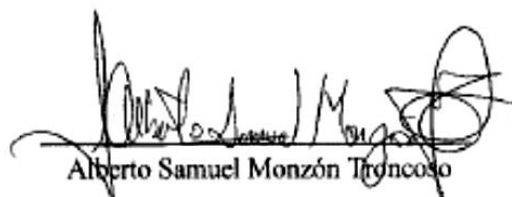
Yo Alberto Samuel Monzón Troncoso, alumno del Programa de Doctorado en Administración de la Universidad César Vallejo, identificado DNI 07482223 con la tesis titulada: "La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría. (Anexo 11 y 12)
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son fidedignos, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados a los que se arribe en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la presencia de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, enero del 2020

  
Alberto Samuel Monzón Troncoso  
DNI: 07482223

## Índice

|  |             |
|--|-------------|
| <b>Dedicatoria</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>Agradecimiento</b>  | <b>iii</b>  |
| <b>Acta de Aprobación de la Tesis</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>Declaratoria de Autenticidad</b>  | <b>v</b>    |
| <b>Índice</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>Índice de tablas</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>Índice de Figuras</b>   | <b>viii</b> |
| <b>Resumen</b>   | <b>ix</b>   |
| <b>Abstract</b>  | <b>x</b>    |
| <b>Resumo</b>  | <b>xi</b>   |
| <br>   |             |
| <b>I. INTRODUCCIÓN</b>   | <b>12</b>   |
| <br>   |             |
| <b>II. MÉTODO</b>  | <b>40</b>   |
| 2.1 Tipo y Diseño de Investigación   | 40          |
| 2.2 Operacionalización de las variables                                      | 41          |
| 2.3 Población y muestra  | 50          |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 50          |
| 2.5 Procedimientos   | 52          |
| 2.6 Métodos de análisis de datos   | 52          |
| 2.7 Aspectos éticos  | 52          |
| <br>   |             |
| <b>III. RESULTADOS</b>   | <b>53</b>   |
| 3.1 Presentación de Resultados   | 53          |
| 3.1.1 Validez  | 53          |
| 3.1.2 Fiabilidad   | 54          |
| 3.1.3 Análisis Descriptivo   | 55          |
| 3.1.4 Tablas Cruzada   | 58          |
| 3.2 Resultados previos al análisis de los datos                              | 59          |
| <br>   |             |
| <b>IV. DISCUSIÓN</b>   | <b>64</b>   |
| <b>V. CONCLUSIONES</b>   | <b>68</b>   |

|  |    |
|--|----|
| <b>VI. RECOMENDACIONES</b>               | 69 |
| <b>VII. PROPUESTA</b>                    | 71 |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>        | 78 |
| <b>REFERENCIAS VIRTUALES DE FIGURAS:</b> | 85 |
| <b>ANEXOS</b>                            | 86 |

### **Índice de Tablas**

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Matriz de Operacionalización de la variable Neuromanagement   | 42 |
| Tabla 2: Matriz de Operacionalización de la variable Responsabilidad Social Empres.  | 44 |
| Tabla 3: Matriz de Operacionalización de la variable Indicadores claves de éxito   | 47 |
| Tabla 4: Estadísticas de fiabilidad variable Neuromanagement   | 54 |
| Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad variable Responsabilidad Social Empresarial  | 54 |
| Tabla 6: Estadísticas de fiabilidad variable Indicadores Claves de Éxito   | 54 |
| Tabla 7: Distribución de frecuencia de la variable Neuromanagement   | 55 |
| Tabla 8: Distribución de frecuencia de la variable RSE   | 56 |
| Tabla 9: Distribución de frecuencia de la variable Indicadores Claves de Éxito   | 57 |
| Tabla 10: Tabla cruzada Neuromanagement* Indicadores Claves de Éxito   | 58 |
| Tabla 11: Tabla cruzada Responsabilidad Social Empresarial * Indicadores Claves de Éxito   | 58 |
| Tabla 12: Determinación del ajuste de neuromanagement y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019. | 60 |
| Tabla 13: Correlación tres variables: Neuromanagement, Responsabilidad Social empresarial en Indicadores Claves de Éxito   | 60 |
| Tabla 14: Determinación del ajuste de neuromanagement en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.                                      | 61 |
| Tabla 15: Correlación dos variables: Neuromanagement en Indicadores Claves de Éxito  | 61 |
| Tabla 16: Determinación del ajuste de responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019                    | 62 |

|  |    |
|--|----|
| Tabla 17: Correlación dos variables: Responsabilidad Social empresarial en Indicadores Claves de Éxito | 63 |
|--|----|

### **Índice de Figuras**

|   |    |
|---|----|
| Figura 1: Los Empresarios Hablan  | 15 |
| Figura 2. Resultados por sectores   | 12 |
| Figura 3. Resultados de correlaciones empresas que si aplican RSE             | 24 |
| Figura 4. Resultados de correlaciones empresas que no aplican RSE             | 24 |
| Figura 5 Correlaciones de indicadores área de Resultados                      | 26 |
| Figura 6: Resultados comparativos de indicadores de expectativas estudiantes. | 27 |
| Figura 7: Indicadores de servicios odontológicos red Sabogal Essalud.         | 30 |
| Figura 8: Zonas del Cerebro para el desarrollo del Neuromanagement            | 32 |
| Figura 9: Interacción de grupo de interés                                     | 34 |
| Figura 10: La pirámide de Carroll (1991)                                      | 35 |
| Figura 11: Proceso de elaboración de indicadores                              | 37 |
| Figura 12: Distribución de frecuencia de la variable Neuromanagment           | 55 |
| Figura: 13: Distribución de frecuencia de la variable RSE                     | 56 |
| Figura 14: Distribución frecuencia variable Indicadores Claves de Éxito       | 57 |



## RESUMEN

La presente investigación tiene por título “La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019”, tuvo como propósito demostrar el efecto de las variables neuromanagement y responsabilidad social empresarial (RSE) en indicadores claves de éxito. El enfoque fue cuantitativo de diseño no experimental, Ex Post Facto, estudio de correlación causal. Se utilizó como muestra censal a 15 docentes a tiempo completo y jefes de práctica que manejan procedimientos con dos años de experiencia mínima, el instrumentó aplicado fue un cuestionario con un total de 90 preguntas, 30 por variable con un alfa de Cronbach mayor a 0.904 en cada una de las variables y fue validado por 4 expertos, en la misma se aplicó una escala tipo Likert. Para procesar los datos del cuestionario, luego se utilizó el SPSS versión 24, estadística descriptiva y el estadístico Chi cuadrado para datos no paramétricos, del que se obtuvo con un sig.  $0.006 < 0.05$  en la prueba estadística de correlación causal Chi cuadrado, por Nagelkerke una correlación logística de 0.704, lo cual nos indican que la correlación causal es alta positiva en la asociación de las variables: neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito.

**Palabras claves:** neuromanagement, la responsabilidad social empresarial, indicadores claves de éxito.

## **ABSTRACT**

The present research is entitled "The incidence of neuromanagement and corporate social responsibility in the key indicators of success, in the CP Administration of a private university of Lima Este 2019" purpose of demonstrating the effect of neuromanagement variables and corporate social responsibility (CSR) on key indicators of success. The approach was quantitative non-experimental design, Ex Post Facto, causal correlation study. It was used as a sample of 15 full-time teachers and practice managers who handle procedures with two years of minimum experience, the applied instrument was a questionnaire with a total of 90 questions, 30 per variable with a Cronbach alpha greater than 0.904 in each of the variables and was validated by 4 experts, in the same a Likert scale was applied. To process the questionnaire data, SPSS version 24, descriptive statistics and the square Chi statistic for nonparametric data, obtained with a sig.  $0.006 < 0.05$  were used in the statistical test of causal correlation Chi squared, by Nagelkerke a logistical correlation of 0.704, which indicate slams that causal correlation is high positive in the association of variables: neuromanagement and social responsibility in the social responsibility in the corporate social responsibility in the key indicators of success.

**Keywords:** neuromanagement, corporate social responsibility, key indicators of success.

## RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo "A incidência de neurocontrole e responsabilidade social corporativa nos principais indicadores de sucesso, na Administração de CP de uma universidade privada de Lima Leste 2019", teve como objetivo demonstrar o efeito das variáveis de neurocontrole e responsabilidade social Business (CSR) nos principais indicadores de sucesso. A abordagem foi quantitativa do delineamento não experimental, Ex Post Facto, estudo de correlação causal. Utilizou-se uma amostra do censo para 15 professores em tempo integral e chefes de prática que lidam com procedimentos com dois anos de experiência mínima; o instrumento aplicado foi um questionário com um total de 90 perguntas, 30 por variável com um alfa de Cronbach maior que 0,904 em cada uma das variáveis e validada por 4 especialistas, foi aplicada uma escala Likert. Para processar os dados do questionário, foram utilizados os dados não paramétricos versão SPSS versão 24, estatística descritiva e estatística do qui-quadrado, obtidos com sig. 0,006 <0,05 no teste estatístico de correlação causal do qui-quadrado, por Nagelkerke a Correlação logística de 0,704, o que indica que a correlação causal é altamente positiva na associação das variáveis: gerenciamento neurológico e responsabilidade social corporativa nos principais indicadores de sucesso.

Palavras-chave: neurogestão, responsabilidade social corporativa, indicadores-chave de sucesso.

## I. INTRODUCCIÓN

En el presente, la neurociencia se ha encargado de describir cómo funciona nuestro cerebro en cuanto la forma de pensar y actuar, en tal sentido teorías generales sobre las competencias se han desarrollado con éxito en diferentes partes del mundo, y más aún se han desarrollado las competencias gerenciales hasta el punto de desarrollar la administración de hoy por competencias. En este contexto de aplicar la gerencia por objetivos y resultados totalmente claros, se ha desarrollado el neuromanagement que como lo describe la consultora NeuroHR:

Se trata de una disciplina centrada en explorar los procesos neurofisiológicos involucrados en la toma de decisiones, desarrollar las inteligencias múltiples a nivel personal y organizacional, fomentar en los ejecutivos la capacidad de visión de negocios y desarrollar las competencias de los profesionales.

No podemos negar que en un contexto de consecuencias de recientes crisis económicas iniciadas desde el 2008 en la que muchas grandes empresas cayeron, otras se recuperan aun y en la actual competencia global de las mejores prácticas gerenciales para sobrevivir en expansiones territoriales se requiere de una gestión productiva y casi impecable.

A nivel local la gestión de organizaciones no ha tenido mucho éxito, considerando primero que el 85% de los micros emprendimientos perecen en el primer año por falta de una adecuada gestión tanto como las grandes empresas que en ocasiones han tenido que fusionarse a transnacionales como Coca Cola, grupo chileno CENCOSUD o SODIMAC, Nestle, etc. Si dejar de mencionar que carecemos de un nivel de industria muy poco competitivo con respecto al exterior del país.

Según indica en el diario Ricardo Márquez, presidente de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI):

Después de anotar cifras negativas en los últimos cuatro años, la industria peruana retomó la senda del crecimiento y anotó un avance de 5,8% entre enero y abril del 2018. Para consolidar la recuperación, se debe apostar por la diversificación para poder generar productos de alto valor agregado.

Pero esto no se consigue solo con invertir grandes cantidades de dinero y esperar resultados tras delegar funciones y tareas, se requiere en todo tipo de organización micro o gran empresa

desarrollar habilidades y competencias gerenciales claras y pertinentes antes de especializarse en el sector que se desea uno desenvolver como línea de carrera.

La gestión universitaria pública o privada no es ajena a esta realidad, recientemente se viene desarrollando un proceso de licenciamiento universitario a nivel de 140 universidades aproximadamente en el país, ya se han denegado 10 licencias, los motivos principales es la carencia de capacidad para brindar los servicios ofrecidos desde la infraestructura, calidad educativa deficiente, falta de un procedimiento claro de investigación, poca capacidad financiera de ingresos como de inversión para el alcance de resultados entre otros motivos para que los clientes finales, estudiantes egresados puedan insertarse en el mercado laboral cumpliendo un perfil de éxitos con el desarrollo de competencias específicas y genéricas.

En tal sentido el grado de exigencia es superior tal como se muestra en los últimos resultados de licenciamiento 2019 como se indica en la revista virtual Entorno Inteligente:

Asimismo UPAL deberá presentar a la Dirección de Licenciamiento, al final de los años 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025, evidencias de la ejecución y los resultados obtenidos de su Plan Estratégico y del Plan de Gestión de la Calidad, así como de las acciones correctivas implementadas, de ser el caso.

En tal sentido a nivel internacional y local los beneficios del neuromanagement se han visto pertinentes en la alta dirección, gestión del talento humano y en la implementación del cambio. Pues a nivel mundial día a día se requiere CEO experimentados con un nivel de toma de decisiones y comunicación casi en tiempo real y efectivo. Siendo la efectividad un efecto superior a la eficacia y eficiencia, la eficacia fue superada por los aportes de las escuelas de la administración científica (Taylor) y la administración clásica (Fayol) para conseguir una administración eficiente que permita alcanzar resultados con recursos necesarios. Hoy ya no es suficiente, se requiere todo tipo de ahorro de recursos, es decir ser efectivos, lo cual se realiza mediante un liderazgo inteligente, competitivo y humano esto a nivel de todo tipo de organización que quiere ser exitosa, con resultados en imagen y financieros por las demandas de los inversionistas.

Para entender el rol de la Responsabilidad Social Empresarial en nuestro contexto de hoy debemos considerar eventos como la crisis económica de 1929 que deja desigualdades marcadas con consecuencias sociales y económicas, las que se verán acentuadas por los

efectos de la segunda guerra mundial (1940-1945) y como consecuencia de ello la responsabilidad social de las empresas se desarrolla en medio de políticas económicas e industriales del gobierno populistas y en ocasiones proteccionista. .

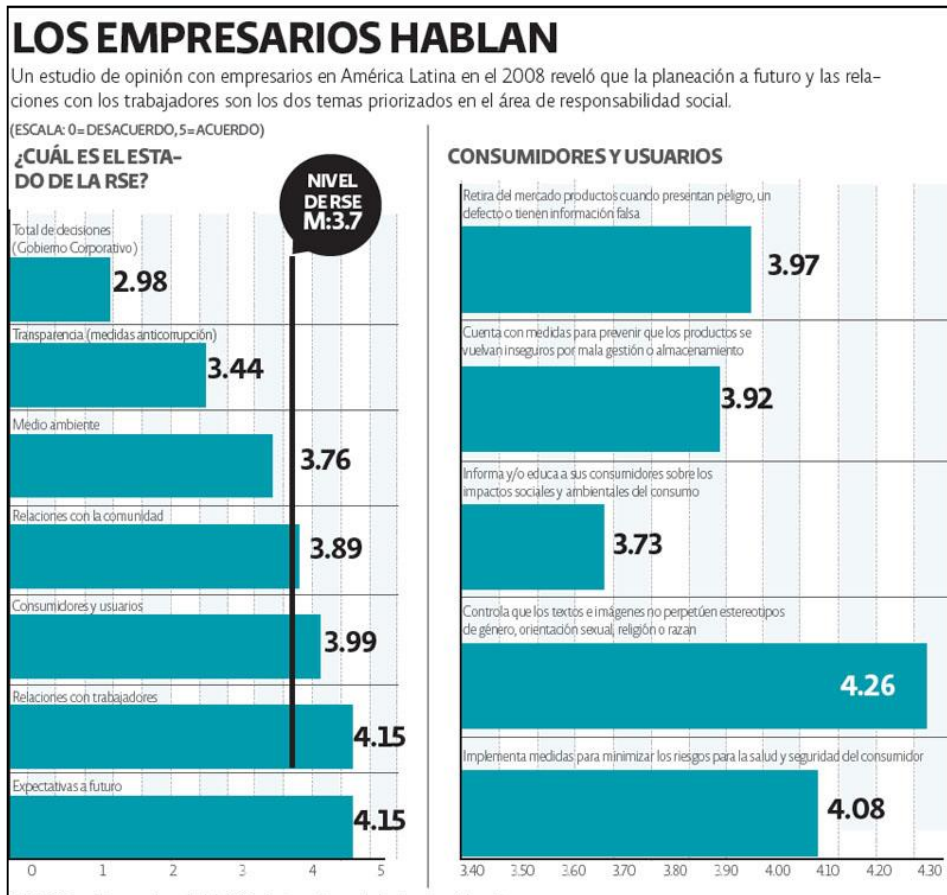
Reich (2007) describe esta época como “the not so golden age” (“la edad no tan dorada”) (1945-1970) se extiende a partir de la Segunda Guerra Mundial en un contexto de guerra fría en el exterior, pero también de crecimiento económico constante, impulsado por el consumo de masas basado en el pacto fordista, cimentado sobre la negociación de las condiciones de trabajo y del acceso a un nivel de vida en aumento para los empleados de las empresas; representa un pacto estable, negociado entre sindicatos, gobiernos y grandes empresas.

Sin embargo las grandes organizaciones llegaron a anular pactos y en otras realidades a los sindicatos para obtener grandes ganancias, con condiciones de contratos que van más allá de las consideraciones que se deben tener en las necesidades que Maslow en su teoría de su famosa pirámide nos expresó y que es la base para las corrientes actuales de la gestión del talento humano:

En 2007, Wal-Mart, con casi dos millones de empleados, es una empresa de servicios (de gran distribución) que no tiene convenciones colectivas, no existe ningún sindicato, los salarios promedio son de unos 17.500 dólares al año, con beneficios sociales muy limitados. Una familia de cuatro personas, cuyos dos padres trabajan tiempo completo en Wal-Mart, con salario mínimo vive por debajo del umbral de la pobreza. Su presidente tiene un salario y beneficios sociales cerca de 1.000 veces el salario promedio. Esta realidad interna de las empresas se manifiesta en el conjunto de la sociedad con un aumento de las desigualdades. En 1980, el 1% de los más ricos poseían el 8% de los ingresos; en 2004 este 1% recibe 16% de los ingresos (Reich, 2007).

La crisis económica del 2008 ha expuesto las acciones de poca responsabilidad empresarial por parte de la parte estratégica de bancos y otras organizaciones que significó el quiebre de dichas organizaciones para terminar con despidos masivos sumados a las pocas beneficios

que tienen los colaboradores y que no son nada inspiradores para ellos que signifique corresponder en la responsabilidad social empresarial.



Fuente: [https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi8\\_nIjvvjAhUJo1kKHboCBRsQjRx6BAgBEAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.expoknews.com%2Fempresas-ciudadanos-corporativos-felipe-cajiga%2F&psig=AOvVaw2tdua-gOWk7opCzif20r91&ust=1565622913228854](https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi8_nIjvvjAhUJo1kKHboCBRsQjRx6BAgBEAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.expoknews.com%2Fempresas-ciudadanos-corporativos-felipe-cajiga%2F&psig=AOvVaw2tdua-gOWk7opCzif20r91&ust=1565622913228854)

Figura 1: Los Empresarios Hablan

En Latinoamérica se hereda las propuestas americanas y del Reino Unido en medio de diversas expresiones culturales y de sentimientos encontrados por la opresión ejercida por gobiernos coloniales, militares y corruptos. Es en este contexto que los sindicatos aparecen para contrarrestar acciones o decisiones empresariales de opresión para reducir brechas de trato, beneficios económicos y no económicos. Es recién que a partir de los años 60 se empieza a hablar de Gestión del Talento Humano dada las diferentes confrontaciones entre gestores y colaboradores, quizás los experimentos de Elton Mayo en Hawthorne entre los años 1926 y 1934 nos da un indicio de lo importante que es la consideración sobre el factor

humano y que ha permitido en organizaciones inteligentes involucrar al factor humano en los resultados para su crecimiento y expansión.

Actualmente en la última década podemos observar: (a) Diferencias significativas salariales en las organizaciones entre la parte estratégica y operativa. (b) Se observa una pobre responsabilidad en procesos productivos y entrega de producto o servicio al cliente. (c) Se observa falta de cuidado por el medio ambiente. (d) Descuido en el cuidado de recursos institucionales (e) No existe una cultura en donde se siga indicadores claves de éxito y sus propuestas de mejora en forma disciplinada

Las instituciones de educación superior no son ajenas a la aplicación de la gestión adecuada, pues muchas han sucumbido ante las malas prácticas de las autoridades, quienes quizá no estaban preparadas por su formación o porque no conocen las capacidades o competencias neCésarias para tener una gestión con éxito, las organizaciones educativas a nivel superior son exigidas a nivel internacional a conseguir estándares que les permita ser certificadas como universidades de calidad a este proceso se le llama acreditación, permitiendo que sus beneficiarios puedan continuar estudios en cualquier universidad del mundo o conseguir trabajos decorosos e inmediatos, pero esto se consigue con una gestión inteligente y responsable.

Por otra parte, las organizaciones ante las crisis económicas han considerado ser más cuidadosas con sus recursos y lo que ellos le generen, las organizaciones inteligentes se han propuesto seguir indicadores claves de éxito, tras un previo análisis interno y externo se desafían a proponer objetivos específicos por áreas con indicadores y variables para ser monitoreadas por mapas estratégicos en tableros de mando, esto desde la parte estratégica, por otro lado los procesos y procedimientos se han articulado en lo que se llama en mapas de procesos que contienen indicadores claves de éxito. Inspirados en los resultados de gestión de calidad aplicados por Edward Deming en los resultados obtenidos en el llamado “Milagro Japonés” que no es más que el esfuerzo por seguir indicadores de mejoras en los costos productivos y reducción de pérdidas por diversas razones manteniendo la calidad del producto y servicio siempre innovador.

Luego de la crisis de las 2008 grandes organizaciones empezaron a usar los aportes de Kaplan en cuanto el Balanced Scorecard con sus mapas estratégicos y tableros de control



aplicados en todo tipo de organización pública o privada, con o sin fines de lucro, grande o pequeña con resultados prudentes y significativos para todos los miembros del grupo de interés internos o externos.

Usar los indicadores de gestión en todos los niveles de la organización han permitido mejorar la productividad en 5% y si estamos en proceso de mejora continua aplicando el famoso Circulo de Calidad de Deming es posible obtener mejores resultados como los tenidos en las industrias asiáticas y de la India, y de algunas naciones de Europa.

Los indicadores claves de éxito o de rendimiento KPI son usados en grandes organizaciones obligadas por sobrevivir y perennizarse en el medio, sin embargo la realidad es que no son usadas en la gran mayoría de las organizaciones por la falta de conocimiento en su uso y beneficio. A nivel mundial el manejo de Indicadores claves de éxito o de rendimiento ha llevado a una gestión de desempeño corporativo en ingles Corporate Performance Management conocido como CPM y que se han establecido en softwares que permiten desarrollar una inteligencia de negocios con sus siglas inglesas BI (Business Intelligence). Compartida en los niveles estratégicos, tácticos y operativos: Por lo tanto, el CPM se puede ver como una forma adicional de BI. Los módulos del BI que están dentro del software ERP de grandes partidos suelen ser adecuados para un CPM más avanzado. Los softwares ofrecen estos módulos son, por ejemplo, SAP, Microsoft y Oracle.

En nuestro contexto organizaciones como Lidney- Inca Cola, antes de ser adquirido, ya tenía establecido el uso de KPI que son sincronizados por SAP, Oracle People y Balanced Scorecard, dentro de la industrias peruanas se aplican los KPI's en Aje Group quienes han monitoreado su crecimiento a nivel local y su expansión a lo largo de del eje ecuatorial.

En Expogestión 2015, Javier Llanos, director corporativo de planeamiento y operaciones de Ajegroup, brindó una exposición titulada Integrated Business Planning, Maximizando la Rentabilidad del Negocio' y la inició comentando acerca del más reciente éxito del Grupo en el continente africano: "para el 2020 se espera que 250 millones de consumidores, alcancen más o menos un ingreso de 5 mil dólares anuales. Finalmente Llanos asoció el tema de la estructura organizacional con el de los indicadores (KPIs) y señaló que sin ellos no podríamos saber cuál es la salud de un proceso o una organización porque son la fuente de la medición, base del desempeño.

Ajegroup es una organización nacional que desde el año 1988 y en un contexto de terrorismo en el país, con un crecimiento sostenible a nivel de Latinoamérica, Asia, Europa y ahora en Africa se ha desarrollado a nivel internacional con claras señales de éxito en su gestión por KPI's, lo cual es referenciado por Marcos Vizquerra Molina en el diario Gestión – Socio de Noval Consulting quien indica sobre los KPI: El propósito de usar indicadores clave rendimiento es enfocar la atención en las actividades o procesos de la empresa, con el fin de avanzar hacia metas y objetivos declarados por cada compañía.

En el sector educativo SINEACE en su portal virtual indica que el sistema nacional de evaluación de acreditación y certificación en la calidad educativa, ha planteado un mapa de proceso para el alcance de resultados que puede ser acreditado con un nivel de calidad optimo, para lo cual es importante cumplir con indicadores de gestión de calidad (IGC) que evidencia el desarrollo de competencias que se exigen en el perfil del egresado en la parte de aprendizaje, extensión, proyección social servicio de bienestar universitario, planificación estratégica, movilidad académica y resultados en las competencias del egresado:

El nuevo modelo y matriz de estándares se formula con el propósito de llamar a la reflexión y promover un mayor análisis y valoración de la relación entre: qué se propone el programa de estudios o universidad, qué efectivamente realiza, qué obtiene como resultado y qué tiene que hacer para mejorar. Pretende ser una herramienta de gestión que potencie la autoevaluación, instale una práctica de mejora continua y conduzca hacia la autorregulación.

En tal sentido y luego del análisis pertinente, histórico y actual, las variables a tomar en cuenta en la presente investigación son: Neuromanagement, Responsabilidad social empresarial y alcance de los indicadores claves de éxito. A través del neuromanagement observaremos las inteligencias o desinteligencias en la aplicación de las seis dimensiones que corresponden a la aplicación de la responsabilidad social empresarial en una institución educativa superior en donde los recursos sean utilizados en forma óptima y monitoreados por resultados esperados a través de indicadores claves de éxito. A nivel local, la investigación se realizará en la CP Administración de una Universidad Privada de Lima Este en donde se observa la aplicación de neuromanagement de forma proactiva evitando dificultades operativas y problemas en el alcance de resultados proyectados los mismos que se verán reflejados en la responsabilidad empresarial social que tiene dicha organización

para con los clientes internos y externos en conjunto con indicadores claves de éxito exigidos dentro de la gestión y los resultados académicos esperados.

Podemos observar el desarrollo y aplicación de inteligencias emocionales, múltiples e intuitivas-creativas en personal a cargo de áreas claves que se refleja en comunicación efectiva y asertiva, capacidad para cumplir con los requerimientos de otras áreas a nivel horizontal y vertical, por último, realizar un manejo de recursos financieros óptimo para el alcance de resultados. Lo mencionado anteriormente se ve reflejado en la precisión en toma de decisiones, comunicación permanente y fluida desde la coordinación de la CP Administración tanto en forma interna como externa a la CP Administración, lo que finalmente conlleva a cuidar los resultados estratégicos esperados como la posición en el mercado.

Sin embargo a nivel externo, en otras áreas dentro de la universidad privada de Lima Este, la CP Administración, considera como causas principales de dificultades en la gestión por resultados: la definición de perfiles de puestos y el desarrollo de una línea de carrera de los mismos puestos, dificultades en la proyección de ingresos y del uso de los mismos observándose dificultades en la prestación de servicios, por último propuestas de mejora no realistas que distan con los resultados de la evaluación del clima organizacional, lo que significa un deficiente nivel de responsabilidad social empresarial de acuerdo a los estándares esperados en tal sentido se obstaculizan los resultados de los indicadores de éxito para alcanzar el modelo de procesos planteado para el alcance de resultados de imagen, financieros y de certificación de calidad esperados.

Las consecuencias inmediatas sería perder la integración institucional del equipo de trabajo para convertirse en un grupo que solo cumple metas por áreas, pérdida de público objetivo que migra a otras universidades y pérdida de posicionamiento en Lima Este frente a nuevas universidades.

Dentro de los trabajos previos a nivel internacional sobre neuromanagement podemos encontrar en la tesis de maestría: Zhang, X. (2018). *Motivation of Enterprise Motivation Management Mechanism Based on Neuromanagement. NeuroQuantology 2018*, en su investigación experimental midiendo con Eventos Potenciales Relacionados (ERP) las ondas cerebrales emitidas por encefalogramas (EEG) sobre la influencia de la motivación externa

e intrínseca y su mecanismo neuronal concluye: Las medidas de motivación de las empresas generalmente incluyen motivación material y motivación espiritual. Este artículo estudia el mecanismo neuronal de la motivación material interna y el efecto dañino de la motivación espiritual externa en la motivación intrínseca a través de experimentos de pulsación de teclas. En la gestión de la motivación de las empresas, la motivación material no siempre es capaz de desempeñar un papel positivo, e incluso a veces destruir la motivación intrínseca original. Por lo tanto, las empresas deben considerar plenamente si las medidas de motivación pueden influir en la motivación intrínseca actual, de modo que puedan desempeñar plenamente el papel de motivación. La diferencia en la amplitud frN se incrementa en las etapas 3 a 1 cuando se realiza el experimento de motivación espiritual. Esto demuestra que la motivación espiritual puede estimular la motivación intrínseca, y las empresas deben prestar atención a la motivación espiritual para motivar, como elogiar a los empleados. Lo material puede destruir la motivación intrínseca.

Britto, TS, Fuentes, N, y Torres, V. (2017). *Neurogerencia como herramienta en la metamorfosis organizacional en Colombia 2017*, la investigación cualitativa propone entender la neurogerencia como herramienta para el cambio en la organización, mostrando las posturas del cerebro frente al cambio bajo una metodología cualitativa por medio del enfoque introspeccionismo o análisis interno vivencial y experimental, se triangularon los datos contrastando, usando un cuadro de subcategoría, se agruparon códigos dentro de un marco teórico; en pocas palabras se buscó un patrón de coincidencias por los entrevistados, se excluyeron respuestas incompletas y no pertinentes. Luego se utilizó la herramienta de la ventana de Jhojari para discriminar el Yo de los Demás, en el cruce de los escenarios lo conocido y lo desconocido. Ente los principales resultados tenemos: La neurogerencia ayuda a asumir compromiso como autoridad o colaborador frente a los entornos más complejos. Ante los cambios se observó su aplicación como un reto que genera propuestas de manejo de nuevas circunstancias. También se demostró que la temporalidad de los cambios depende de la cultura organizacional y dependía de que lo jefes hacían como ejemplo y no de lo que pidieran que realicen.

Nikolaevskaya, O. (2015) *Organizational potential of scientific work in the system of neuromanagement by the example of higher education*,. La presente investigación descriptiva trata de demostrar la importancia del neuromanagement en las organizaciones

desde su formación en los centros educativos de formación superior y su relación con las organizaciones, para ello utiliza el análisis empírico de la experiencia española de cooperación universitaria e industrial basada en el análisis de estos trabajos permitió concluir que la formación de los enlaces entre universidades e industrias del sector real se complica por factores como el falta de estímulo empresarial, los problemas de diferencia en lenguaje profesional, la brecha generacional, la falta de tiempo para construir eficiente canales de comunicación, insatisfacción con los resultados de las interacciones, falta de visibilidad de nuevas oportunidades y perspectivas. Por otro lado, la experiencia rusa en el campo se refleja en la investigación dedicada a la experiencia internacional en el desarrollo y gestión del sistema de la educación superior. El proyecto "Efficient University: Reloaded" se realizó en MGIMO y reveló las principales razones del fracaso de tales iniciativas: 32% - introducción deficiente gestión, 20% - problemas de comunicación, 17% - complejidad y novedad de la objetivo, es decir, aproximadamente el 70% de las razones están relacionadas con la falta de coordinación en el sistema de implementación equilibrado y, en consecuencia, la calidad correspondiente del resultado, así como la incapacidad de generar, desarrollar y probar conexiones útiles. Por otro lado el desarrollo de la actividad empresarial en la participación de pequeños y medianas empresas aportan en el PIB de Rusia el 20%, mientras que en los Estados Unidos esta cifra es 50%, en China es más del 60% y en los países europeos - 65-70%.

Según la investigación de EY "Barómetro de negocios" sobre el desarrollo de Educación empresarial (realizada en 20 países, G20) Rusia está en el puesto 14 entre 20 países (para comparación: Sudáfrica - 11, Estados Unidos - 3, Francia -1). En tal sentido se sugiere completar a la lista de competencias tradicionales del sistema de neuromanagement, el último grupo de competencias es complementado con la "imagen" que se diferencia según el desarrollo: competencia, nivel profesional, estilo, proyectos completos y actuales de diferentes tipos ("mantener el contacto", "emprendimiento interno", "Calidad de gestión") y cultura de investigación organizacional (dependiendo de la organización sobre los propósitos, valores, necesidades, interacciones). El sistema de neuromanagement tanto en la organización empresarial y educativa se centra en los períodos de transición donde es muy importante mantener la fe en las tradiciones y crear oportunidades para asimilación suave y no destructiva de las innovaciones en desarrollo. Así, definir el sistema educativo como un sistema abierto al diálogo y el desarrollo en línea con neuromanagement con: en primer

lugar, en relación con el aspecto del tiempo, el aprendizaje es visto como un proceso de toda la vida, en segundo lugar, en relación con el grado de apertura, en tercer lugar, en relación con el desarrollo prioritario, en todos los aspectos legislativos y actos reguladores del factor humano como una prioridad para la realización de participantes del proceso educativo y partes interesadas para la coparticipación, en cuarto transformaciones evolutivas integradoras relacionadas con el valor motivacional propósitos y en quinto, el éxito en garantizar la calidad educativa adecuada que se brinda hoy es garantizado tanto por organizaciones como por docentes, especialmente en la implementación de interacción de una red Educación basada en competencias para promover la trayectoria de la asimilación del programa educativo.

En cuanto a la variable responsabilidad social empresarial encontramos: Martínez, M., LLoret, C., y Mas, S. (2017). *“Responsabilidad Social Universitaria (RSU): Principios para una Universidad Sostenible, Cooperativa y Democrática desde el Diagnóstico Participativo de su Alumnado. 2017”*, La investigación se desarrolló sobre dos estudios cuantitativos y uno cualitativo se obtuvieron los siguientes resultados: sobre cómo debe organizarse responsablemente la universidad con respecto al personal su línea de carrera y respeto a sus derechos laborales, los alumnos opinan que existe un buen clima. En cuanto al tema equidad de género y no discriminación es positivo pero solo el 56 % (n= 115) se siente escuchada como miembro de la comunidad universitaria. En cuanto al medioambiental el 61% (n=125) está de acuerdo que se han tomado medidas de protección y cuidado del mismo pero tan solo un 23% (n=47) considera que ha adquirido una cultura del cuidado del medio ambiente desde que empezó sus estudios. En cuanto al tema de “transparencia y democracia”, el 50% de estudiantes considera que existe una buena gestión y pero con una participación del 33% (n=68). En cuanto a la “comunicación y marketing responsables”, pero tan solo tan solo el 26% (n=54) opina que se le comunica todo lo necesario e indispensable que debe saber el estudiante para tener un mejor aprovechamiento dentro de la universidad dejando claro que existe libertad de opinión.

Lopez, C., Rios, M. y Sánchez, M. (2017) *“Market structure and corporate social responsibility in mexican micro, small and medium enterprises. The link between individual and social preferences”*, para la investigación se ha considerado microempresas con colaboradores con una muestra de 296 de una población de 95 Mypes, con un nivel de

confianza del 95% u un error muestral del 5%, teniendo resultados diversos por sectores como se muestra en la Figura 2: en el sector industrial son significativas las variables demandas del consumidor y lealtad de clientes como de proveedores, es decir existe una relación en dichas variables que deben ser consideradas en las estrategias genéricas y específicas. En cambio en el sector comercio se destaca la relación con los grupos de interés, también la lealtad de clientes como de proveedores. Por ultimo en el sector servicio se destaca lealtad de clientes y el tamaño de la empresa, pues su capacidad instalada es un referente para brindar un buen servicio y de decisión para el cliente. Los principales resultados son estadísticamente significativos con una relación positiva sobre RSE excepto la variable edad.

| Indicador                             | Modelo 1<br>General | Modelo 2<br>Industria | Modelo 3<br>Comercio | Modelo 4<br>Servicios |
|---------------------------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| Presión de grupos de interés          | 0,210*              | 0,531                 | 0,301*               | -0,038                |
| Demandas del consumidor               | 0,297**             | 1,180**               | 0,289                | 0,113                 |
| Lealtad de los clientes y proveedores | 0,579***            | 1,004**               | 0,480**              | 0,501**               |
| Tamaño                                | 0,490**             | 0,408                 | 0,275                | 0,709**               |
| Edad                                  | -0,035              | -0,214                | 0,013                | -0,091                |
| Constante                             | -5,130***           | -10,781***            | -4,901***            | -3,448***             |
| Pseudo R <sup>2</sup>                 | 0,192               | 0,48                  | 0,164                | 0,169                 |
| Prueba de Hosmer y Lemeshov           | 13,968*             | 6,915                 | 7,544                | 16,95**               |
| Prob> $\chi^2$                        | 0,083               | 0,546                 | 0,479                | 0,031                 |
| Observaciones                         | 296                 | 56                    | 117                  | 123                   |

Nota: Uno, dos y tres asteriscos indican niveles de significancia del 10, 5 y 1%, respectivamente.

Figura 2. Resultados por sectores

Ramos, V., Avalos, A., Aguirre, L. y Tejera, E. (2018). *Diferencias del Comportamiento Socialmente Responsable entre empresas que Aplican y No Aplican Responsabilidad Social Empresarial*. El estudio tuvo por objetivo demostrar que existe diferencias entre empresas que aplican responsabilidad social empresarial (RSE), bajo los resultados obtenido por los colaboradores que aplican un comportamiento socialmente responsable (CSR) considerando de cinco dimensiones relacionados al CSR: autonomía, empatía, competencias, justicia y

ética, la muestra fue de 699 entre el comparativo de dos organizaciones. El estudio fue cuantitativo transversal y correlacional. Se usó correlaciones entre categorías asociadas al comportamiento social y no socialmente responsable con un sig. de 0.01 con coeficiente de correlación de Pearson ( $p < .05$ ) y ANOVA de un factor, los resultados que se tuvieron en las empresas que aplican CSR la dimensión competencia fue la menos aplicadas (Figura 3) sin embargo en las organizaciones en donde no se aplica CSR las dimensiones con menor aplicación fueron Ética y Empatía (Figura 4) En general en las organizaciones en donde se aplica RSE y CSR se observa mejores resultados en su aplicación diaria reflejadas en las dimensiones usadas en el presente estudio.

*Correlaciones entre categorías asociadas al comportamiento socialmente responsable (Empresa que aplica acciones de responsabilidad social empresarial)*

|             | Competencia | Ética  | Autonomía | Justicia | Empatía |
|-------------|-------------|--------|-----------|----------|---------|
| Competencia | 1           |        |           |          |         |
| Ética       | ,432**      | 1      |           |          |         |
| Autonomía   | ,561**      | ,482** | 1         |          |         |
| Justicia    | ,310**      | ,338** | ,362**    | 1        |         |
| Empatía     | ,525**      | ,456** | ,476**    | ,366**   | 1       |

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

*Figura 3.* Resultados de correlaciones por categorías de empresas que si aplican RSE

*Correlaciones entre categorías asociadas al comportamiento socialmente responsable (Empresa que no aplica acciones de responsabilidad social empresarial)*

|             | Competencia | Ética  | Autonomía | Justicia | Empatía |
|-------------|-------------|--------|-----------|----------|---------|
| Competencia | 1           |        |           |          |         |
| Ética       | ,579**      | 1      |           |          |         |
| Autonomía   | ,502**      | ,547** | 1         |          |         |
| Justicia    | ,432**      | ,455** | ,439**    | 1        |         |
| Empatía     | ,521**      | ,501** | ,596**    | ,451**   | 1       |

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

*Figura 4.* Resultados de correlaciones por categorías de empresas que no aplican RSE



Uribe Macías, M. E. (2017). En su tesis Doctoral: *“La Responsabilidad Social Empresarial en Las Instituciones Del Sector Financiero De Ibagué (Colombia)”*, los sujetos de estudio de la presente investigación fueron las entidades financieras que funcionan en Ibagué, Colombia; se aplicó un cuestionario para determinar el efecto de las estrategias de RSE y el beneficio para los Stakeholders. Se aplicó un análisis descriptivo y multidimensional con un alto nivel de correlación entre la mayoría de las variables de la dimensión estratégica de la RSE., una solución es el coeficiente de correlación R2 de 0.99152, en general se observó que no fue significativo en el cuidado ambiental que se deben implementar los servicios necesarios y el más bajo de los resultados correlacionados en la participación significativa de utilidades por parte de los colaboradores, aun así las instituciones bancarias tienen un mejor desempeño con respecto a la RSE y en comparación con otros sectores productivos.

En cuanto a la variable indicadores claves de éxito o rendimiento tenemos las siguientes investigaciones previas: Escobar, R C., & Ruiz, M. (2018). *“Innovative Model of Management and University Quality through Results Indicators; the KPI’s Cross Impact Matrix of the Universidad Bernardo O’Higgins”*., el estudio desea definir a través de los resultados históricos de los KPI’s, mejorar el alcance de los resultados de su plan estratégico 2016-2020, que consta de objetivos estratégicos e indicadores a través de un Cuadro de Mando Integral, sin embargo se desea llevar a cabo un seguimiento más específico de los KPI’s, reduciendo aquellos que muestren resultados no deseados, para ello se obtuvieron los siguientes resultados en los indicadores de entradas cinco de los siete indicadores muestran significación estadística al estar relacionado con el índice de calidad con los años de acreditación de carreras y acreditación institucional destacando el indicador de calificación de los académicos. En el área de proceso (ver Figura 5), siete de los diez indicadores muestran mayor correlación con un sig. < 0.05 y un grado de confianza del 95% que, en los indicadores de entradas, destacando la importancia de los indicadores de acreditación de carreras y/o programas, pero con bajo nivel de correlación la aprobación por carrera y apoyo para estudiantes. Por último, con respecto a los indicadores del área de Resultados siete de los diez los indicadores muestran un buen nivel de correlación es la más fuerte de las tres áreas:

| IR de Results  | Accreditation Factor                                 | Ranking Factor                                       | Quality Factor                                       | Institutional Accreditation                          | Careers Accreditation                                 |
|--|--|--|--|--|---|
| 1. Compliance of EBITDA Margin (SF)                    | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,456        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,987        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,085        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,652        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,325         |
| 2. 1st Year retention rate. (CI)                       | Correlation coefficient<br>,65 Bilateral Sig<br>,001 | Correlation coefficient<br>,66 Bilateral Sig<br>,000 | Correlation coefficient<br>,75 Bilateral Sig<br>,001 | Correlation coefficient<br>,62 Bilateral Sig<br>,000 | Correlation coefficient<br>,68 Bilateral Sig<br>,001  |
| 3. % effective titling. (CI)                           | Correlation coefficient<br>,42 Bilateral Sig<br>,000 | Correlation coefficient<br>,42 Bilateral Sig<br>,000 | Correlation coefficient<br>,33 Bilateral Sig<br>,012 | Correlation coefficient<br>,31 Bilateral Sig<br>,005 | Correlation coefficient<br>,26 Bilateral Sig<br>,001  |
| 4. % employability rate of graduates (CI)              | Correlation coefficient<br>,59 Bilateral Sig<br>,000 | Correlation coefficient<br>,52 Bilateral Sig<br>,001 | Correlation coefficient<br>,48 Bilateral Sig<br>,000 | Correlation coefficient<br>,52 Bilateral Sig<br>,000 | Correlation coefficient<br>,46 Bilateral Sig<br>,000  |
| 5. Level of satisfaction of the graduates. (CO)        | Correlation coefficient<br>,21 Bilateral Sig<br>,008 | Correlation coefficient<br>,22 Bilateral Sig<br>,031 | Correlation coefficient<br>,20 Bilateral Sig<br>,032 | Correlation coefficient<br>,32 Bilateral Sig<br>,025 | Correlation coefficient<br>,21 Bilateral Sig<br>,0542 |
| 6. % of student satisfaction (undergraduate). (CI)     | Correlation coefficient<br>,56 Bilateral Sig<br>,015 | Correlation coefficient<br>,37 Bilateral Sig<br>,019 | Correlation coefficient<br>,47 Bilateral Sig<br>,016 | Correlation coefficient<br>,52 Bilateral Sig<br>,003 | Correlation coefficient<br>,68 Bilateral Sig<br>,001  |
| 7. Satisfaction of employers with UBO graduates (CI)   | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,621        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,850        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,758        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,921        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,759         |
| 8. ISI-SCOPUS Publications (CO)                        | Correlation coefficient<br>,36 Bilateral Sig<br>,042 | Correlation coefficient<br>,62 Bilateral Sig<br>,000 | Correlation coefficient<br>,45 Bilateral Sig<br>,002 | Correlation coefficient<br>,47 Bilateral Sig<br>,043 | Correlation coefficient<br>,38 Bilateral Sig<br>,025  |
| 9. Degree of satisfaction of Stakeholder with UBO (CO) | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,56         | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,646        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,803        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,285        | Correlation coefficient<br>Bilateral Sig ,661         |
| 10. External ranking (CI)                              | Correlation coefficient<br>,36 Bilateral Sig<br>,052 | Correlation coefficient<br>,75 Bilateral Sig<br>,001 | Correlation coefficient<br>,56 Bilateral Sig<br>,002 | Correlation coefficient<br>,32 Bilateral Sig<br>,026 | Correlation coefficient<br>,12 Bilateral Sig<br>,052  |

Figura 5 Correlaciones de indicadores área de Resultados.

Gordon, L. C., Gratz, E., Kung, D. S., Dyck, H., & Lin, F. (2017). "Strategic Analysis of the Role of Information Technology in Higher Education -- A KPI-centric model", la investigación de KPI's se realizó con 75,000 estudiantes en 213 instituciones educativas de alumnos de pregrado participantes para mejorar el modelo estratégico centrado en KPI en su relación con el desarrollo de tecnología de la información ofrecida por esta casa de estudio.

En este estudio compara y contrasta todos los hallazgos de las instituciones de EE. UU. con los casos específicos de la Universidad de La Verne, como resultado de la investigación se determina los indicadores clave de rendimiento (KPI) que miden resultados subjetivos y descriptivos como cubrir las expectativas de los estudiantes y su satisfacción con el uso de la tecnología de la información en el curso en que se ofrezca (Ver Figura 6). Los indicadores

están integrados en un Cuadro de Mando Integral para lograr una mejora continua basada de modo que se permita alcanzar los objetivos y metas institucionales también, para lo cual se requiere un monitoreo permanente para realizar las correcciones en caso de desvío.

| MEASURE      | Sub-KPIs (ECAR 2015 Question No.*)                            | Univ. of La Verne (=>50%) Good or above % of Responses | DR private Institutions (=>50%) Good or above % of Responses | All US Institutions (=>50%) Good or above % of Responses | Weighted Factor | Univ. of La Verne Wt. Average | DR Private Institutions Wt. Avg. | All U.S. Institutions Wt. Avg. |
|--------------|---|--|--|--|-----------------|-------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
|              | other students  |  |  |  |                 |                               |                                  |                                |
|              | 3.5.3 Handheld communicating with instructors                 | 61.8   | 35.7   | 54.1   | 4               | 247.2                         | 142.8                            | 216.4                          |
|              | 3.5.11 Handheld participating in interactive class activities | 38.2   | 21.5   | 31.9   | 4               | 152.8                         | 86.0                             | 127.9                          |
|              | 3.6.2 Instructors have adequate technical skills for course   | 31.5   | 28.0   | 33.4   | 4               | 126.0                         | 112.0                            | 133.6                          |
|              | 3.6.6 Instructors encourage online collaboration              | 35.3   | 42.7   | 55.7   | 3               | 105.9                         | 128.1                            | 167.1                          |
|              | 3.7.1 LMS usage   | 79.7   | 80.3   | 75.4   | 4               | 318.8                         | 321.2                            | 300.4                          |
|              | 3.7.6 Online collaboration tools                              | 75.8   | 66.2   | 59.4   | 4               | 303.2                         | 264.8                            | 237.6                          |
| <b>TOTAL</b> |   | <b>617.4/13=47.49%</b>                                 | <b>593.4/13=45.65%</b>                                       | <b>654.2/13=50.32%</b>                                   | <b>50</b>       | <b>2541.9/50=50.84%</b>       | <b>22741/50=45.48%</b>           | <b>2503.9/50=50.08%</b>        |

\*Alpha-numeric operators added to root question number to distinguish separate subparts of a question

**Table 2: Development of KPIs based on sub-KPI data points from the results from ECAR Study of Students and Information Technology, 2015 (University of La Verne Benchmarking Report) factored into consolidated weighted averages for each metric (measure). (Adapted from Brown, 2012, Figure 1, pp. 45).**

*Figura 6: Resultados comparativos de indicadores de expectativas de estudiantes.*

Dentro de las investigaciones nacionales sobre neuromanagement podemos considerar los siguientes resultados de las tesis: Zárata Ruiz, Gustavo Ernesto (2017). En su tesis de Maestría: “*Neuromanagement en la cultura organizacional, tienda Sodimac Primavera de Surquillo, Lima Perú*”, La investigación tuvo como propósito demostrar que

Neuromanagement influye en la cultura organizacional, teniendo como fuente de información a los colaboradores del establecimiento Sodimac Primavera de Surquillo año 2017. Se tuvo una muestra de 160 colaboradores de 305 en planilla. Se usó la encuesta como técnica. El instrumento tuvo un nivel de confiabilidad de 0,875, se obtuvo un coeficiente de correlación de Nagelkerke de 0.885 con un nivel de significación del 0.000 en donde se determina que el neuromanagement si influye en la cultura organizacional de manera productiva.

Chumpe, J. (2018). En su tesis Doctoral: *“Neuromanagement: Enfoque interdisciplinar del pensamiento del Gerente funcional de una entidad pública”*. La investigación fue cualitativa ,usándose entrevistas de 27 preguntas semiestructuradas aplicadas 10 gerentes funcionales observándose que se necesita un nivel de energía vital para la toma de decisiones responsables, ejercer sus funciones e influenciar en los colaboradores, pero también se requiere un nivel de intuición significativo para detectar los aspectos importantes o claves de la organización, siendo el resultado final demostrar la necesidad de contar con las competencias necesarias para ejercer una gestión responsable y donde el neuromanagement con herramientas ya comprobadas por sus resultados obtenidos.

Bazán, R. (2016). En su tesis Doctoral: *“Propuesta de Modelo de Gestión Recursos Humanos basado en el Neuroliderazgo para promover la mejora continua en instituciones educativas secundarias mixtas de Chachapoyas – Amazonas”*. Se tuvo una muestra de la población de gestión educativa a 06 directores, 71 profesores, 12 empleados. Según el instrumento aplicado existe una correlación alta del 0.747 y un sig. de 0.000, teniéndose como resultado: no existe un nivel de mejora continua al igual que toma de decisiones no proactivas, con un nivel medio 63,6%; por lo tanto, la gestión a nivel del centro educativo está en un nivel con el 63,6% con docentes no capacitados para manejar los cambios en Diseño Básico Regular; la administración de los empleados se encuentran en un 51.5% de aceptación

En cuanto a la variable Responsabilidad Social Empresarial: Mejia, J. (2014) En su tesis Doctoral: *“Impacto de responsabilidad social empresarial en la gestión pública de las escuelas, Carabayllo”*. La investigación no experimental, contó con una muestra de 60 alumnos de los últimos dos años de secundaria, quienes tuvieron un programa de RSE y se les aplicó luego una encuesta que mide el impacto de la RSE en la administración pública

con un coeficiente Cronbach de 0,85 se utilizó la prueba T de student para contrastar la hipótesis entre los grupos, el resultado que se obtuvo fue con un  $p = 0,000$  menor que  $\alpha$  ( $p < \alpha$ ) y  $t = 6,047$  mayor que 1,67 (punto crítico) si existe un efecto del RSE sobre los que si llevaron el programa frente a los que no lo llevaron.

Hernán M, (2016). En su tesis de maestría: “*Responsabilidad social empresarial y gestión humana en el Hospital Hermilio Valdizan, Lima Perú*”. Se aplicó investigación no experimental, descriptiva correlacional. Con una muestra de 90 profesionales en salud y personal administrativos; 25 jefes de áreas varias. Usando estadístico no paramétrico de Rho de Spearman donde se contrastó la hipótesis general con una correlación de 0.66, con un sig. de 0.755 superior a 0.05, en tal sentido, se rechaza la Hipótesis Alterna.

Celestino, F. (2018) *Responsabilidad social empresarial y su relación en la Imagen Corporativa de una Universidad Privada de Chimbote-Ancash*. Se realizó una investigación es de correlacional, no experimental cuya muestra está integradada por 102 empleados. El resultado de correlación al nivel de significancia de  $p = 0.000$  ( $p < 0,05$ ) usando  $r$  de Spearman fue de 0,625 es decir es válido la hipótesis alterna de investigación.

En cuanto a la variable Indicadores de clave de éxito o rendimiento: Rojas, B. (2017). En su tesis de Maestría: “*Indicadores de gestión y desempeño de los trabajadores en la Dirección de Obras del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo, San Martín - 2017*”. La Indagación estuvo conformada en su muestra por 50 colaboradores del nivel operativo y táctico. El trabajo se desarrolló bajo un diseño descriptivo correlacional. La prueba de Rho-Spearman un resultado de 0.413 indicando que existe relación entre gestión y desempeño laboral, con un sig. 0,000. Coacalla, C. (2018). En su tesis de Maestría: *Indicadores de Gestión en el Manejo Integral de Residuos Sólidos de la Municipalidad Provincial de Aymaraes, Apurímac*. La indagación tuvo una muestra de 380 lugareños, que respondieron un cuestionario con un Alfa de Cronbach de 0,869. Se obtuvo un Rho de Spearman de 0,496 determinada con un valor sig.  $0.000 \leq 0,05$  demostrando que los indicadores de gestión tienen efecto sobre el manejo de los residuos sólidos. Donet, L. (2017). En su tesis de Maestría: “*Evaluación de indicadores de salud en servicios odontológicos según nivel de atención de la Red Desconcentrada Sabogal EsSalud, entre los años 2014 al 2017*”. En la investigación se contó 23 establecimientos de salud de la RDSE, organizados en 7 niveles

de atención, entre 2014-2017. Considerando todas las atenciones odontológicas por cita, hora hombre y agrupamiento de citas odontológicas. Se aplicó un análisis univariado por frecuencias, calculó media y desviación estándar. Se aplicó la prueba ANOVA para determinar la incompatibilidad importante dentro del grupo, con una confiabilidad del 95%

*Grado de cumplimiento de horas odontólogo con respecto al parámetro de acuerdo al nivel de significancia, según nivel de atención de los servicios odontológicos de la red Sabogal EsSalud, entre los años 2014 al 2017, Lima-Perú.*

| Nivel de atención        | 2014  |         | 2015  |        | 2016   |         | 2017   |         | Sig.   |
|--------------------------|-------|---------|-------|--------|--------|---------|--------|---------|--------|
|                          | %     | d.s.    | %     | d.s.   | %      | d.s.    | %      | d.s.    |        |
| <b>CAP.II</b>            | 96.52 | (5.76)  | 98.15 | (4.48) | 98.22  | (5.27)  | 99.04  | (1.99)  | 0.136  |
| <b>CAP.III</b>           | 93.86 | (7.42)  | 96.51 | (4.22) | 95.72  | (6.35)  | 97.24  | (3.52)  | 0.012  |
| <b>Hospital Nivel I</b>  | 80.39 | (12.94) | 88.63 | (9.07) | 91.52  | (6.17)  | 93.23  | (6.35)  | <0.001 |
| <b>Hospital Nivel II</b> | 90.70 | (11.85) | 90.84 | (7.23) | 91.71  | (4.22)  | 88.14  | (11.16) | 0.568  |
| <b>Posta Medica</b>      | 98.53 | (5.12)  | 94.16 | (8.57) | 100.00 | (0.00)  | 100.00 | (0.00)  | <0.001 |
| <b>Policlinico</b>       | 92.07 | (8.29)  | 94.35 | (5.53) | 87.35  | (13.02) | 88.87  | (13.80) | <0.001 |
| <b>Hospital Nacional</b> | 87.79 | (13.21) | 84.21 | (7.70) |        |         |        |         | 0.426  |

Fuente: Base de Datos. "Indicadores de servicios odontológicos de la red Sabogal de EsSalud 2014-2017 Lima –Perú".

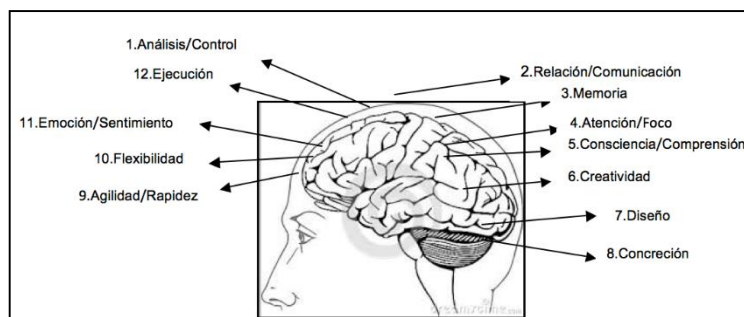
y un margen de error de 5% (ver Figura 7).

*Figura 7: Indicadores de servicios odontológicos red Sabogal Essalud.*

Desde el punto de vista de la Epistemología de la problemática estudiada del tema de indicadores claves de éxito se inicia en los 60 con el término "factores del éxito" por D. Ronald Daniel de "McKinsey y Company" pero la idea se desarrolló y difundió con Jack F.Rochart de la Escuela Sloan de Administración en los años 80 y cubría cuatro factores críticos del éxito: Industria, estrategia, ambiental y temporal. Fueron utilizados a nivel estratégico para bajar a los niveles tácticos y operativos, concentrándose en los niveles críticos en que se puede tener oportunidades de mejora para alcanzar los objetivos institucionales. Se requiere una gestión inteligente y efectiva, en tal sentido la aplicación del neuromanagement y responsabilidad social empresarial se convierten en elementos esenciales para el alcance de resultados en los indicadores claves de éxito. Los indicadores clave de éxito son de carácter obligatorio en casi todas las organizaciones del sector público o privado, sin importar la antigüedad pues han permitido medir ganancias sobre la inversión como las pérdidas, usando en todas las áreas de la organización y elaborados según necesidad, esto de aplicarse una gestión responsable orientada a la ganancia y la distribución de sus utilidades a todos los integrantes de su stakeholder de manera proporcional y justa, entonces estaremos frente a una organización inteligente y que desarrollando

neuromanagement en forma correcta creará un clima organizacional óptimo tanto para los clientes internos y externos. Los indicadores claves de éxito se elaboran según necesidad y políticas de las empresas, muchos ya son universales compartidos según el sector a que corresponden, otros se siguen creando según su visión, misión, valores, los propósitos institucionales, políticas, objetivos específicos y en general los resultados de crecimiento esperado. En la gestión de hoy se encuentran en procedimientos que están vinculados a la cadena de valor que también debe satisfacer a los clientes de la organización. La responsabilidad empresarial y el neuromanagement se han convertido en los orquestadores de su propuesta, ejecución y evaluación de sus resultados de la aplicación de los indicadores claves de éxito y están al alcance de todo aquel líder que desea realizar una gestión con éxito.

Sobre las teorías relacionadas al tema, en cuanto a neuromanagement tenemos como principal expositor a Braidot (2014) que identifica el neuromanagement como: El neuromanagement es la aplicación de las neurociencias cognitivas al gerenciamiento y la conducción de organizaciones. Focaliza en: – los procesos neurológicos vinculados con la toma de decisiones; – el desarrollo de inteligencia individual y organizacional (inteligencia de equipos); – la planificación y gestión de personas (selección, formación, interacción grupal y liderazgo) (p.29). El neuromanagement considera tres inteligencias aplicadas: (a) Las inteligencias múltiples como input para una conducción organizacional eficaz: que considera las múltiples capacidades como la capacidad del control corporal, relaciones interpersonales, intrapersonales, manejo de matemáticas, manejo de la comunicación, capacidad de ubicación espacial, etc. Las mismas que pueden ser desarrolladas en su contexto (b) La inteligencia emocional y social como input para una conducción organizacional efectiva: Considera el cerebro emocional y Neuroliderazgo de las emociones. (c) Inteligencia intuitiva y creatividad en la toma de decisiones considera la neurobiología de la intuición y los mecanismos cerebrales de la inteligencia creativa inteligencias biológicas.



Fuente: [https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwiCpvCck\\_vjAhXJmVkkHeaODSMQjRx6BAgBEAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.eoi.es%2Fblogs%2Ffernandobayon%2F2014%2F02%2F26%2Fneuromanagement-cuando-manda-el-cerebro%2F&psig=AOvVaw1qpw-5J3JBvPm027LMZikJ&ust=1565624205619055](https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwiCpvCck_vjAhXJmVkkHeaODSMQjRx6BAgBEAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.eoi.es%2Fblogs%2Ffernandobayon%2F2014%2F02%2F26%2Fneuromanagement-cuando-manda-el-cerebro%2F&psig=AOvVaw1qpw-5J3JBvPm027LMZikJ&ust=1565624205619055)

*Figura 8: Zonas del Cerebro para el desarrollo del Neuromanagement*

ESAN (2016) “neuromanagement se revelan en la optimización del funcionamiento del cerebro humano mediante programas especialmente diseñados” sus principales herramientas son: (i) Concentración consciente: son las experiencias que permiten tomar acciones y manejar el cambio. (ii) Instantes de atención consciente: capacidad de concentración en tiempo breve para generar acciones. (iii) Neuroplasticidad: es la combinación de desaprender y aprender nuevamente con experiencias que dependiendo de su necesidad será permanente o no. (iv) Neuroplasticidad auto dirigido: capacidad de cambiar las conexiones neuronales para conseguir resultados. (v) Neuronas espejo: capacidad de imitar nuevas habilidades, quizás un benchmarking interno, pero con mejoras personales. Asimismo, para ESAN (2016) existen beneficios del neuromanagement como: En lo personal, se desarrollan capacidades cognitivas – emocionales para generar buenos resultados. En lo organizacional desarrolla la capacidad de análisis y diagnóstico para formular equipos de trabajo que alcancen resultados a través de proceso estratégico. El a nivel directivo par permite discernir lo racional de lo emocional en los momentos de toma de decisión aún frente a los momentos de intensa presión laboral. Ayuda al manejo del cambio considerando influenciar a los colaboradores para salir de la zona de seguridad o conveniencia a una de acción o proactividad para alcanzar resultados colectivos. Según Cáceres (2013) considera: “Según Cáceres (2013), el neuromanagement ha desarrollado un conjunto de programas viables para liberar las funciones ejecutivas del cerebro del efecto nocivo de las emociones negativas que, en contextos tan impredecibles como los actuales, irrumpen con demasiada frecuencia en las organizaciones. Por lo tanto, el neuromanagement tienes dos principios fundamentales: El cerebro no distingue entre lo que ocurre en la realidad y lo que, por propia voluntad,



construimos en la mente. La realidad se construye, también, por la fuerza de nuestros pensamientos.” (p.20).

En cuanto a Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Juan Felipe Cajiga Calderón (2003) “El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial” indica sobre la Responsabilidad Social: Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, (p. 2). Considera que la RSE se expresa en las siguientes dimensiones: Dimensión económica interna, concentrada en la creación y retribución entre colaboradores y dueños, considerando un análisis situacional participativo. La idea es que la organización genere utilidades y dividendos. Dimensión económica externa, significa satisfacer las necesidades de los clientes externos, el intercambio de bienes o servicios a favor de stakeholders, pero con una presencia sólida de parte de la organización. Dimensión social interna, considera cumplir con los beneficios que corresponden a los colaboradores de acuerdo a ley y lo que implique los criterios de beneficios que la organización defina. Dimensión sociocultural y política externa, implica la preocupación por el entorno y cuidado de la comunidad en la cual participa la organización creando una imagen positiva. Dimensión ecológica interna, considera la aplicación de procedimientos y estándares nacionales y/o internacionales que garanticen el cuidado de los colaboradores y stakeholders. Dimensión ecológica externa, se relaciona a acciones directas en cuidado del medio ambiente plenamente reconocidas. La aplicación de estas dimensiones se realizará considerando la realidad de cada organización considerando costos, beneficio y la posición de la organización en su contexto de operaciones.

Barbechan, M. (2017). “Se agrupan en tres grupos los beneficios de la responsabilidad social, mejorar el desempeño financiero, en la adecuada reducción de costos operativos, mejorar la marca y un excelente prestigio a continuación se describe cada uno de ellos” (pág. 16). Este es un concepto que se inclina más a lo financiero pero que sin duda tiene la intención de compartir los beneficios empresariales a través de: Mejora en el desempeño financiero, Reducción de costos operativos y Mejora de imagen prestigio. Barbechan, M. (2017). Las políticas de RSE proporcionan, sin duda, una serie de beneficios o ventajas internas como ventajas externas para las empresas. A continuación, se detalla algunas de ellas. (pág. 48): Ventajas internas: Personal más motivado e implicado, que aporta más a la empresa, mejor del clima laboral, mayor productividad, ahorro de costes y sostenibilidad del

negocio. Ventajas externas: Mejor reputación de la marca, mayor fidelización, mayor satisfacción del cliente ante un producto de calidad, mejores relaciones con la comunidad local y mayor prestigio de la empresa en la sociedad. Este concepto sin embargo es más integral u holístico en cuanto a sus beneficios y dimensiones, lo que implica una gestión más inteligente y controlada por indicadores.

Bowen (1953) Recitado por Duque, Y., Cardona, M. y Rendón, J. (Diciembre, 2013) refiere que RSE “son las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones que son esenciales, para el logro de los objetivos y valores de nuestra sociedad”, este es un concepto antiguo pero vigente que refiere que aunque la responsabilidad social requiere de una actitud participativa de parte de todos los integrantes del grupo de interés o stakeholders, le corresponde a la alta gerencia y accionistas modelar en primer lugar ante los colaboradores toda buen comportamiento de responsabilidad social empresarial (ver Figura 9)



Fuente:  
<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSzyxELgt-Nv9H7nEhljrRiqZcB6XKTDhtwKfn9QXveAN4nsSX>

*Figura 9:* Interacción de grupo de interés

John Bissell Carroll (citado por Eguez y Vega, 2017) plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las organizaciones que son : económica, legal, ética y filantrópica, manifestado en una pirámide cuyo significado es una construcción de responsabilidades a cumplir de manera progresiva, no implica que las que están en la parte superior son más importantes, implica que existe un orden en su alcance y un eterno ciclo que inicia por las responsabilidades económicas hasta estar en las condiciones de cumplir con las responsabilidades filantrópicas.



Fuente: [https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwuios7VyfnjAhVrVvKkKHUwQCJwQjRx6BAGBEAQ&url=http%3A%2F%2Fktpar.blogspot.com%2F2011%2F05%2Fpiramide-de-carroll.html&psig=AOvVaw2DrGRJJ9bhlr4TYN4\\_xiND&ust=1565570212186415](https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwuios7VyfnjAhVrVvKkKHUwQCJwQjRx6BAGBEAQ&url=http%3A%2F%2Fktpar.blogspot.com%2F2011%2F05%2Fpiramide-de-carroll.html&psig=AOvVaw2DrGRJJ9bhlr4TYN4_xiND&ust=1565570212186415)

*Figura 10:* La pirámide de Carroll (1991)

Para la variable Indicadores clave de éxito o rendimiento, Mora (2017) manifiesta: El indicador es una capacidad que enuncia el proceder con el cumplimiento, podemos verificar que al medirse con algún otro nivel podemos revelar resultados tanto negativos como positivos. Así mismo es el enlace que se relaciona una con la otra. Con ello podemos verificar que todo se puede medir y a la vez examinar, es ahí donde podemos ver el éxito en cualquier trabajo realizado, no debemos olvidar: lo que no podemos medir, no se podrá administrar. (p.212).

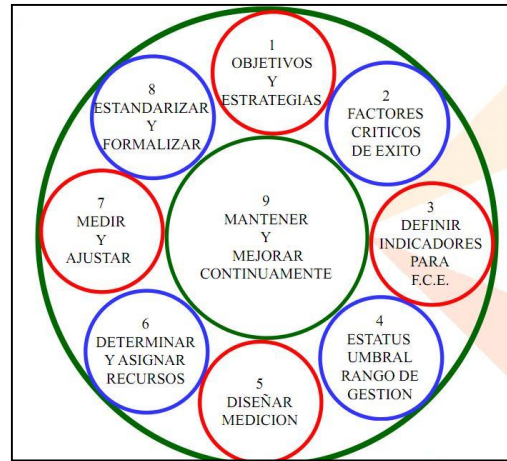
Mora describe la importancia de medir todo lo que se pueda así de manera objetiva podemos realizar correctivos o mejoras, lo que no se puede medir queda en la zona de subjetividad. Así mismo resalta el hecho de poder enlazar o dinamizar dichos resultados en la búsqueda de resultados institucionales.

Uribe y Reinoso (2014) sostiene que las instituciones deben crear su propio control de indicadores para: "poder ejercer la etapa de control de manera holística y tomar decisiones para la mejora o el mantenimiento de las diferentes circunstancias. En este orden de ideas, no basta con aplicar un indicador o unos pocos, pues resultaría finalmente una visión parcial de la organización". (p.17). Es importante que cada organización desarrolle sus propios indicadores partiendo de un análisis del contexto ajustado en los procedimientos que deben estar ya definidos en la organización según su dinámica de producción o servicio que tenga en su mapa de procesos establecido.

Villagra (2015) considera: “El uso adecuado de indicadores de gestión, elemento que tiene como objetivo reconocer los cálculos para representar a los objetivos más representativos o intenciones organizacionales..., para encaminar a la organización siempre a la mejora continua”. (p.2), este concepto se observa la necesidad del serio y pertinente seguimiento que permitirá reconocer desviaciones, de esta manera el proceso administrativo se cierra con un efectivo control, precisamente es el cuarto elemento del proceso administrativo el que garantiza una tener una buena gestión, porque brindará tranquilidad de manejar internamente la organización para dirigirnos a una gestión que nos permita afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades que se presenten.

Sánchez (2015) citando a Navarro, “los indicadores son una magnitud asociada a una actividad, a un proceso, a un sistema, etc. que permite por comparación con los estándares, evaluar periódicamente las unidades de programación” (p.35). Además los indicadores tienen dos funciones describir y valorar los resultados de una serie de toma de decisiones y acciones, cabe resaltar que los resultados de los indicadores se pueden comparar en una línea de tiempo que nos permitirá en ocasiones adelantarnos a la competencia en la gestión o tomar decisiones para reducir desviaciones que no permitan alcanzar resultados esperados.

Beltrán (2008), “Los indicadores de gestión son, ante todo, información, es decir agregan valor, no son solo datos. Siendo información, los indicadores de gestión deben tener los atributos de la información, tanto en forma individual como cuando se presentan agrupados”. (p. 42), tiene las siguientes dimensiones para su formulación, ejecución y mejora continua que permiten que las grandes organizaciones se perennicen y expandan a nivel internacional: Exactitud: Los indicadores miden lo que es necesario evaluar para la posterior toma de decisiones. Forma: La presentación escrita y gráfica debe ser pertinente para su elaboración, interpretación y posterior análisis. Frecuencia: Se determina la periodicidad ejecución, redacción, presentación y aprobación. Extensión: Determina la unidad de negocios a evaluar en un periodo de tiempo, Origen: Se determina el área de origen y su articulación con las demás áreas. Temporalidad: Considera el tiempo a realizarse el indicador para su posterior comparación. Relevancia: El grado de importancia de los indicadores determina la cantidad de indicadores necesarios por área a elaborar por periodo. Integridad: Los indicadores están respaldados por información que puede ser comprobada. Oportunidad: Los indicadores están disponibles para su revisión y actualización en todos los niveles de la organización.



Fuente: <http://1.bp.blogspot.com/-Ob8qfz21J1Q/TdaFqD4pjpI/AAAAAAAAAAM/8syv8gpc1wQ/s1600/Dibujo.JPG>

*Figura 11: Proceso de elaboración de indicadores*

Estas nueve dimensiones permite generar los KPI's partiendo de una gestión por objetivos dentro del marco de una planeación estratégica que ha tenido por antecedente un diagnóstico situacional para luego mantenernos informados de los progresos de esa proyección que la organización tiene para el alcance de las misiones y visión que se proponga, de esta manera despersonalizada y profesional se busca el crecimiento protegiendo los intereses de los accionistas y el compartir de los beneficios generados por sistema productivo con los integrantes del grupo de interés en forma directa o indirecta por un crecimiento sostenido.

En cuanto a la formulación del problema general es: ¿Cómo incide el neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019? Los problemas específicos son: ¿Cómo incide el neuromanagement en los indicadores claves de éxito? y ¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito?

Nuestro estudio se Justifica de la siguiente forma: Teórica: Existen muchos autores sobre neuromanagement siendo uno de los más representativo Braidot (2014) en su libro "Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones" describe desde el punto de vista biológico la funcionalidad del cerebro frente a las decisiones gerenciales. En cuanto a la responsabilidad social se apela a Cajiga (2003) que indica dimensiones de responsabilidad empresarial de forma integral que son realizados por el proceso de diagnóstico situacional por los stakeholders internos y externos, de esta manera se interrelaciona las acciones de la organización con un beneficio por dentro

y fuera de ella que la posiciona en la comunidad con aceptación mejorando su participación y posicionamiento en el mercado. En cuanto a los Indicadores Claves de éxito o rendimiento uno de los expositores más versados es Jesús Beltrán Jaramillo que no solo demuestra las dimensiones de los KPI's sino que va más allá de una clasificación a concientizarnos sobre la construcción sólida de indicadores. Epistemología: La idea tradicional de gestionar bajo modelos típicos de liderazgo ha impulsado a buscar otras formas de gestionar considerando las competencias del líder y de los colaboradores, pues aun combinando estilos de liderazgo en cada circunstancia no ha permitido los resultados esperados, sin embargo cuando la gestión ha sido realizada a la medida de las necesidades organizacionales culturales y personales, pues ha mostrado pertinencia y respuesta a nivel de la organización y de los stakeholders. Las diferentes escuelas de la administración contienen principios y herramientas que han servido durante décadas, pero se requieren hoy en día de una gestión inteligente que permita resultados responsables para la organización y grupos de interés. Metodológica: Existen investigaciones realizadas sobre neuromanagement aplicada a diferentes elementos organizacionales con resultados optimistas que implican el reconocimiento de las competencias que cada directivo tiene llevándolo a un análisis personal, no se trata de solucionar el tema con un coaching ejecutivo o capacitaciones gerenciales, se trata de valorar las capacidades humanas de autoridad y colaboradores, aplicar las inteligencias múltiples, emocionales y creativas para alcanzar responsabilidad empresarial social; las investigaciones sobre responsabilidad social han demostrado que su desarrollo a nivel organizacional permite el reconocimiento de la organización en la comunidad y un mejor posicionamiento competitivo. Práctica: El presente trabajo de investigación tiene como propósito mejorar el posicionamiento de la organización en el mercado de educación superior ante la competencia nueva que se presenta en Lima Este con propuestas innovadoras en el distrito, mejorar la capacidad del talento humano quienes a través de la introspección pueden desarrollar su capacidad neuromanagement aplicando las inteligencias en sus diferentes niveles, mejorar la práctica de procedimientos en las diferentes áreas de manera articulada, fidelizar a los clientes brindando seguridad ante una educación de calidad apoyada en un gestión inteligente y mejorar la capacidad financiera de la organización educativa que le permita afrontar sus compromisos económicos con clientes externos, a la vez mejorando los beneficios de los colaboradores en sus diversas expresiones económicas o no económicas.

La Hipótesis general es: Ha: Existe incidencias del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito. Ho: No existe incidencias del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito. Las Hipótesis específicas son: Ha: Existe incidencia del neuromanagement en los indicadores claves de éxito. Ho: No Existe incidencia del neuromanagement en los indicadores claves de éxito. Ha: Existe incidencia de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito Ho: No Existe incidencia de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito

Por tanto nuestro Objetivos son: Objetivo general: Demostrar la incidencia del neuromanagement y de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019. Objetivos específicos: Demostrar la incidencia del neuromanagement en los indicadores claves de éxito. Demostrar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito.

## II. MÉTODO

### 2.1 Tipo y Diseño de investigación.

La presente investigación será de diseño no experimental, de corte transversal, no se manipulará ninguna de las variables, la información se recolectará en un determinado momento de tiempo determinado a través de cuestionarios que previamente fue evaluado desde la teoría para ver su pertinencia con el título, el problema, objetivos, hipótesis, tipo de variables, método y diseño en la Matriz de Consistencia (Anexo 1) para luego confirmar con una Tabla especificaciones la cantidad de preguntas a tener (Anexo 2).

El estudio es de nivel correlacional causal Hernández, R. Fernández C. y Baptista, P. (2010) indican: “La investigación correlacional tiene por finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”. (p.81)

La presente investigación se trabajará bajo el siguiente esquema:

Denotación:

M = Muestra de Investigación

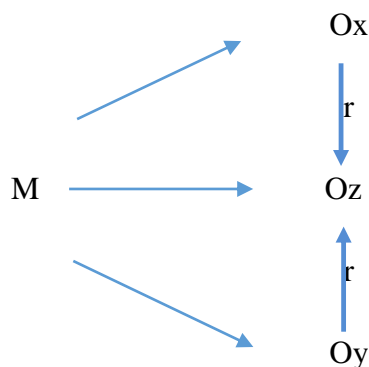
Ox = Variable: Neuromanagement

Oy = Variable: Responsabilidad Social Empresarial

Oz = Variable: Indicadores Claves de Éxito

r = Relación entre variables

Diagrama





El diseño de investigación será No experimental, según Hernández, R. Fernández C. y Baptista, P. (2010), ellos manifiestan “es observar fenómenos tal como se dan en un contexto natural, para posteriormente analizarlos”. (p.149) y transversal ya que se “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado “(p.151)

## 2.2 Variable, operacionalización

En la investigación a desarrollar se investigarán las variables neuromanagement, responsabilidad social empresarial e indicadores claves de éxito, las tres variables son cuantitativas y serán medidas en forma ordinal:

|                                  |  |  |   |
|----------------------------------|--|--|---|
| <b>Variabes:</b>                 | Neuromanagement  | Responsabilidad social empresarial   | Indicadores claves de éxito o rendimiento   |
| <b>Autor de soporte teórico:</b> | Braidot, Néstor.<br>Neuromanagement: de que forma usar al máximo el cerebro en la dirección efectiva de las organizaciones.<br>Córdoba, AR: Ediciones Gránica, 2da Edic. 2014. | Cajiga Calderón, Juan Felipe. El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial Centro Mexicano para la filantropía México 2003. | Beltrán, Jaramillo, Jesús Mauricio. Indicadores de Gestión: herramienta para lograr la competitividad. 2da Edición Madrid 2004. |

Matriz de operacionalización

Tabla 1: Matriz de Operacionalización de la variable Neuromanagement

| Variable        | Definición Conceptual   | Definición Operacional   | Dimensiones   | Indicadores  | Ítems      | Escala de Medición     |
|-----------------|---|--|---|--|------------|------------------------|
| Neuromanagement | Braidot, Néstor.  | En nuestra vida  | 1. Las inteligencias  | 1.1 Las inteligencias  | 1, 2, 3, 4 | Bajo                   |
|                 | Neuromanagement: de que forma usar al máximo el cerebro en la dirección efectiva de las organizaciones. | laboral debemos tomar decisiones y ponerlas en práctica, estas acciones llevan consigo un proceso mental que deben traducirse en resultados esperados. | múltiples   | múltiples en la vida organizacional.                           |            | 2.49 a (-)             |
|                 | Córdoba, AR: Ediciones Gránica, 2da Edic. 2014  |  |   | 1.2 La inteligencia como fenómeno de múltiples capacidades     | 5, 6, 7    | Moderado<br>2.5 – 3.49 |
|                 |   |  |   | 1.3 Bases biológicas de la inteligencia como fenómeno múltiple | 8, 9, 10   | Alto<br>3.5 a (+)      |
|                 |   |  | Las dimensiones del neuromanagement serán medidas a través de la elaboración aplicación de un |  |            | Ordinal<br>Likert      |
|                 |   |  |   |  |            |                        |
|                 |   |  |   |  |            |                        |

---

|   |   |   |                       |
|---|---|---|-----------------------|
| cuestionario utilizando<br>la escala de Likert. | 2. La inteligencia<br>emocional y social      | 2.1 El cerebro emocional  | 11, 12, 13, 14, 15    |
|   |   | 2.2 Neuroliderazgo de las<br>emociones.                         | 16, 17, 18, 19, 20    |
|   | 3. Inteligencia<br>intuitiva y<br>creatividad | 3.1 Neurobiología de la<br>intuición                            | 21, 22, 23, 24,<br>25 |
|   |   | 3.2 Los mecanismos<br>cerebrales de la<br>inteligencia creativa | 26, 27, 28, 29,<br>30 |

---

Nota: adaptado de Ruíz (2007)

Tabla 2: Matriz de Operacionalización de la variable Responsabilidad Social Empresarial

| Variable                           | Definición Conceptual  | Definición Operacional   | Dimensiones         | Indicadores   | Ítems   | Escala de Medición |
|------------------------------------|--|--|---------------------|---|---------|--------------------|
| Responsabilidad Social Empresarial | Cajiga Calderón, Juan Felipe. El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial Centro Mexicano para la filantropía Mexico 2003. | El ser responsables con nosotros mismos y con los demás genera beneficios que son a favor del colectivo de toda la organización y de los miembros del grupo de interés, desde el punto de vista económico como de satisfacción por el alcance de resultados. Las dimensiones del Responsabilidad Social Empresarial serán medidas a través de la elaboración aplicación de un cuestionario utilizando la escala de Likert. | 1. Economía interna | 1.1 Generación y distribución del valor agregado en colaboradores   | 1, 2    | Bajo               |
|                                    |  |  |                     | 1.2 Generación y distribución del valor agregado en accionistas   | 3, 4, 5 | Moderado           |
|                                    |  |  |                     | 2.1 Generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad.                   | 6, 7    | Alto               |
|                                    |  |  |                     | 2.2 Aportación a la causa pública vía la contribución impositiva.   | 8, 9    | 3.5 a (+)          |
|                                    |  |  |                     | 2.3 Participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país. | 10, 11  | Ordinal            |
|                                    |  |  |                     |   |         | Likert             |
|                                    |  |  |                     |   |         |                    |
|                                    |  |  |                     |   |         |                    |
|                                    |  |  |                     |   |         |                    |

---

|                                      |     |   |            |
|--------------------------------------|-----|---|------------|
| 3. Social interna.                   | 3.1 | Responsabilidad compartida y subsidiaria de la calidad de vida en el trabajo  | 12, 13     |
|                                      | 3.2 | Desarrollo integral y pleno.  | 14, 15, 16 |
| 4. Sociocultural y política externa. | 4.1 | Realización de acciones y aportaciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial                  | 17, 18,    |
|                                      | 4.2 | Realización de acciones y aportaciones que permitan a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio. | 19, 20, 21 |
| 5. Ecológica interna.                | 5.1 | Responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos;                    | 22, 23     |
|                                      | 5.2 | Prevención de los daños que causen o pudieran causar.   | 24, 25, 26 |

---

---

|                       |  |                |
|-----------------------|--|----------------|
| 6. Ecológica externa. | 6.1 Realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común. | 27, 28, 29, 30 |
|-----------------------|--|----------------|

---

Nota: adaptado de Ruíz (2007)

Tabla 3: Matriz de Operacionalización de la variable Indicadores claves de éxito

| Variable                       | Definición<br>Conceptual  | Definición<br>Operacional  | Dimensiones   | Indicadores  | Ítems  | Escala de<br>Medición  |
|--------------------------------|---|--|---------------|--|--------|------------------------|
| Indicadores claves<br>de éxito | Beltrán, Jaramillo,<br>Jesús Mauricio.<br>Indicadores de<br>Gestión: herramienta<br>para lograr la<br>competitividad. 2da<br>Edición Madrid 2004. | El permitirnos medir<br>los resultados de las<br>áreas en sus diferentes<br>funciones y por las<br>actividades que<br>requiere permite<br>realizar ajustes<br>inmediatos, mejoras<br>continuas de calidad.<br>Las dimensiones de<br>Indicadores claves de<br>éxito serán medidas a<br>través de la<br>elaboración aplicación<br>de un cuestionario | 1. Exactitud  | 1.1 Información clara                                  | 1, 2   | Bajo                   |
|                                |   |  |               | 1.2 Escala pertinente                                  | 3      | 2.49 a (-)             |
|                                |   |  | 2. Forma      | 2.1 La presentación numérica<br>correcta               | 4, 5   | Moderado<br>2.5 – 3.49 |
|                                |   |  |               | 2.2 La presentación gráfica<br>correcta                | 6, 7   | Alto<br>3.5 a (+)      |
|                                |   |  | 3. Frecuencia | 3.1 Se indica cuando se recaba<br>y cuando se requiere | 8      | Ordinal<br>Likert      |
|                                |   |  |               | 3.2 Se indica cuando se<br>produce y analiza           | 9, 10  |                        |
|                                |   |  | 4. Extensión  | 4.1 Define el área de cobertura<br>de interés.         | 11, 12 |                        |
|                                |   |  |               |  | 13     |                        |

---

utilizando la escala de

Likert

|                 |     |   |        |
|-----------------|-----|---|--------|
|                 | 4.2 | Según el tema se expresan la cantidad necesaria de indicadores. | 14     |
| 5. Origen       |     |   | 15, 16 |
|                 | 5.1 | Se produjo en el área   |        |
| 6. Temporalidad | 5.2 | Se produjo fuera del área                                       | 17, 18 |
|                 | 6.1 | Maneja información en un periodo de tiempo                      | 19     |
|                 | 6.2 | Indica resultados esperados en periodo de tiempo                | 20, 21 |
| 7. Relevancia   |     |   |        |
|                 | 7.1 | Pertinencia del indicador para una situación particular         | 22, 23 |
|                 | 7.2 | Existen indicadores solo neCésarios                             | 24, 25 |
| 8. Integridad   |     |   |        |
|                 | 8.1 | Información completa para el usuario                            | 26, 27 |



---

|                |     |                            |        |
|----------------|-----|----------------------------|--------|
|                | 8.2 | La información se limita a |        |
| 9. Oportunidad |     | la necesidad               | 28,    |
|                |     |                            | 29, 30 |
|                | 9.1 | Disponible                 |        |
|                | 9.2 | Actualizada                |        |

---

Nota: adaptado de Ruíz (2007)

### 2.3 Población muestra

La investigación será efectuada en los Docentes a tiempo completo y jefes de prácticas de una universidad privada de Lima Este. Los integrantes de la población serán de ambos sexos, todos mayores de 20 años, con grado de maestría de la CP Administración. Sólo son parte de la población los que tienen a su cargo responsabilidades en áreas académicas asignadas.

De la población escogida se tomará intencionalmente una muestra de 15 personas que es la misma de la población de docentes a tiempo completos y jefes de prácticas con dos años de antigüedad.

En tal sentido el muestreo será intencional y no probabilístico.

Valles (2008) indica que con un número necesario se puede clasificar y obtener del entrevistado preguntas y respuestas, mucho más práctico que la encuesta o la entrevista estructurada (p.198).

“La muestra es censal es aquella porción que representa toda la población”. (López, 1999, p. 123)

Criterios de inclusión: Todos los docentes a tiempo completos y jefes de práctica que laboren en la CP Administración asistirán en la fecha que se realice la encuesta, con tiempo de labores de 2 años y con actitud a responder las preguntas encuestas. Criterios de exclusión: Aquellos docentes a tiempo completos y jefes de práctica que trabaja en la CP no se encontraban en el momento de la encuesta por motivos varios.

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

La presente investigación tendrá como técnica la encuesta para recolectar la información relevante a través del instrumento la encuesta. La encuesta es la técnica más utilizada para obtener información de forma objetiva y organizada usando como marco de referencia la propuesta de autores para contrastarlas con la realidad. Se aplicará tres tipos de encuestas, la primera sobre inteligencias múltiples, la segunda sobre inteligencia emocional y la última sobre inteligencia intuitiva, se aplicará como método de evaluación sumaria o escala

psicométrica de Rensis Likert en las preguntas de las encuestas entre los niveles de nunca y siempre.

Hernández, R. Fernández C. y Baptista, P. (2010) el autor expresa que: “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante las cuales se pide la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (p.245).

La técnica de la encuesta ayudará a recopilar información sobre la incidencia del neuromanagement sobre RSEI y los indicadores de éxitos con interrogantes cerradas y de carácter ordinal, para luego procesarlas en una escala numérica.

Validación del instrumento: La validación del instrumento de recolección de datos estará a cargo de un grupo de personas expertos temáticos y metodológicos. Se pondrá a prueba los criterios de calificación como la pertinencia, relevancia y claridad sobre cada variable de estudio.

Hernández, et al. (2014), "Señala que la validez de expertos es el grado en que un instrumento realmente mide la variable de interés, de acuerdo con expertos en el tema". (p. 204). Cabe mencionar que mide con certeza la variable que se procura calcular y esto es dado en base a los conocimientos de expertos.

Arias (1999) señala que “Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información (pág.53).

#### Validez y confiabilidad

Validez: Palella y Martins (2012), “La validez se define como la ausencia de sesgos. Representa la relación entre lo que se mide y aquello que realmente se quiere medir” (p.160).

Confiabilidad: “La confiabilidad se definida como la ausencia es un error aleatorio en un instrumento de recolección de datos, este representa la influencia al azar en la medida: es decir, están libres de errores causales”. Palella y Martins (2012) (p. 164).

## 2.5 Procedimientos:

La forma de obtener los datos fue a través de tres cuestionarios (Anexo3) usando la escala de Likert referente a neuromanagement y RSE en los indicadores claves de éxito. Posteriormente se procesó o tabuló la información en una hoja de cálculo Excel y se procesó la información tabulada en el programa estadístico SPSS V. 24, teniendo como productos tablas y figuras en función de sus niveles y rangos establecidos, y finalmente se contrastará las hipótesis determinando la correlación con un nivel de significancia estadística sigma de 0.05.

## 2.6 Métodos de análisis de datos:

Los datos de cada una de las variables serán evaluados con el paquete estadístico SPSS versión 22. Asimismo, se utilizará el software Excel para la elaboración y ajuste de los gráficos y porcentajes en las tablas de frecuencias, presentando la distribución y figura por cada resultado descriptivo y de correlación. Para el cálculo de las correlaciones se utilizará el estadístico Rho de Pearson.

Parte de la Estadística que comprende los métodos y procedimientos para deducir propiedades (hacer inferencias) de una población, a partir de una pequeña parte de la misma (muestra). También permite comparar muestras de diferentes poblaciones (Ecured, 2016, p. 1).

## 2.7 Aspectos éticos

Se considera la reserva de información de cada docente a tiempo completo, solo se presentará la información como un todo total y no en particular. Se garantizará su anonimato en gratitud a su autorización a participar en la investigación.

Se respetará las normas necesarias de American Psychological Association – APA, para para la aplicación de referencias y como se establece en el esquema de la Universidad César Vallejo y que se contemplan en Identificador Abierto de Investigador y Colaborador - ORCID. Se respetará los derechos de autor de donde se usarán las bases teóricas y antecedentes de otras investigaciones que se considerará para los instrumentos de medición – encuesta, de acuerdo a la evaluación de validación que se realizará.

### **III. RESULTADOS**

#### 3.1 Presentación de Resultados

3.1.1 Validez: a continuación, se presentan las siguientes tablas por variables a considerar usando la V de Aiken con un nivel de aprobación con más de 0.70 por pregunta.

Siendo los resultados en promedio:

Variable Neuromanagement: 0.97 con 100 preguntas válidas.

Variable Responsabilidad Social Empresarial: 0.97 con 100 preguntas válidas.

Variable Indicadores Claves de Éxito: 0.93 con 100 preguntas válidas.

Los resultados se pueden verificar en los Certificados de Validación de Instrumentos (Anexo 4) que luego son procesados para determinar el nivel de validez:

Para la variable Neuromanagement con valores de V Aiken igual a  $V = 0.70$  o más son adecuados (Charter, 2003), en tal sentido el promedio de los 30 Ítems es de 0.97 en los 30 Ítems, siendo además que el 100% de válidos. (Anexo 5)

Para la variable Responsabilidad Social Empresarial con valores de V Aiken igual a  $V = 0.70$  o más son adecuados (Charter, 2003), en tal sentido el promedio de los 30 Ítems es de 0.97 en los 30 Ítems, siendo además que el 100% de válidos. (Anexo 6)

Para la variable Responsabilidad Social Empresarial con valores de V Aiken igual a  $V = 0.70$  o más son adecuados (Charter, 2003), en tal sentido el promedio de los 30 Ítems es de 0.93 en los 30 Ítems, siendo además que el 100% de válidos. (Anexo 7)

### 3.1.2 Fiabilidad (Anexo 8)

Para la variable: Neuromanagement

Tabla 4: Estadísticas de fiabilidad variable Neuromanagement

---

|                  |                |
|------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | de N elementos |
| ,904             | 15             |

---

Nota: Elaboración propia

Para la variable: Responsabilidad Social Empresarial

Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad variable Responsabilidad Social Empresarial

---

|                  |                |
|------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | de N elementos |
| ,932             | 15             |

---

Nota: Elaboración propia

Para la variable: Indicadores Claves de Éxito

Tabla 6: Estadísticas de fiabilidad variable Indicadores Claves de Éxito

---

|                  |                |
|------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | de N elementos |
| ,954             | 15             |

---

Nota: Elaboración propia

Luego los estadísticos se vació la información en una sábana de datos (Anexo 9) para luego procesarlo en SPSS V 24.

### 3.1.3 Análisis Descriptivo

Distribución de frecuencia de la variable Neuromanagment

Tabla 7: Distribución de frecuencia de la variable Neuromanagement

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 5          | 33,3       | 33,3              | 33,3                 |
|        | Medio | 5          | 33,3       | 33,3              | 66,7                 |
|        | Alto  | 5          | 33,3       | 33,3              | 100,0                |
|        | Total | 15         | 100,0      | 100,0             |                      |

Nota: Elaboración propia

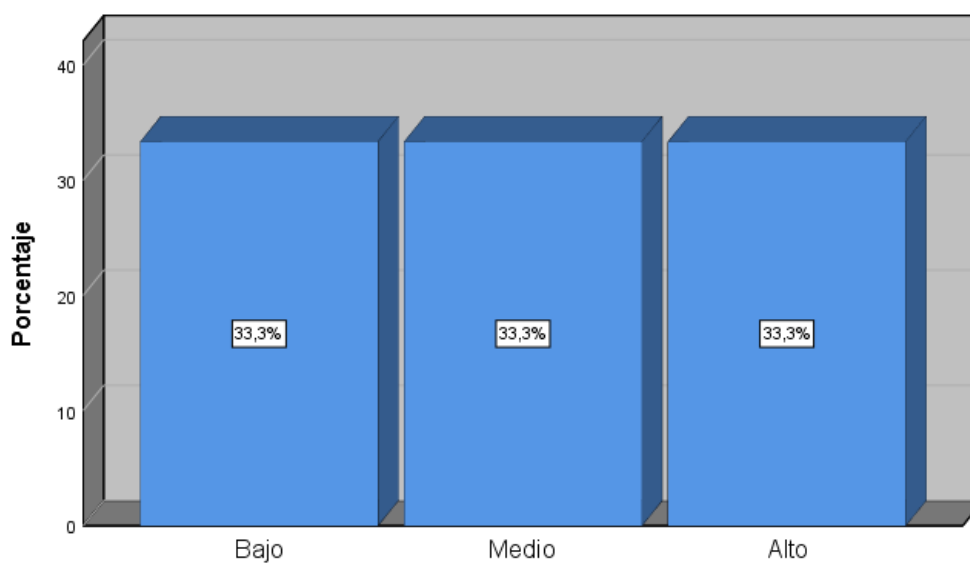


Figura 11: Distribución de frecuencia de la variable Neuromanagment

Del 100% de los encuestados, el 33.3% (5), su nivel de neuromanagment bajo, mientras que para el 33.3% (5) su nivel es medio o alto.

## Distribución de frecuencia de la variable Responsabilidad Social Empresarial

Tabla 8: Distribución de frecuencia de la variable Responsabilidad Social Empresarial

|         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Malo    | 5          | 33,3       | 33,3              | 33,3                 |
| Regular | 5          | 33,3       | 33,3              | 66,7                 |
| Bueno   | 5          | Válido     | 33,3              | 100,0                |
| Total   | 15         | 100,0      | 100,0             |                      |

Nota: Elaboración propia

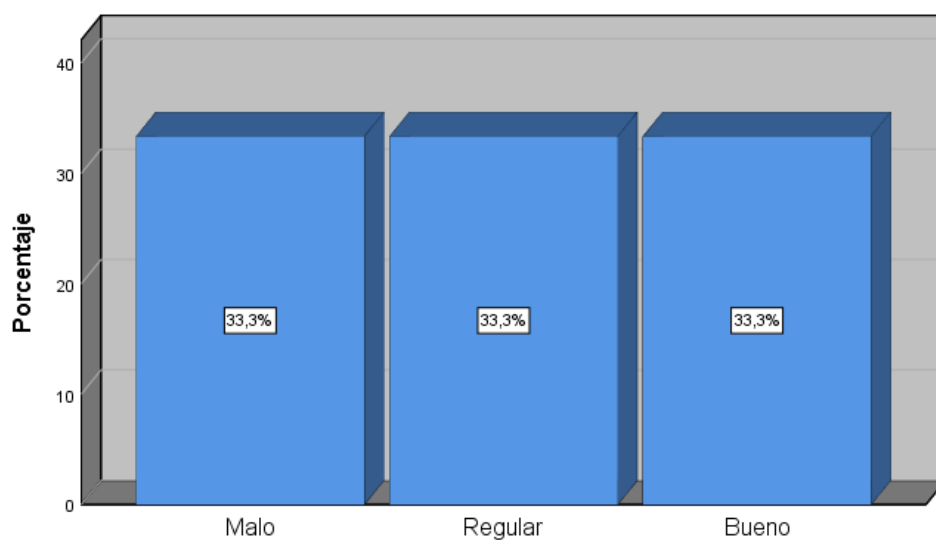


Figura: 13: Distribución de frecuencia de la variable Responsabilidad Social Empresarial

Del 100% de los encuestados, el 33.3% (5), su nivel de responsabilidad social empresarial es malo, mientras que para el 33.3% (5) su nivel es regular o bueno.



## Distribución de frecuencia de la variable Indicadores Claves de Éxito

Tabla 9: Distribución de frecuencia de la variable Indicadores Claves de Éxito

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo  | 6          | 40,0       | 40,0              | 40,0                 |
|        | Medio | 4          | 26,7       | 26,7              | 66,7                 |
|        | Alto  | 5          | 33,3       | 33,3              | 100,0                |
|        | Total | 15         | 100,0      | 100,0             |                      |

Nota: Elaboración propia

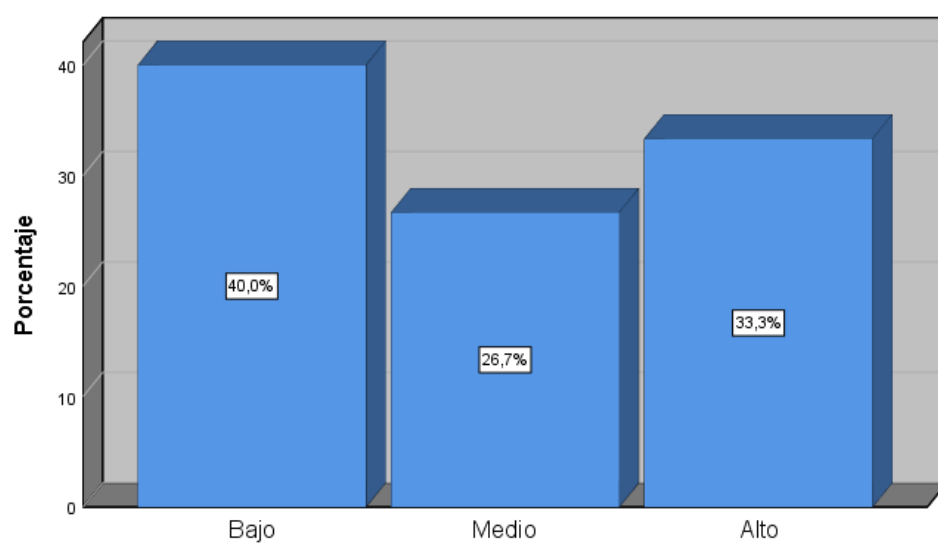


Figura: 14: Distribución de frecuencia de la variable Indicadores Claves de Éxito

Del 100% de los encuestados, el 40% (6), su nivel de indicadores claves de éxito es bajo, mientras que para el 33.3% (5) su nivel de indicadores claves de éxito es alto, y para el 26.7% es medio.

### 3.1.4 Tablas Cruzadas

#### Neuromanagement\*Indicadores Claves de Éxito

Tabla 10: Tabla cruzada Neuromanagement\* Indicadores Claves de Éxito

|                                   |          | Neuromanagement |       |       |       | Total  |
|-----------------------------------|----------|-----------------|-------|-------|-------|--------|
|                                   |          | Bajo            | Medio | Alto  |       |        |
| Indicadores<br>Claves<br>de Éxito | Bajo     | Recuento        | 4     | 1     | 0     | 5      |
|                                   |          | % del total     | 26,7% | 6,7%  | 0,0%  | 33,3%  |
|                                   | de Medio | Recuento        | 2     | 2     | 1     | 5      |
|                                   |          | % del total     | 13,3% | 13,3% | 6,7%  | 33,3%  |
|                                   | Alto     | Recuento        | 0     | 1     | 4     | 5      |
|                                   |          | % del total     | 0,0%  | 6,7%  | 26,7% | 33,3%  |
| Total                             |          | Recuento        | 6     | 4     | 5     | 15     |
|                                   |          | % del total     | 40,0% | 26,7% | 33,3% | 100,0% |

Nota: Elaboración propia

El 26.4% de los encuestados el nivel de neuromanagement es bajo, cuando su nivel de indicadores claves de éxito es bajo, así mismo el 13.3% el neuromanagement es medio y su nivel de indicadores claves de éxito es medios, y para el 26.7% el neuromanagement es alto cuando indicadores claves de éxito es alto,

#### Responsabilidad Social Empresarial\*Indicadores Claves de Éxito

Tabla 11: Tabla cruzada Responsabilidad Social Empresarial \* Indicadores Claves de Éxito

|                                   |         | Responsabilidad Social<br>Empresarial |       |       | Total |        |
|-----------------------------------|---------|---------------------------------------|-------|-------|-------|--------|
|                                   |         | Bajo                                  | Medio | Alto  |       |        |
| Indicadores<br>Claves<br>de Éxito | Malo    | Recuento                              | 3     | 1     | 1     | 5      |
|                                   |         | % del total                           | 20,0% | 6,7%  | 6,7%  | 33,3%  |
|                                   | Regular | Recuento                              | 2     | 2     | 1     | 5      |
|                                   |         | % del total                           | 13,3% | 13,3% | 6,7%  | 33,3%  |
|                                   | Bueno   | Recuento                              | 1     | 1     | 3     | 5      |
|                                   |         | % del total                           | 6,7%  | 6,7%  | 20,0% | 33,3%  |
| Total                             |         | Recuento                              | 6     | 4     | 5     | 15     |
|                                   |         | % del total                           | 40,0% | 26,7% | 33,3% | 100,0% |

Nota: Elaboración propia

El 20% de los encuestados el nivel de responsabilidad social empresarial es malo, cuando su nivel de indicadores claves de éxito es bajo, así mismo el 13.3% el nivel de RSE es regular y su nivel de indicadores claves de éxito es medios, y para el 20% el responsabilidad social empresarial es bueno cuando indicadores claves de éxito es alto.

### 3.2 Resultados previos al análisis de los datos

Contrastación de Hipótesis: Luego de aplicar el cuestionario con la respectiva escala ordinal se aplicará una evaluación no paramétrica que indica la asociación causa y efecto entre las variables independientes y la variable dependiente que precede a la prueba de hipótesis que se somete a la prueba de regresión logística, los datos son de carácter cualitativo ordinal para desarrollar el modelo de regresión logística ordinal, usaremos SPSS para obtener los resultados del modelo.

Se realizó un análisis previo para determinar si el modelo es adecuado solo con la constante, mediante las siguientes hipótesis estadísticas:

Contrastación de la Hipótesis general:

H<sub>0</sub>: Los niveles de neuromanagement y responsabilidad social empresarial no inciden en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

H<sub>g</sub>: Los niveles de neuromanagement y responsabilidad social empresarial no inciden en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Se determinó un  $\alpha = 0.05$  de significación para un contraste bilateral

Nivel de decisión: si  $p = \text{sig.} \geq \alpha$ , acepta la hipótesis nula; si  $p = \text{sig.} < \alpha$ , rechaza la hipótesis nula.

Prueba: regresión ordinal

Tabla 12: Determinación del ajuste de neuromanagement y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Información de ajuste de los modelos

| Modelo            | Logaritmo de la Chi-<br>verosimilitud -2 | cuadrado | gl | Sig. |
|-------------------|--|----------|----|------|
| Sólo intersección | 24,002                                   |          |    |      |
| Final             | 9,359                                    | 14,643   | 4  | ,006 |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

Los datos de la tabla muestran que el valor de significancia es 0,006; correspondiente al valor del estadístico Chi cuadrado = 14.643 que indicó que existe al menos un valor que no es cero; es decir, que hay algún dato que explique el modelo.

Conclusión

Dado que  $p = 0,006 < \alpha = 0.05$  se asume que cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación

Tabla 13: Correlación tres variables: Neuromanagement, Responsabilidad Social empresarial en Indicadores Claves de Éxito

| Pseudo R cuadrado |
|-------------------|
| Cox y Snell ,623  |
| Nagelkerke ,704   |
| McFadden ,450     |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra los valores del pseudo R-cuadrado, el R2 de Nagelkerke indicó que existe un 70.4% de variabilidad, la que es explicada por el modelo.

Conclusión

Dado que  $p = 0,006 < \alpha = 0.05$  se asume que se cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula, se acepta que, los niveles de neuromanagement y responsabilidad social

empresarial incide en los indicadores claves, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Resultados Específicos: Nivel de significancia: 0.05

Hipótesis Específico 1:

H<sub>0</sub>: El neuromanagement no incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

H<sub>e1</sub>: El neuromanagement incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

Tabla 14: Determinación del ajuste de neuromanagement en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Información de ajuste de los modelos

| Modelo            | Logaritmo de la verosimilitud -2 | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
|-------------------|----------------------------------|--------------|----|------|
| Sólo intersección | 19,316                           |              |    |      |
| Final             | 8,012                            | 11,304       | 2  | ,004 |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

Los datos de la tabla muestran que el valor de significancia es 0,004; correspondiente al valor del estadístico Chi cuadrado = 11.304 que indicó que existe al menos un valor que no es cero; es decir, que hay algún dato que explique el modelo.

Conclusión

Dado que  $p = 0,004 < \alpha = 0.05$  se asume que cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación

Tabla 15: Correlación dos variables: Neuromanagment en Indicadores Claves de Éxito

| Pseudo R cuadrado |      |
|-------------------|------|
| Cox y Snell       | ,529 |
| Nagelkerke        | ,598 |
| McFadden          | ,347 |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra los valores del pseudo R-cuadrado, el R2 de Nagelkerke indicó que existe un 59.8% de variabilidad, la que es explicada por el modelo.

Conclusión:

Dado que  $p = 0,004 < \alpha = 0.05$  se asume que se cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula, se acepta que, El neuromanagement influye en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

Hipótesis Específico 2:

Ho: La responsabilidad social empresarial incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

He1: La responsabilidad social empresarial no incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

Nivel de significancia: 0.05

Tabla 16: Determinación del ajuste de responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Información de ajuste de los modelos

| Modelo            | Logaritmo de la verosimilitud -2 | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
|-------------------|----------------------------------|--------------|----|------|
| Sólo intersección | 13,770                           |              |    |      |
| Final             | 11,204                           | 2,566        | 2  | ,277 |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

Los datos de la tabla muestran que el valor de significancia es 0,277; correspondiente al valor del estadístico Chi cuadrado = 2.566 que indicó que los valores son cero; es decir, que no hay algún dato que explique el modelo.

Conclusión

Dado que  $p = 0,277 > \alpha = 0.05$  se asume que no cumple con el modelo propuesto y se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación

Tabla 17: Correlación dos variables: Responsabilidad Social empresarial en Indicadores Claves de Éxito

| <u>Pseudo R cuadrado</u> |      |
|--------------------------|------|
| Cox y Snell              | ,157 |
| Nagelkerke               | ,178 |
| McFadden                 | ,079 |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra los valores del pseudo R-cuadrado, el R2 de Nagelkerke indicó que existe un 17.8% de variabilidad, la que es explicada por el modelo.

#### Conclusión

Dado que  $p = 0,277 > \alpha = 0.05$  se asume que no se cumple con el modelo propuesto y se acepta la hipótesis nula, se acepta que, La responsabilidad social empresarial no incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

#### IV. DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito, determinar la incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

El estudio realizado a 15 docentes a tiempo completo y jefes de práctica en la CP Administración a quienes se aplicó la encuesta y demostró la incidencia de la gestión del riesgo en el desarrollo sostenible. Para alcanzar dicho propósito se utilizó el instrumento: el cuestionario. En cuanto a los requisitos de los docentes a tiempo completos y jefes de práctica que participaron en el presente estudio, se encontró que la mayoría tiene más de dos años de experiencia como responsable de procedimientos con la aplicación de indicadores claves de éxito.

Podemos indicar que los resultados encontrados en cuanto a las propuestas de Briadot, ESAN y Cáceres son contundentes y se confirman en el modelo propuesto dado que el grado de influencia sobre la variable indicadores claves de éxito es proporcional por cuanto el nivel alto de 26.7% indicadores claves de éxito se da cuando es alto e nivel de neuromanagement, en igual proporción se da en resultados medio y bajo. Además podemos afirmar que existe un recuento total del 60% de Neuromanagement sobre el 66.6% de resultados de indicadores claves de éxito entre el nivel medio y alto respectivamente. Los resultados anteriormente se explican a que los tres autores coinciden en que la aplicación del neuromanagement optimiza el funcionamiento de nuestra capacidad cerebral para organizarnos usando nuestras conexiones neuronales y al mismo tiempo aprendiendo y desaprendiendo cuidando que las emociones se utilicen en forma equilibrada para el alcance de resultados aceptables.

Nuestra investigación demuestra que el pseudo R-cuadrado, el R<sup>2</sup> de Nagelkerke indicó que existe un 59.8% de variabilidad, la que es explicada por el modelo. Dado que  $p= 0,004 < \alpha = 0.05$  se asume que se cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula, se acepta que, El neuromanagement influye en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019. Así mismo los resultados de las investigaciones nacionales e internacionales realizadas sobre el neuromanagement respaldan los resultados de obtenidos a nivel de correlación y su efecto en otras variables:



Desde el punto de vista fisiológico como lo describe Zhang, X, el cerebro responde a motivaciones más intrínsecas que generan respuestas productivas, las motivaciones materiales pueden destruir la motivación intrínseca. Una gestión inteligente y no directiva permite resultados efectivos. Desde el punto de vista conductual Britto-González TS, Fuentes-Molina N, Torres-Cárdenas VM. proponen el neuromanagement como medio de influencia para enfrentar los cambios ayudando a generar un compromiso entre autoridad y colaborador. Esto también fue confirmado por Chumbe en su investigación en donde demuestra que el Neuromanagement es parte del pensamiento gerencial y que se requiere un nivel de energía y de intuición para poder influenciar en forma positiva en los colaboradores. Y que dicho compromiso se mantiene de la cultura y clima organizacional creado en forma inteligente por inteligencias varias de la autoridad. Desde el punto de vista productivo Nikolaevskaya, O considera que el neuromanagement debe ser insertado en la formación universitaria con cooperación del sector industrial a fin de alcanzar productividad y aporte en el PBI incluso de una nación. Otros resultados importantes son los de Zárte en su estudio de la influencia del Neuromanagement en la cultura organizacional con una correlación de Nagelkerke de 0.885 con un nivel de significación del 0.000. Así mismo Bazán en su propuesta de modelo de Gestión Recursos Humanos basado en Neuroliderazgo una correlación interclase ponderada alta del 0.747 y un sig. de 0.000 demostró la pertinencia del neuromanagement en la gestión del talento humano.

Con respecto a RSE sobre los indicadores claves de éxito que también se observa que aparentemente confirman el modelo propuesto dado que el grado de influencia sobre la variable indicadores claves de éxito es proporcional por cuanto el nivel alto de 20 % indicadores claves de éxito se da cuando es alto e nivel de responsabilidad social empresarial, en igual proporción se da en resultados medio y bajo. Además podemos afirmar que existe un recuento total del 60% de Responsabilidad Social sobre el 66.6% de resultados de indicadores claves de éxito entre el nivel medio y alto respectivamente. Sin embargo el nivel de significancia es de 0.277 no es menor a 0.05 de sigma en tal sentido se asumen que no cumple con el modelo, la explicación se debe a que posiblemente alguna de las dimensiones no se conocen en cuanto cumplimiento como es el caso de la dimensión “económica interna”, “social o socialización interna” y “ecológica externa” en que los datos son dispersos

mostrándose una desviación mayor a las demás dimensiones. También se puede inferir que la falta de consenso en los conceptos de responsabilidad social empresarial no permite que las organizaciones puedan transmitir de manera eficiente el concepto desde los altos niveles a los niveles operativos y relistas. Mientras Barbechan se orienta a lo financiero, Bowen destaca la participación de los stakeholder para un mutuo beneficio y Bissell indica que primero debemos alcanzar la responsabilidad económica para luego en un cuarto nivel superior alcanzar la responsabilidad filantrópica. Sin embargo desde el punto de vista Cajiga se considera un todo en un avance de responsabilidad desarrollado en varios ámbitos al mismo tiempo pero que debe madurar primero en la alta dirección con compromisos claros e imitables.

Algunas investigaciones como la de López, en su estudio sobre la estructura del mercado y RSE en micro, pequeñas y mediana empresas variantes en las correlaciones con respecto a la RSE con niveles de significancia particulares por indicadores que tiene la RSE. Esto confirma que es posible que la RSE tenga sesgos por su interpretación e implementación en cada sector. Por su lado Ramos en su investigación que aplican RSE a través de las conductas de responsabilidad social de los colaboradores CRS, es decir aquellas que si se aplica la menor correlación fue competencia y donde no se aplica CRS las menores correlaciones fueron ética y competencia. Pero en general las correlaciones son moderadas. En el estudio de Uribe de la RSE en el sector financiero se cuenta con un alto nivel de correlación entre la mayoría de las variables de la dimensión estratégica de la RSE., con un coeficiente de correlación  $R^2$  de 0.99152, siendo la dimensión más baja el cuidado del medio ambiente. Investigaciones nacionales como de Mejía de RSE en la gestión de escuelas también confirma que T de student para contrastar la hipótesis entre los grupos, el resultado que se obtuvo fue con un sig. de 0.000 y  $t = 6,047$  mayor que 1,67 (punto crítico) que si existe un impacto positivo de un programa de RSE llevado de los que no llevaron. Celestino también confirma en su investigación de RSE en la imagen institucional de una universidad privada el nivel de significancia de  $p = 0.000$  ( $p < 0,05$ ) usando r de Spearman fue de 0,625. En contraposición Hernán en su estudio de RSE en la gestión humana en un hospital tuvo Rho de Spearman donde se contrastó la hipótesis general con una correlación de 0.66, con un sig. de 0.755 mayor a 0.05, lo que nos lleva a rechazar la Hipótesis Alterna. Es evidente que

existen sectores en donde la RSE tiene mayor éxito que otros no dejando de ser importante si es que no existiera correlación alguna.

Por su lado la variable dependiente Indicadores Claves de Éxito responde de manera el 60 % responde ente el nivel medio y alto y 40% en forma baja, el logro de esta variable se debe que la mayoría de las dimensiones propuestas por Beltrán se cumplen con un nivel “Casi siempre y siempre”. Cabe destacar la propuesta de Sánchez de evaluar los indicadores en forma periódica y es precisamente en donde se observa una desviación significativa en los resultados de algunas dimensiones aún no han conseguido la disciplina del manejo del tiempo tanto en puntualidad de su emisión como de su evaluación. En cuanto a otras dimensiones plateadas en forma parcial por Mora, Uribe- Reinoso y Villagra, en cuanto a la variedad de indicadores, su utilidad y veracidad dentro de un contexto se demuestra que es trascendental para la elecciones de decisiones y realizar las mejoras continuas dentro del contexto de calidad que la institución educativa asume en el tiempo frente a las necesidades del mercado dentro del nivel de competitividad del sector. Investigaciones como de Escobar en donde se presenta un modelo de gestión universitaria con el uso de indicadores en que se demuestra el rol de los indicadores en el desempeño en el área de proceso, demuestra que siete de los diez indicadores tiene mayor correlación con un sig.  $< 0.05$  y un grado de confianza del 95% lo que permitirá una gestión con mejores resultados. Así mismo Gordon en su análisis estratégico del rol del uso de tecnologías de información demuestra por indicadores claves la satisfacción de 75000 alumnos en 213 instituciones educativas alineados a las perspectivas de tablero de mando integral que permite alcanzar resultados. Investigaciones nacionales también se observa el efecto de los indicadores claves en el desempeño de los trabajadores como es el caso de la investigación de Rojas sobre indicadores de gestión y desempeño en un proyecto especial siendo la prueba de Rho-Spearman un resultado de 0.413 indicando que hay relación entre la variable “indicadores de gestión” y la variable “desempeño laboral”, con un sig. de 0,000. La investigación de Coacalla en indicadores de gestión y manejo de residuos sólidos se obtuvo un Rho de Spearman de 0,496 y el valor de sig  $0.000 \leq 0,05$  demostrando que los indicadores de gestión influyen significativamente sobre el manejo integral de los residuos sólidos. Donet en su estudio de indicadores de salud en servicios odontológicos en un hospital del seguro social en 23 nosocomios a través de un análisis univariado en la prueba ANOVA con nivel

de confianza de 95% en donde los sig. en los diferentes niveles de atención en su mayoría son menores a 0.05 excepto 4 de 7 niveles de atención lo que permitirá reforzar los servicios a nivel de la red.

## **V. CONCLUSIONES**

Primera. El neuromanagement y responsabilidad social empresarial incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Segunda: El neuromanagement incide en los indicadores claves, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Tercera. La responsabilidad social empresarial no incide en los indicadores claves, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019. Sin embargo esta puede funcionar si en conjunto con neuromanagement se aplica tal como los resultados de correlación de la hipótesis general lo demuestra.

Cuarta. La investigación permitió demostrar que las dos variables, neuromanagement y responsabilidad social empresarial (RSE), juntas si inciden en los indicadores claves de éxito esto se debe a que cada institución en forma particular se pronuncia en la formación de RSE y se demuestra en otros antecedentes del presente estudio que RSE incide o no según el estilo de liderazgo o sector en que se encuentre.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Primera. Desarrollar programas de entrenamiento que no solo incorporen aspectos metodológicos y académicos permitirá el desarrollo y alcance de indicadores de claves de éxitos. El uso de aplicaciones y otras herramientas virtuales permiten desarrollar habilidades blandas hoy en día pudiendo ser acompañada con reuniones o acompañamiento programados de manera obligatoria en horarios accesibles.

Segunda: El desarrollo de neuromanagement es continuo en tal sentido requiere de un proceso de coaching en sus tres formas: gerencial, en equipo y personal de modo que la proactividad a la fecha mostrados en los resultados obtenidos se incrementen en futuras investigaciones con el propósito de alcanzar no sólo resultados en indicadores claves de éxito si no también en los resultados generales e institucionales.

Tercera. Aspectos de Responsabilidad social empresarial en los colaboradores deben ser evaluados desde que se realiza la convocatoria como requisito y su comprobación en los procesos de selección, esto para poder contar con un personal que aporte de manera proactiva en la organización, ya insertos los colaboradores es importante que este elemento se considere no solo como un valor institucional llamado: Responsabilidad, si no que se considere como un principio a seguir que permite que cada colaborador sea responsable de los activos y sus funciones que permite tener resultados en la cadena de valor institucional, que debe ser modelado por la alta gerencia y como efecto paraguas debe ser impelido en cada colaborador facilitando su aprendizaje y no de manera directiva.

Cuarta. Desarrollar otras investigaciones complementarias y relacionadas con los estilos de liderazgo ayudarán a comprender el alcance de resultados en los indicadores

claves de éxito, por el momento solo se ha evaluado la participación de colaboradores que están en la parte táctica y no de aquellas autoridades que están en la parte estratégica y que con su estilo de liderazgo influyen en el clima organizacional, cultura y el diseño organizacional que requiere cada organización a su medida con las consideraciones de las necesidades de: visión institucional, su propia cadena de valor, clientes y/o consumidores, de su entorno, de sus stakeholders, de su contexto de competitividad global y de cambios permanentes.

## VII. PROPUESTA

### 1. Datos Generales :

|   |                 |                         |
|---|-----------------|-------------------------|
| Título del proyecto: Aplicación de Estrategias de desarrollo de Neuromanagement y Responsabilidad Social empresarial. |                 |                         |
| Nombre del ámbito de atención: Una Universidad del Este de Lima   |                 |                         |
| Región: Lima  | Provincia: Lima | Localidad: Este de Lima |

### 2. Costo del Proyecto:

|              |            |
|--------------|------------|
| Monto total: | S/. 500.00 |
|--------------|------------|

### 3. Beneficiarios: Docentes y Jefes de Práctica de la CP Administración

### 4. Resultados de Investigación:

De acuerdo a los resultados obtenido de la investigación: La incidencia del neuromanagement y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019 , se observa que si existen de manera global alguna incidencia pero de manera clara y definitiva el neuromanagement, debiéndose fortalecer los aspectos de responsabilidad social empresarial

### 5. Objetivos:

| Objetivo General                                      | Objetivos Específicos   |
|---|---|
| Fortalecer habilidades blandas para el desarrollo del | 1 Desarrollar en los docentes a tiempo completos y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos del neuromanagement que permita el alcance de los indicadores claves de éxito. |

|   |   |  |
|---|---|--|
| neuromanagement y<br>responsabilidad social<br>empresarial que permita<br>el alcance de los<br>indicadores claves de<br>éxito | 2 | Demostrar y desarrollar en los docentes a tiempo completos y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos de la responsabilidad social empresarial que permita el alcance de los indicadores claves de éxito. |
|---|---|--|

6. Metodología a emplear: Se usará la metodología de implementación de un proyecto de desarrollo con los siguientes pasos a través del desarrollo de casuísticas en equipos de trabajo:

Paso 1: Diagnóstico Situacional

Paso 2: Propuestas de mejoras

Paso 3: Implementación y Monitoreo

Paso 4: Evaluación y reconocimeintos.



7. Estrategias y Actividades de las propuestas planteadas: “Programa de desarrollo de habilidades en Neuromanagement y Responsabilidad Social Empresarial”

| Paso 1: Diagnóstico Situacional   |                                    |  |                              |   |   |  |
|---|------------------------------------|--|------------------------------|---|---|--|
| Objetivos específicos   |                                    |  |                              |   |   |  |
| 1: Desarrollar en los docentes a tiempo completo y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos del neuromanagement que permita el alcance de los indicadores claves de éxito                                  |                                    |  |                              |   |   |  |
| 2. Demostrar y desarrollar en los docentes a tiempo completo y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos de la responsabilidad social empresarial que permita el alcance de los indicadores claves de éxito |                                    |  |                              |   |   |  |
| Actividad   | Responsable                        | Beneficiados                                   | Inicio y término             | Acciones  | Productos / Indicador   | Costos   |
| Análisis de la situación actual sobre la gestión realizada a nivel de los dos periodo anteriores en cuanto a la aplicación del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial                                  | Responsable de Carrera Profesional | Docentes a tiempo completo y Jefes de Practica | Inicio:<br>01 Abril del 2020 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar en 2 reuniones : herramienta FODA</li> <li>• Diagrama causa efecto de espina de pescado sobre las debilidades.</li> <li>• Lectura: Resumen del Libro: “Ser competitivo” por Michael E. Porter</li> </ul> | 01 FODA con 6 descripciones por elemento del FODA<br><br>01 Diagrama de “Pez” con 6 causas principales de y 4 sub principales por cada causa. | Materiales y copias:<br><br>S/. 100.00<br><br>Refrigerios:<br><br>S/. 100.00 |
|   |                                    |  | Fin<br>05 Abril 2020:        |   |   |  |

| Paso 2: Propuestas de mejoras   |                                    |  |                                 |  |  |   |
|---|------------------------------------|--|---------------------------------|--|--|---|
| Objetivos específicos   |                                    |  |                                 |  |  |   |
| 1: Desarrollar en los docentes a tiempo completo y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos del neuromanagement que permita el alcance de los indicadores claves de éxito                                  |                                    |  |                                 |  |  |   |
| 2. Demostrar y desarrollar en los docentes a tiempo completo y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos de la responsabilidad social empresarial que permita el alcance de los indicadores claves de éxito |                                    |  |                                 |  |  |   |
| Actividad   | Responsable                        | Beneficiados                                   | Inicio y término                | Acciones   | Productos / Indicador  | Costos  |
| Desarrollo de marco teórico d y de propuestas de mejora sobre los resultados encontrados en matriz FODA y diagrama de espina de pescado   | Responsable de Carrera Profesional | Docentes a tiempo completo y Jefes de Practica | Inicio:<br>08 Abril<br>del 2020 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller de trabajo sobre neuromanagement y responsabilidad social empresarial.</li> <li>• Elaboración de mejoras usando la técnica de lluvia de ideas y la herramienta de diseño visual “visual thinking”</li> <li>• Cronograma de actividades en</li> </ul> | 01 Visual Thinking con propuestas de mejora sobre los 6 principales causas de dificultades en el desarrollo de la neuroadministración y de la responsabilidad social empresarial | Materiales y copias:<br><br>S/.100.00<br><br>Refrigerios:<br><br>S/. 100.00 |
|   |                                    |  | Fin<br>10 Abril<br>2020:        |  |  |   |

|  |  |  |  |   |  |  |
|--|--|--|--|---|--|--|
|  |  |  |  | diagrama de Gantt.<br>• Lectura: Resumen<br>del libro<br>Neuromanagement<br>de Braidot. |  |  |
|--|--|--|--|---|--|--|

| Paso 3: Implementación y Monitoreo  |   |   |   |  |   |                               |
|---|---|---|---|--|---|-------------------------------|
| Objetivos específicos   |   |   |   |  |   |                               |
| 1: Desarrollar en los docentes a tiempo completo y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos del neuromanagement que permita el alcance de los indicadores claves de éxito                                  |   |   |   |  |   |                               |
| 2. Demostrar y desarrollar en los docentes a tiempo completo y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos de la responsabilidad social empresarial que permita el alcance de los indicadores claves de éxito |   |   |   |  |   |                               |
| Actividad   | Responsable   | Beneficiados  | Inicio y término  | Acciones   | Productos / Indicador   | Costos                        |
| Alineación con herramientas de control y auditoría institucional para el desarrollo de procedimientos con actitudes esperadas en cuanto a neuromanagement y responsabilidad social empresarial.                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Responsable de Carrera Profesional</li> <li>Responsables de áreas en la CP Administración, y</li> <li>Responsable de control de calidad</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Docentes a tiempo completos y Jefes de Práctica.</li> <li>Clientes internos y externos.</li> <li>Stakeholders</li> </ul> | Inicio:<br>11 Abril del 2020<br><br>Fin<br>31 Diciembre 2020: | <ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión de procedimientos y aplicación de propuestas de mejoras elaboradas.</li> <li>Recordatorios permanentes a través de correos, redes Lectura: Resumen del libro 7 Hábitos de la gente altamente efectiva de Covey.</li> </ul> | 15 procedimientos alineados a neuromanagement y responsabilidad social empresarial con metas a alcanzar aplicando las propuestas de mejoras | Materiales y copias: S/.50.00 |

Paso 4: Evaluación

Objetivos específicos

- 1: Desarrollar en los docentes a tiempo completo y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos del neuromanagement que permita el alcance de los indicadores claves de éxito
2. Demostrar y desarrollar en los docentes a tiempo completo y jefes de prácticas los altos niveles de los elementos de la responsabilidad social empresarial que permita el alcance de los indicadores claves de éxito

| Actividad   | Responsable  | Beneficiados  | Inicio y término   | Acciones   | Productos / Indicador  | Costos   |
|---|--|---|--|--|--|--|
| La evaluación será constante sobre los avances en los indicadores de éxito comparándolos con resultados de periodos anteriores sin el programa. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de Carrera Profesional</li> <li>• Responsables de áreas en la CP Administración, y</li> <li>• Responsable de control de calidad</li> <li>• Responsables áreas fuera de la escuela.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Docentes a tiempo completos y Jefes de Práctica.</li> <li>• Clientes internos y externos.</li> <li>• Stakeholders</li> </ul> | <p>Inicio:<br/>11 Abril del 2020</p> <hr/> <p>Fin<br/>31 Diciembre de 2020</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de resultados de los indicadores claves en procedimientos.</li> <li>• Retroalimentación y comparativos con periodos anteriores para mejoras</li> <li>• Lectura: Libro Balanced Scorecard de Kaplan y Norton</li> <li>• Entrega de constancias anuales de participación y reconocimientos a los 3 más destacados..</li> </ul> | 14 indicadores de la escuela y 83 de otras áreas externas que son orientadas en su ejecución por nuestra escuela para ser evaluados con mayores mejoras por la comprensión y aplicación del neuromanagement y RSE. | <p>Materiales y copias: S/.50.00</p> <p>Impresión de constancias de participación y reconocimientos. S/30.00</p> |

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abucci, G; Rosales, I; y Silva, K. (2014). *Aplicación del MSCEIT y del neuromanagement en la mejora de la gestión de los gerentes de Advisory en KPMG*. 2014 (Tesis de maestría) Universidad aplicada de ciencias aplicadas. (UPC) Perú
- Aktouf, O. (1998). *La Administración entre tradición y renovación*. Universidad del Valle. Cali: Artes Gráficas Univalle.
- Albert, M. (2003). *Capitalisme contre Capitalisme*. Paris.: Le Seuil.
- Arena, D. (2012) *Medición de los Impactos de la difusión de la innovación de un proyecto de responsabilidad social*. Barcelona.: Universidad Ramon Llull
- Arias, F. (1999). *El proyecto de investigación: Guía para su elaboración*. Caracas - Venezuela: Espítome
- Barbachan, M. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades*. Recuperado de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>
- Bazán, R. (2016) *Propuesta de Modelo de Gestión Recursos Humanos basado en el Neuroliderazgo para promover la mejora continua en instituciones educativas secundarias mixtas de Chachapoyas – Amazonas*. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18916/bazan\\_vr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18916/bazan_vr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones*. (2da ed.). Córdoba: Ediciones Gránica.
- Beltrán, J., Mauricio, J. (2004). *Indicadores de Gestión: herramienta para lograr la competitividad*. (2da ed.). Madrid.

- Britto, TS, Fuentes, N. y Torres, V. (13 de diciembre de 2017). Neurogerencia como herramienta en la metamorfosis *organizacional en Colombia*: Universidad de La Guajira. *Colomb. Forense*. Recuperado de: <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/ml/article/view/2241>
- Cacéres, F. (2013). *Cómo aplicar nuestro conocimiento de la Neurología humana y de las Neurociencias a la Gestión Empresarial*. México: Neurosoft.
- Cajiga, J. (2003). *El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial Centro Mexicano para la filantropía*. México.
- Celestino, F. (2018) Responsabilidad social empresarial y su relación en la Imagen Corporativa de una Universidad Privada de Chimbote-Ancash 2018. (Tesis de maestría). Universidad Cesara Vallejo. Chimbote. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/35870/Celestino\\_LFP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/35870/Celestino_LFP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Coacalla, C. (2018). Indicadores de Gestión en el Manejo Integral de Residuos Sólidos de la Municipalidad Provincial de Aymaraes, Apurímac. (Tesis de maestría) Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29522/coacalla\\_cc.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29522/coacalla_cc.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Charter, R. A. (2003). A breakdown of reliability coefficients by test type and reliability method, and the clinical implications of low reliability. *Journal of General Psychology*, 130(3), 290-304. Recuperado de: [dx.doi.org/10.1080/00221300309601160](https://doi.org/10.1080/00221300309601160)
- Chumpe, J. (2018). Neuromanagement: Enfoque interdisciplinar del pensamiento del Gerente funcional de una entidad pública Lima Perú. (Tesis Doctoral) Universidad César Vallejo. Recuperado de:

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19207/Chumpe\\_AJBE.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19207/Chumpe_AJBE.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Donet, L. (2017). Evaluación de indicadores de salud en servicios odontológicos según nivel de atención de la Red Desconcentrada Sabogal EsSalud, entre los años 2014 al 2017. (Tesis de doctorado) Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26882/Donet\\_OLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26882/Donet_OLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Duque, Y., Cardona, M. y Rendón, J. (2013) Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Revista Cuadernos de Administración*. Recuperado de [www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf)

Ecured. (2016). *Estadística inferencial*. Recuperado de: [https://www.ecured.cu/Estad%C3%ADstica\\_Inferencial](https://www.ecured.cu/Estad%C3%ADstica_Inferencial)

Educacionalfuturo.com (2019) Regulando la calidad en la cantidad situación del sistema universitario peruano. 2da. Edic. Recuperado de <https://educacionalfuturo.com/noticias/regulando-la-calidad-en-la-cantidad-situacion-del-sistema-universitario-peruano/>

Eguez, D y Vega, M. (2017) La Responsabilidad Social Empresarial en la imagen de marca e intención de compra de envases para alimentos y bebidas. *INNOVA*. Recuperado de <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaResponsabilidadSocialEmpresarialEnLaImagenDeMarc-6231298.pdf>

ESAN. (2016). Herramientas-del neuromanagement. *Apuntes Empresariales* Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/herramientas-del-neuromanagement/>

Escobar, R., & Ruiz, M. (2018). Innovative Model of Management and University Quality through Results Indicators; the KPI's Cross Impact Matrix of the Universidad



Bernardo O'Higgins: University Bernardo O'Higgins, Chile. *Valahian Journal of Economic Studies*. 9 (23), 69-82. Recuperado de: [https://content.sciendo.com/configurable/contentpage/journals\\$002fvjes\\$002f9\\$002f2\\$002farticle-p69.xml](https://content.sciendo.com/configurable/contentpage/journals$002fvjes$002f9$002f2$002farticle-p69.xml)

Gordon, L. C., Gratz, E., Kung, D. S., Dyck, H., & Lin, F. (2017). Strategic Analysis of the Role of Information Technology in Higher Education -- A KPI-centric model. California State University San Bernardino, USA. *Communications of the IIMA*, 15(1), 17–34. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=121817961&lang=es&site=ehost-live>.

GS1 Perú.(2015) Ajegroup: la curva de la felicidad. *Linkedin.Com*. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/ajegroup-la-curva-de-felicidad-cdi-gs1-peru>

Hernán, M (2016) Responsabilidad social empresarial y gestión humana en el Hospital Hermilio Valdizan, Lima Perú. (Tesis de maestría) Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8763/Marcelo\\_DLCHA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8763/Marcelo_DLCHA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hernan, P. (2019) Licenciamiento de la SUNEDU: esta es la lista de universidades autorizadas. *Entorno Inteligente*. Recuperado de: <https://www.entornointeligente.com/licenciamiento-de-la-sunedu-esta-es-la-lista-de-universidades-autorizadas-fotos/>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. (3ra. ed.). México D.F.: McGraw Hill.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ta. ed.). México D.F.: McGraw Hill.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta. ed.). México D.F.: McGraw Hill.
- Lapa, L. (2014) *La Responsabilidad Social Empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú*: USMP Perú.
- Limón, M. (2015) *El Cerebro: Un Aliado de las Organizaciones*: Universidad de Guanajuato Mexico
- López, J. (1999). *Proceso de Investigación*. Caracas: Editorial Panapo.
- Lopez, C., Rios, M. y Sánchez, M. (2017) Market structure and corporate social responsibility in mexican micro, small and medium enterprises. The link between individual and social preferences/estructura de mercado y responsabilidad social empresarial en mipymes mexicanas. El vínculo entre preferencias individuales y sociales: Universidad de Guanajuato, Guanajuato, México y Grupo de Investigación GREFIN. España. *Revista Brasileira de Marketing*, p. 410. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471755325004>
- Martínez, M., Lloret, C. y Mas, S. (2017). Responsabilidad Social Universitaria (RSU): Principios para una Universidad Sostenible, Cooperativa y Democrática desde el Diagnóstico Participativo de su Alumnado. Universidad de San Andrés y Arizona State University. Catalá España 2017. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 25(75) Recuperado de: <http://epaa.asu.edu/ojs/article/view/2769>
- Matten, D. y Moon, J. (2008) Implicit and “explicit” CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*.
- Mejia, J. (2014) Impacto de responsabilidad social empresarial en la gestión pública de las escuelas, Carabayllo – Lima. (Tesis de doctorado) Universidad César Vallejo. Recuperado de:

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4962/Joaqu%c3%adn\\_RMD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4962/Joaqu%c3%adn_RMD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Meza, H. (2015). Qué puede hacer el neuromanagement por tu empresa. *Forbes México*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/que-puede-hacer-el-neuromanagement-por-tu-empresa/>

NeuroHR. (2016) Neuromanagement. *Neurohres wordpress*. Recuperado de: <https://neurohres.wordpress.com/2016/09/11/neuromanagement/>

Nikolaevskaya, O. (2015) Organizational potential of scientific work in the system of neuromanagement by the example of higher education, 1, 43-47: South Ural State University Chelyabinsk, Russia. *Bces Conference Books 13(2)* Retrieved from: <https://bces-conference.org/onewebmedia/BCES.Conference.Books.Vol.13.2015.No.2.pdf>

Ramos, V., Avalos, A., Aguirre, L. y Tejera, E. (2018). Diferencias del Comportamiento Socialmente Responsable entre empresas que Aplican Y No Aplican Responsabilidad Social Empresarial.: Escuela Politécnica Nacional, Ecuador y Universidad las Américas. Ecuador. *Revista Interamericana de Psicología*, 52(1) 140–152. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=130856005&lang=es&site=ehost-live>

Reich, R.B. (2007) *Supercapitalism: the Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life*, Nueva York: Alfred A. Knopf.

Rojas, B. (2017). Indicadores de gestión y desempeño de los trabajadores en la Dirección de Obras del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo, San Martín. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/30935>

- Sineace (2109) Educación Superior. *Sineace*. Universitaria. Recuperado de <https://www.sineace.gob.pe/acreditacion/acreditacion-educacion-superior-universitaria/>
- Tic.PORTAL (2018) Gestión del desempeño corporativo (Corporate Performance Management) Recuperado de <https://www.ticportal.es/glosario-tic/gestion-desempeno-corporativo>
- Uribe, M. y Reinoso, J. (2014) *Sistema de indicadores de gestión*. Colombia: Editorial Ediciones de la U transversal
- Uribe, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en Las Instituciones del Sector Financiero De Ibagué (Colombia). Universidad EAN. Colombia *Revista Daena* (International Journal of Good Conscience), 12(3), 296–327. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=127319760&lang=es&site=ehost-live>
- Valles, M. (2008). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Villagra, JA. (2016). *Indicadores de Gestión. Un Enfoque Práctico*. México: Learning Editores. Recuperado de <http://www.ebooks7-24.com/?il=1318>
- Zárate, G. (2017). *Neuromanagement en la cultura organizacional*, tienda Sodimac Primavera de Surquillo, Lima Perú. (Tesis de Maestría) Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14524/Z%c3%a1rate\\_RGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14524/Z%c3%a1rate_RGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Zhang, X. (2018). *Motivation of Enterprise Motivation Management Mechanism Based on Neuromanagement*. Business School, Northwest University of Political Science and

Law, Xi'an *NeuroQuantology*, 16(5), 158–164. Recuperado de:  
<https://doi.org/10.14704/nq.2018.16.5.1245>

## REFERENCIAS VIRTUALES DE FIGURAS:

[https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwuios7VyfnjAhVErVkKHUwQCJwQjRx6BAgBEAQ&url=http%3A%2F%2Fktpar.blogspot.com%2F2011%2F05%2Fpiramide-de-carroll.html&psig=AOvVaw2DrGRJJ9bhlr4TYN4\\_xiND&ust=1565570212186415](https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwuios7VyfnjAhVErVkKHUwQCJwQjRx6BAgBEAQ&url=http%3A%2F%2Fktpar.blogspot.com%2F2011%2F05%2Fpiramide-de-carroll.html&psig=AOvVaw2DrGRJJ9bhlr4TYN4_xiND&ust=1565570212186415)

<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSyzyxELgt-Nv9H7nEhljrRiqZcB6XKTDhtwKfn9QXveAN4nsSX>

[https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi8\\_nIjvvjAhUJo1kKHboCBRSQjRx6BAgBEAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.expoknews.com%2Fempresas-ciudadanos-corporativos-felipe-cajiga%2F&psig=AOvVaw2tdua-gOWk7opCzif20r91&ust=1565622913228854](https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi8_nIjvvjAhUJo1kKHboCBRSQjRx6BAgBEAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.expoknews.com%2Fempresas-ciudadanos-corporativos-felipe-cajiga%2F&psig=AOvVaw2tdua-gOWk7opCzif20r91&ust=1565622913228854)

<http://1.bp.blogspot.com/-Ob8qfz21J1Q/TdaFqD4pjpI/AAAAAAAAAAM/8syv8gpc1wQ/s1600/Dibujo.JPG>

[https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwiCpvCck\\_vjAhXJmVkkHeaODSMQjRx6BAgBEAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.eoi.es%2Fblogs%2Ffernandobayon%2F2014%2F02%2F26%2Fneuromanagement-cuando-manda-el-cerebro%2F&psig=AOvVaw1qpw-5J3JBvPm027LMZikJ&ust=1565624205619055](https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&ved=2ahUKEwiCpvCck_vjAhXJmVkkHeaODSMQjRx6BAgBEAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.eoi.es%2Fblogs%2Ffernandobayon%2F2014%2F02%2F26%2Fneuromanagement-cuando-manda-el-cerebro%2F&psig=AOvVaw1qpw-5J3JBvPm027LMZikJ&ust=1565624205619055)

## ANEXOS

| Anexo 1: Matriz de Consistencia  |   |  |   |   |  |  |  |
|--|---|--|---|---|--|--|--|
| Título: “La incidencia del neuromanagment y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019”   |   |  |   |   |  |  |  |
| Problema   | Objetivos   | Hipótesis  | Variables e indicadores   |   |  |  |  |
| <p><b>Problema General:</b><br/>¿Cómo incide el neuromanagment y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b><br/>¿Cómo incide el neuromanagment en los indicadores claves de éxito en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019?</p> <p>¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP</p> | <p><b>Objetivo general:</b><br/>Demostrar la incidencia del neuromanagment y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019.</p> <p><b>Objetivo específico 1:</b><br/>Demostrar la incidencia del neuromanagment en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019.</p> <p><b>Objetivo específico 2:</b><br/>Demostrar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de</p> | <p><b>Hipótesis general:</b><br/>Ha: Existe incidencia del neuromanagment y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito.<br/>Ho: No Existe incidencia del neuromanagment y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito</p> <p><b>Hipótesis específica:</b><br/>Ha: Existe incidencia del neuromanagment en los indicadores claves de éxito.<br/>Ho: No Existe incidencia del neuromanagment en los indicadores claves de éxito</p> <p>Ha: Existe incidencia de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito.<br/>Ho: No Existe incidencia de la responsabilidad social</p> | Variable 1: Neuromanagment  |   |  |  |  |
|  |   |  | Dimensiones   | Indicadores   | Ítems  | Escala de medición   | Niveles o rangos   |
|  |   |  | 1. Las inteligencias múltiples como input para una conducción organizacional eficaz | <p>1.4 Las inteligencias múltiples en la vida organizacional.</p> <p>1.5 La inteligencia como fenómeno de múltiples capacidades</p> <p>1.6 Bases biológicas de la inteligencia como fenómeno múltiple</p> | <p>1, 2, 3, 4</p> <p>5, 6, 7</p> <p>8, 9, 10</p> | <p>Bajo<br/>2.49 a (-)</p> <p>Moderado<br/>2.5 – 3.49</p> <p>Alto<br/>3.5 a (+)</p> <p>Ordinal</p> <p>Likert</p> | <p>Siempre (5)</p> <p>Casi Siempre (4)</p> <p>A veces (3)</p> <p>Casi nunca (2)</p> <p>Nunca (1)</p> |
| 2. La inteligencia emocional y social como input para una  | 2.1 El cerebro emocional  | 11, 12, 13, 14, 15   |   |   |  |  |  |

|  |  |  |  |   |                    |  |  |
|--|--|--|--|---|--------------------|--|--|
| Administración en una universidad privada de Lima Este 2019? | éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019. | empresarial en los indicadores claves de éxito | conducción organizacional efectiva                               | 2.2 Neuroliderazgo de las emociones.                      | 16, 17, 18, 19, 20 |  |  |
|  |  |  | 3. Inteligencia intuitiva y creatividad en la toma de decisiones | 3.1 Neurobiología de la intuición                         | 21, 22, 23, 24, 25 |  |  |
|  |  |  |  | 3.2 Los mecanismos cerebrales de la inteligencia creativa | 26, 27, 28, 29, 30 |  |  |
|  |  |  |  | Variable 2: Responsabilidad Social Empresarial            |                    |  |  |
| Dimensiones  | Indicadores  | Ítems  | Escala de valores  | Niveles o rangos  |                    |  |  |
| 1. Económica interna   | 1.1 Generación y distribución del valor agregado en colaboradores            | 1, 2   | Bajo<br>2.49 a (-)   | Siempre (5)<br>Casi Siempre (4)                           |                    |  |  |
|  | 1.2 Generación y distribución del valor agregado en accionistas              | 3, 4, 5  | Moderado<br>2.5 – 3.49<br>Alto<br>3.5 a (+)                      | A veces (3)<br>Casi nunca (2)<br>Nunca (1)                |                    |  |  |
| 2. Económica externa   | 2.1 Generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables       | 6, 7   | Ordinal<br><br>Likert  |   |                    |  |  |

|  |  |  |                                     |   |            |  |  |
|--|--|--|-------------------------------------|---|------------|--|--|
|  |  |  |                                     | para la comunidad.  |            |  |  |
|  |  |  |                                     | 2.2 Aportación a la causa pública vía la contribución impositiva.   | 8, 9       |  |  |
|  |  |  |                                     | 2.3 Participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país. | 10, 11     |  |  |
|  |  |  | 3. Social interna                   | 3.1 Responsabilidad compartida y subsidiaria de la calidad de vida en el trabajo                            | 12, 13     |  |  |
|  |  |  |                                     | 3.2 Desarrollo integral y pleno.  | 14, 15, 16 |  |  |
|  |  |  | 4. Sociocultural y política externa | 4.1 Realización de acciones y aportaciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial  | 17, 18,    |  |  |
|  |  |  |                                     | 4.2 Realización de acciones y   | 19, 20, 21 |  |  |



|  |  |  |                      |  |                |  |
|--|--|--|----------------------|--|----------------|--|
|  |  |  |                      | aportaciones que permitan a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.                      |                |  |
|  |  |  | 5. Ecológica interna | 5.1 Responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos;           | 22, 23         |  |
|  |  |  |                      | 5.2 Prevención de los daños que causen o pudieran causar.  | 24, 25, 26     |  |
|  |  |  | 6. Ecológica externa | 6.1 Realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común. | 27, 28, 29, 30 |  |

| Variable 3: Indicadores claves de éxito |  |              |   |  |  |
|---|--|--------------|---|--|--|
| Dimensiones                             | Indicadores  | Ítems        | Escala de valores                           | Niveles o rangos                           |  |
| 1. Exactitud                            | 1.1 Información clara<br>1.2 Escala pertinente   | 1, 2<br>3    | Bajo<br>2.49 a (-)                          | Siempre (5)<br>Casi Siempre (4)            |  |
| 2. Forma                                | 2.1 La presentación numérica correcta<br>2.2 La presentación gráfica correcta                                      | 4, 5<br>6, 7 | Moderado<br>2.5 – 3.49<br>Alto<br>3.5 a (+) | A veces (3)<br>Casi nunca (2)<br>Nunca (1) |  |
| 3. Frecuencia                           | 3.1 Se indica cuando se recaba y cuando se requiere<br>3.2 Se indica cuando se produce y analiza                   | 8<br>9, 10   | Ordinal<br><br>Likert                       |  |  |
| 4. Extensión                            | 4.1 Define el área de cobertura de interés.<br>4.2 Según el tema se expresan la cantidad neCésaria de indicadores. | 11, 12<br>13 |   |  |  |
| 5. Origen                               | 5.1 Se produjo en el área  | 14           |   |  |  |

|  |  |  |                 |   |        |  |  |
|--|--|--|-----------------|---|--------|--|--|
|  |  |  |                 | 5.2 Se produjo fuera del área                               | 15, 16 |  |  |
|  |  |  | 6. Temporalidad | 6.2 Maneja información en un periodo de tiempo              | 17, 18 |  |  |
|  |  |  |                 | 6.3 Indica resultados esperados en periodo de tiempo        | 19     |  |  |
|  |  |  | 7. Relevancia   | 7.1 Pertinencia del indicador para una situación particular | 20, 21 |  |  |
|  |  |  |                 | 7.2 Existen indicadores solo neCésarios                     | 22, 23 |  |  |
|  |  |  | 8. Integridad   | 8.1 Información completa para el usuario.                   | 24, 25 |  |  |
|  |  |  |                 | 8.2 La información se limita a la necesidad                 | 26, 27 |  |  |
|  |  |  | 9. Oportunidad  | 9.1 Disponible  | 28,    |  |  |
|  |  |  |                 | 9.2 Actualizada   | 29, 30 |  |  |

Anexo 2: Tablas de Especificaciones

| TABLA DE ESPECIFICACIONES |                                      |       |  |                   | TOTAL |
|---------------------------|--------------------------------------|-------|--|-------------------|-------|
| VARIABLES                 | DIMENSIONES                          | PESO  | INDICADORES  | CANTIDAD DE ÍTEMS |       |
| Neuromanagement           | Las inteligencias múltiples          | 13.3% | Las inteligencias múltiples en la vida organizacional.     | 4                 | 100%  |
|                           |                                      | 10.0% | La inteligencia como fenómeno de múltiples capacidades     | 3                 |       |
|                           |                                      | 10.0% | Bases biológicas de la inteligencia como fenómeno múltiple | 3                 |       |
|                           | La inteligencia emocional y social   | 16.7% | El cerebro emocional                                       | 5                 |       |
|                           |                                      | 16.7% | Neuroliderazgo de las emociones.                           | 5                 |       |
|                           | Inteligencia intuitiva y creatividad | 16.7% | Neurobiología de la intuición                              | 5                 |       |
|                           |                                      | 16.7% | Los mecanismos cerebrales de la inteligencia creativa      | 5                 |       |

| TABLA DE ESPECIFICACIONES                 |                                   |          |   |                      | TOTAL |
|---|-----------------------------------|----------|---|----------------------|-------|
| VARIABLES                                 | DIMENSIONES                       | PES<br>O | INDICADORES   | CANTIDAD<br>DE ÍTEMS |       |
| Responsabili-dad<br>Social<br>Empresarial | Economía interna                  | 7%       | Generación y distribución del valor agregado en colaboradores   | 2                    | 100%  |
|   |                                   | 10 %     | Generación y distribución del valor agregado en accionistas   | 3                    |       |
|   | Economía externa                  | 7%       | Generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad.                                   | 2                    |       |
|   |                                   | 7%       | Aportación a la causa pública vía la contribución impositiva  | 2                    |       |
|   |                                   | 7%       | Participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.                 | 2                    |       |
|   | Social interna                    | 7%       | Responsabilidad compartida y subsidiaria de la calidad de vida en el trabajo.   | 2                    |       |
|   |                                   | 10 %     | Desarrollo integral y pleno.  | 3                    |       |
|   | Sociocultural y política externa. | 7%       | Realización de acciones y aportaciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial                  | 2                    |       |
|   |                                   | 10 %     | Realización de acciones y aportaciones que permitan a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio. | 3                    |       |
|   | Ecológica interna                 | 7%       | Responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos;                    | 2                    |       |
|   |                                   | 10 %     | Prevención de los daños que causen o pudieran causar.   | 3                    |       |
|   | Ecológica externa.                | 13 %     | Realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común.          | 4                    |       |

| TABLA DE ESPECIFICACIONES   |              |      |  |                   | TOTAL |
|-----------------------------|--------------|------|--|-------------------|-------|
| VARIABLES                   | DIMENSIONES  | PESO | INDICADORES  | CANTIDAD DE ÍTEMS |       |
| Indicadores claves de éxito | Exactitud    | 7%   | Información clara  | 2                 | 100%  |
|                             |              | 3%   | Escala pertinente  | 1                 |       |
|                             | Forma        | 7%   | La presentación numérica correcta                                | 2                 |       |
|                             |              | 7%   | La presentación gráfica correcta                                 | 2                 |       |
|                             | Frecuencia   | 3%   | Se indica cuando se recaba y cuando se requiere.                 | 1                 |       |
|                             |              | 7%   | Se indica cuando se produce y analiza.                           | 2                 |       |
|                             | Extensión    | 7%   | Define el área de cobertura de interés.                          | 2                 |       |
|                             |              | 3%   | Según el tema se expresan la cantidad neCésaria de indicadores.. | 1                 |       |
|                             | Origen       | 3%   | Se produjo en el área;   | 1                 |       |
|                             |              | 7%   | Se produjo fuera del área  | 2                 |       |
|                             | Temporalidad | 7%   | Maneja información en un periodo de tiempo                       | 2                 |       |
|                             |              | 3%   | Indica resultados esperados en periodo de tiempo                 | 1                 |       |
|                             | Relevancia   | 7%   | Pertinencia del indicador para una situación particular          | 2                 |       |
|                             |              | 7%   | Existen indicadores solo neCésarios                              | 2                 |       |
|                             | Integridad   | 7%   | Información completa para el usuario                             | 2                 |       |
|                             |              | 7%   | La información se limita a la necesidad                          | 2                 |       |
|                             | Oportunidad  | 3%   | Disponible   | 1                 |       |
|                             |              | 7%   | Actualizada  | 2                 |       |

### Anexo 3: Instrumentos

## CUESTIONARIO

### NEUROMANAGEMENT

Estimado(a) colaborador(a) reciba un cordial saludo. El presente instrumento es parte de un estudio de investigación, cuyos resultados se utilizarán con fines estrictamente académicos.

#### Instrucciones:

Lea atentamente y responda con honestidad marcando con un aspa (X) según crea usted conveniente. Considere que la mínima puntuación corresponde al numeral 1 (Nunca) y la máxima puntuación al numeral 5 (Siempre).

| 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |

| N° |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
|    | <b>DIMENSION INTELIGENCIA MULTIPLES</b>   |   |   |   |   |   |
| 1  | Tomar notas y hacer resúmenes de resultados es importante para luego compartirlo y evitar conflictos.   |   |   |   |   |   |
| 2  | Considerar las necesidades de los colaboradores en su puesto de trabajo desarrolla confianza en el equipo   |   |   |   |   |   |
| 3  | Trabajar en equipo enriquece las tareas y sus resultados considerando el punto de vista de todos los integrantes del equipo.  |   |   |   |   |   |
| 4  | Se acepta y dirige los cambios con equilibrio, buena actitud y proactividad.  |   |   |   |   |   |
| 5  | Ayuda ser detallista y en ocasiones reservado de temas personales de colaboradores o compañeros.  |   |   |   |   |   |
| 6  | Se suele ser consciente de las limitaciones personales actuando con responsabilidad como parte de un proceso de aprendizaje.  |   |   |   |   |   |
| 7  | Las matemáticas y estadísticas ayudan a resolver con rapidez cualquier tipo de cálculo o problema, incluso mentalmente para plantear proyectos claros con secuencia a seguir en forma lógica y estratégica. |   |   |   |   |   |
| 8  | Reconocer y realizar acciones sobre el cuidado del medio ambiente respetando las normas legales, permite el cuidado   |   |   |   |   |   |

|   |   |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|
|   | de la salud física y psicológica de los colaboradores y compañeros.   |  |  |  |  |  |
| 9                                       | Se conoce y maneja el cuerpo y su salud reconociendo sus limitaciones y capacidad de relajación con ejercicios, música u otros.                                   |  |  |  |  |  |
| 10                                      | Visualizar las cosas antes de hacerlas, imaginando escenarios para luego tener posibles alternativas o soluciones que se grafican o resumen ayudan en la gestión. |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION INTELIGENCIA EMOCIONAL</b> |   |  |  |  |  |  |
| 11                                      | En las discusiones con diferencias significativas, se muestra tolerancia para escuchar, se aplica la empatía evitando el enfado.                                  |  |  |  |  |  |
| 12                                      | Se tiene la práctica de meditar sobre lo que se está sintiendo es lo pertinente según la situación  |  |  |  |  |  |
| 13                                      | La actitud frente a la vida suele ser optimista en diferentes circunstancias  |  |  |  |  |  |
| 14                                      | Ante preocupaciones se maneja la situación con el control de emociones del caso evitando la ansiedad y bloqueo.   |  |  |  |  |  |
| 15                                      | Existe autocrítica siempre cuando se realiza algo errado que afecte aun a terceros.   |  |  |  |  |  |
| 16                                      | Ante una desgracia o mal momento personal en un colaborador o compañero la posición es escuchar y luego aconsejar.  |  |  |  |  |  |
| 17                                      | Ante un cambio existe optimismo y energía para manejar la situación.  |  |  |  |  |  |
| 18                                      | Se suele insistir para demostrar que tenemos la verdad ante posturas opuestas.  |  |  |  |  |  |
| 19                                      | Las emociones se expresan con el nivel o grado de respeto que todos merecen.  |  |  |  |  |  |
| 20                                      | Se reconocen las emociones (enfado, miedo, sorpresa, angustia) con naturalidad y se manejan según la circunstancia lo requiera.                                   |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION INTELIGENCIA INTUITIVA</b> |   |  |  |  |  |  |
| 21                                      | Cuando están contando un problema, se siente deseo de intervenir cuando se tiene la solución.   |  |  |  |  |  |
| 22                                      | Existe tendencia a arriesgarse, a pesar de que pueda mostrarse error en la propuesta dada.  |  |  |  |  |  |
| 23                                      | Se suele presentir o prever sobre los posibles errores a cometer y se reflexiona evitando perjuicios personales como en terceros.                                 |  |  |  |  |  |



|    |   |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 24 | La mayoría de las decisiones son sobre presentimientos tenidos.   |  |  |  |  |  |
| 25 | Existe mucha reflexión antes de cambiar de opinión ante los demás.  |  |  |  |  |  |
| 26 | Ante situaciones complejas se improvisa con cierto agrado o sensación de disfrutar el momento.                |  |  |  |  |  |
| 27 | Suelen describir la creatividad que se muestra para solucionar problemas.                                     |  |  |  |  |  |
| 28 | Se siente un orden en las acciones que solo en forma personal se puede describir o comprender.                |  |  |  |  |  |
| 29 | Las decisiones se suelen tomar creando primero muchos escenarios posibles en privado para luego compartirlos. |  |  |  |  |  |
| 30 | Es recurrente no ser comprendido a como se llegó a algunas soluciones.  |  |  |  |  |  |

## CUESTIONARIO

### RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Estimado(a) colaborador(a) reciba un cordial saludo. El presente instrumento es parte de un estudio de investigación, cuyos resultados se utilizarán con fines estrictamente académicos.

#### Instrucciones:

Lea atentamente y responda con honestidad marcando con un aspa (X) según crea usted conveniente. Considere que la mínima puntuación corresponde al numeral 1 (Nunca) y la máxima puntuación al numeral 5 (Siempre).

| 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |

| N° |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
|    | <b>DIMENSION ECONOMICA INTERNA</b>   |   |   |   |   |   |
| 1  | Los equipos de trabajo conocen la realidad económica de la organización.   |   |   |   |   |   |
| 2  | Los equipos de trabajo son considerados con la inversión realizada en la organización y generan valor agregado reinvertiendo las utilidades en ellos mismos.   |   |   |   |   |   |
| 3  | El o los dueños de la organización conocen la realidad económica de la organización  |   |   |   |   |   |
| 4  | El o los dueños de la organización son considerados con la inversión que realizan en la organización y generan valor agregado a favor de los colaboradores para que realicen sus actividades de acuerdo a las funciones asignadas. |   |   |   |   |   |
| 5  | El o los dueños invierten recursos en acciones que favorecen el clima organizacional con reconocimientos económicos y no económicos.   |   |   |   |   |   |
|    | <b>DIMENSION ECONOMICA EXTERNA</b>   |   |   |   |   |   |
| 6  | Los recursos económicos de la organización permiten cumplir con servicio a la comunidad y cumplir con obligaciones.  |   |   |   |   |   |
| 7  | Los recursos económicos generan utilidades a la organización tras ser invertidos y transformados en un servicio de calidad.  |   |   |   |   |   |
| 8  | Los resultados del servicio brindado permiten cumplir con las obligaciones tributarias y beneficios a colaboradores en forma puntual.  |   |   |   |   |   |
| 9  | Los resultados económicos del servicio brindado son reinvertidos para mejorar la calidad del servicio a favor de los clientes o consumidores finales.  |   |   |   |   |   |

|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
| 10   | Los resultados en el servicio de los clientes son un aporte para el desarrollo de la comunidad y sectores productivos.  |  |  |  |  |  |
| 11   | El desarrollo de orientaciones y asesorías directas en mejora de centros de servicios o productivos permiten el desarrollo de la comunidad  |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION SOCIAL INTERNA</b>                    |   |  |  |  |  |  |
| 12   | La confianza que proporciona la organización en las toma de decisiones permite tener una calidad de vida positiva en la organización.   |  |  |  |  |  |
| 13   | Los mecanismos de respaldo en el colaborador por parte de la organización en las tomas de decisiones y ejecución de actividades son consideradas.   |  |  |  |  |  |
| 14   | La garantía de una línea de carrera permite desarrollar competencias y habilidades que serán puestas al servicio de la organización.  |  |  |  |  |  |
| 15   | La percepción sobre las posibilidad de ascenso y/o crecimiento son garantía para invertir tiempo y esfuerzo en mejora de la organización.   |  |  |  |  |  |
| 16   | La comunicación clara y oportuna en todos los niveles de la organización permite que se alcancen los objetivos generales y específicos, permitiendo el desarrollo personal e institucional. |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION SOCIO CULTURAL Y POLÍTICA EXTERNA</b> |   |  |  |  |  |  |
| 17   | La influencia de la organización para realizar acciones de trabajo en equipo es permanente.   |  |  |  |  |  |
| 18   | La percepción de que todos son proactivos y participativos en todo momento es favorable.  |  |  |  |  |  |
| 19   | La forma en que se comporta la competencia es una respuesta a las propuestas innovadoras que presenta la organización.  |  |  |  |  |  |
| 20   | La influencia de los clientes a través de sus propuestas en la organización ha permitido realizar mejoras continuas e innovadoras que mejora el servicio.                                   |  |  |  |  |  |
| 21   | La realización de actividades de integración y socialización motivan al desarrollo de la salud institucional para afrontar las demandas del dinamismo del mercado educativo.                |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION ECOLOGICA INTERNA</b>                 |   |  |  |  |  |  |
| 22   | La forma en que la organización maneja las políticas ambientales influye en cambios de hábitos personales y a nivel del equipo de trabajo.  |  |  |  |  |  |
| 23   | Los procesos dentro de la organización permiten brindar servicios que cuidan el medio ambiente.   |  |  |  |  |  |

|                                    |   |  |  |  |  |  |
|------------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 24                                 | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad permite brindar protección a los clientes internos.  |  |  |  |  |  |
| 25                                 | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambiente de la organización o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.   |  |  |  |  |  |
| 26                                 | Las acciones de prevención y cuidado de medio ambiente en la organización son pertinentes dentro de la normatividad y cultura organizacional.   |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION ECOLOGICA EXTERNA</b> |   |  |  |  |  |  |
| 27                                 | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad y salud ocupacional en el trabajo permite a la vez brindar prevención y protección a los clientes externos.  |  |  |  |  |  |
| 28                                 | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambiente de la comunidad o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.  |  |  |  |  |  |
| 29                                 | La organización respeta las normas legales vigentes para el cuidado del medio ambiente.   |  |  |  |  |  |
| 30                                 | La organización promueve acciones de reciclaje en todos los niveles para su posterior donación a instituciones que puedan aprovechar los recursos donados, de esta forma se cuida el medio ambiente y se beneficia a terceros con algunas necesidades sentidas. |  |  |  |  |  |

## CUESTIONARIO

### INDICADORES CLAVES DE EXITO

Estimado(a) colaborador(a) reciba un cordial saludo. El presente instrumento es parte de un estudio de investigación, cuyos resultados se utilizarán con fines estrictamente académicos.

#### Instrucciones:

Lea atentamente y responda con honestidad marcando con un aspa (X) según crea usted conveniente. Considere que la mínima puntuación corresponde al numeral 1 (Nunca) y la máxima puntuación al numeral 5 (Siempre).

| 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |

| N° |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
|    | <b>DIMENSION EXACTITUD</b>   |   |   |   |   |   |
| 1  | Los indicadores de gestión están elaborados de manera correcta y su ejecución se realiza con la ayuda de un manual y la experiencia de la organización.                      |   |   |   |   |   |
| 2  | La familiaridad con los indicadores permite procesarlos para obtener resultados que permitan tomar decisiones posteriores sobre las necesidades de la organización.          |   |   |   |   |   |
| 3  | Los indicadores están acompañados con un informe con evidencias que respaldan sus resultados en una escala determinada en forma detallada en un tiempo de corte determinado. |   |   |   |   |   |
|    | <b>DIMENSION FORMA</b>   |   |   |   |   |   |
| 4  | Los requerimientos de cálculo de indicadores son claros y se cuenta con la información necesaria para procesarlos  |   |   |   |   |   |
| 5  | Los indicadores presentan espacios para firma y sello de quienes elaboraron, revisaron y aprobaron los mismos.   |   |   |   |   |   |
| 6  | Los indicadores son presentados en un formato estandarizados con contenidos necesarios y espacios para comparar resultados semestrales por lo menos.                         |   |   |   |   |   |
| 7  | La grafica preestablecida de los indicadores reflejan los resultados numéricos para su interpretación y toma de decisiones   |   |   |   |   |   |
|    | <b>DIMENSION FRECUENCIA</b>  |   |   |   |   |   |
| 8  | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados   |   |   |   |   |   |

|                               |  |  |  |  |  |  |
|-------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 9                             | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |  |  |  |  |  |
| 10                            | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION EXTENSION</b>    |  |  |  |  |  |  |
| 11                            | Los indicadores se circunscriben en el área de acción en forma puntual para la toma de decisiones  |  |  |  |  |  |
| 12                            | Los indicadores describen realidades productivas por unidades de negocios geográficas y permiten su comparación y/o consideración para resultados totales.   |  |  |  |  |  |
| 13                            | Los procedimientos contienen la cantidad necesaria de indicadores que le permiten ser efectivos.   |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION ORIGEN</b>       |  |  |  |  |  |  |
| 14                            | Los indicadores que se producen en el área son ejecutadas de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |  |  |  |  |  |
| 15                            | Los indicadores que se producen fuera del área son ejecutadas de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |  |  |  |  |  |
| 16                            | Los indicadores que se producen fuera del área complementa a las de dentro del área para tener resultados significativos que permitan el alcance de objetivos en el plan operativo y plan estratégico en las unidades de negocio geográficas |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION TEMPORALIDAD</b> |  |  |  |  |  |  |
| 17                            | El indicador permite manejar e interpretar la información por periodos de tiempo.  |  |  |  |  |  |
| 18                            | Los resultados de los indicadores permite manejar e interpretar la información en forma comparativa por periodos de tiempo.  |  |  |  |  |  |
| 19                            | Los indicadores en su mayoría son semestrales y permite realizar acciones inmediatas para luego ser comprados con otros periodos aun por temporalidad  |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION RELEVANCIA</b>   |  |  |  |  |  |  |
| 20                            | Los indicadores no se repiten en diversas áreas cada uno es desarrollado de acuerdo a su necesidad.  |  |  |  |  |  |
| 21                            | Los indicadores son planteados de acuerdo a la realidad y necesidad institucional no son copiados o adaptados de otras instituciones, tampoco su procesamiento de resultados.  |  |  |  |  |  |
| 22                            | Existen la cantidad de indicadores necesarios para medir los resultados esperados.   |  |  |  |  |  |

|                              |   |  |  |  |  |  |
|------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 23                           | Los indicadores permiten desarrollar acciones posteriores a la ejecución del procedimiento de forma puntual y directa.  |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION INTEGRIDAD</b>  |   |  |  |  |  |  |
| 24                           | Los resultados de los indicadores se muestran en forma completa y no parcial para la toma de decisiones de mejora continua por los avances de un procedimiento.                         |  |  |  |  |  |
| 25                           | Los procedimientos se complementan entre sí con los resultados obtenidos en los indicadores equilibrando el alcance de la misión y visión institucional.                                |  |  |  |  |  |
| 26                           | Los resultados de los indicadores son transparentes y solo retroalimentan a las necesidades puntuales de mejora continúa sin generar confusiones.                                       |  |  |  |  |  |
| 27                           | Los indicadores también son revisados por el área de calidad de la institución para verificar su correcta elaboración en auditorías internas y que responde a las necesidades del área. |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSION OPORTUNIDAD</b> |   |  |  |  |  |  |
| 28                           | Los indicadores con sus resultados se encuentran en plataformas para su consulta en todos los niveles de la organización.   |  |  |  |  |  |
| 29                           | Los resultados de los indicadores son emitidos y actualizados en forma puntual por cada área.   |  |  |  |  |  |
| 30                           | Las actualizaciones de los indicadores se realizan según cronograma anual para su comparación por periodos.   |  |  |  |  |  |

DTC:

APELLIDOS Y NOMBRES: \_\_\_\_\_

FIRMA: \_\_\_\_\_

Anexo 4: Certificados de Validación de Instrumentos:

Los instrumentos fueron validados por los siguientes expertos:

| VALIDADOR                  | NIVEL<br>ACADEMICO | TIPO DE<br>VALIDACION |
|----------------------------|--------------------|-----------------------|
| TERESA NARVAEZ ARANIBAR    | DOCTOR             | METODOLÓGICA          |
| FERNANDO HURTADO GANOZA    | DOCTOR             | TEMÁTICA              |
| GODOFREDO ILLA SIHUINCHA   | DOCTOR             | TEMÁTICA              |
| RICARDO RUIZ VILLAVICENCIO | DOCTOR             | TEMÁTICA              |





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgr. *Teresa Barbara Acosta*

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Postgrado de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2017-1, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el grado de Doctor en Administración.

El título de la tesis es: "La incidencia del neuromanagement y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, gestión, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma  
Alberto Samuel Morizón Troncoso

D.N.I.: 07482223



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Neuromanagement

| N°  | DIMENSIONES / Ítems   | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |   | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|---|-------------|
|   |   | M                        | D | A | N | M                       | D | A | N | M                     | D | A | N |             |
| <b>DIMENSIÓN 1: LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES</b> |   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 1   | Tomar notas y hacer resúmenes de resultados es importante pero luego compartirlo y evitar conflictos.   |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 2   | Considerar las necesidades de los colaboradores en su puesto de trabajo desarrolla confianza en el equipo.  |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 3   | Trabajar en equipo enriquece las tareas y sus resultados considerando el punto de vista de todos los integrantes del equipo.  |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 4   | Se acepta y dirige los cambios con equilibrio, buena actitud y proactividad.  |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 5   | Ayuda ser detallista y en ocasiones reservado de formas personales de colaboradores o compañeros.   |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 6   | Se suele ser consciente de las limitaciones personales actuando con responsabilidad como parte de un proceso de aprendizaje.  |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 7   | Las matemáticas y estadísticas ayudan a resolver con rapidez cualquier tipo de cálculo o problema, incluso mentalmente para plantear proyectos claros con secuencia a seguir en forma lógica y estratégica. |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 8   | Reconocer y realizar acciones sobre el cuidado del medio ambiente respetando las normas legales, permite el cuidado de la salud física y psicológica de los colaboradores y compañeros.                     |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 9   | Se conoce y maneja el cuerpo y su salud recordando sus limitaciones y capacidad de relajación con ejercicios, música u otros.   |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 10  | Visualizar las cosas antes de hacerlas, imaginando escenarios para luego tener posibles alternativas o soluciones que se grafican o resumen ayudan en la gestión.   |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| <b>DIMENSIÓN 2: INTELIGENCIA EMOCIONAL</b>      |   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 11  | En las discusiones con diferencias significativas, se muestra tolerancia para escuchar, se aplica la empatía evitando el enfado.  |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 12  | Se tiene la práctica de meditar sobre lo que se está sintiendo es lo pertinente según la situación.   |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 13  | La actitud frente a la vida suele ser optimista en diferentes circunstancias.   |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 14  | Ante preocupaciones se maneja la situación con el control de emociones del caso evitando la ansiedad y bloqueo.   |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 15  | Existe autocritica siempre cuando se realiza algo errado que afecte aun a terceros.   |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 16  | Ante una desgracia o mal momento personal en un colaborador o compañero la posición es escuchar y luego aconsejar.  |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 17  | Ante un cambio existe optimismo y energía para manejar la situación.  |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |
| 18  | Se suele insistir para demostrar que tenemos la verdad ante posturas  |                          |   |   | / |                         |   |   | / |                       |   |   | / |             |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

|                                     | apuestas.   |  |  |  |   |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |  |
|-------------------------------------|---|--|--|--|---|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|--|
| 19                                  | Las emociones se expresan con el nivel o grado de respeto que todos merecen.  |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 20                                  | Se reconocen las emociones (enfado, miedo, sorpresa, angustia) con naturalidad y se manejan según la circunstancia lo requiera.   |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| DIMENSIÓN 3: INTELIGENCIA INTUITIVA |   |  |  |  |   |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |  |
| 21                                  | Cuando están contando un problema, se siente cese de intervenir cuando se tiene la solución.                                      |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 22                                  | Existe tendencia a arriesgarse, a pesar de que pueda mostrarse error en la propuesta dada.  |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 23                                  | Se suele presentar o prever sobre los posibles errores a cometer y se reflexiona evitando perjuicios personales como en terceros. |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 24                                  | La mayoría de las decisiones son sobre presentimientos tenidos.   |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 25                                  | Existe mucha reflexión antes de cambiar de opinión ante los demás.  |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 26                                  | Ante situaciones complejas se improvisa con cierto agrado o sensación de disfrutar el momento.                                    |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 27                                  | Suelen describir la creatividad que se muestra para solucionar problemas.   |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 28                                  | Se siente un orden en las acciones que solo en forma personal se pueda describir o comprender.                                    |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 29                                  | Las decisiones se suelen tomar creando primero muchos escenarios posibles en privado para luego compartirlos.                     |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
| 30                                  | Es recurrente no ser comprendido o como se llegó a algunas soluciones.  |  |  |  | / |  |  | / |  |  |  | / |  |  |  |  |
|                                     |   |  |  |  |   |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |  |
|                                     |   |  |  |  |   |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |  |

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg: Narvaiz Araníbar, Teresa    DNI: 1.61.270.38

Especialidad del validador: Docente metodólogo

..... de ..... del 2019...

<sup>1</sup> *Pertinencia:* El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup> *Relevancia:* El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup> *Claridad:* Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, en cuanto, modo y dirección

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

Firma del Experto Informante.  
Especialidad



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Responsabilidad Social Empresarial**

| Nº  | DIMENSIONES / Ítems   | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|---|---|-------------------------|---|---|-----------------------|---|---|-------------|
|   |   | M                        | B | A | M                       | B | A | M                     | B | A |             |
| <b>DIMENSION 1: ECONOMICA INTERNA</b>                 |   |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 1   | Los equipos de trabajo conocen la realidad económica de la organización.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 2   | Los equipos de trabajo son considerados con la inversión realizada en la organización y generan valor agregado reinvertiendo las utilidades en sílos mismos.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 3   | El o los dueños de la organización conocen la realidad económica de la organización.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 4   | El o los dueños de la organización son considerados con la inversión que realizan en la organización y generan valor agregado a favor de los colaboradores para que realicen sus actividades de manera o las funciones asignadas. |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 5   | El o los dueños invierten recursos en acciones que favorezcan el clima organizacional con reconocimientos económicos y no económicos.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSION 2: ECONOMICA EXTERNA</b>                 |   |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 6   | Los recursos económicos de la organización permiten cumplir con servicio a la comunidad y cumplir con obligaciones.   |                          | ✓ |   |                         | ✓ |   |                       | ✓ |   |             |
| 7   | Los recursos económicos generan utilidades a la organización tras ser invertidos y destinados en un servicio de calidad.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 8   | Los resultados del servicio prestado permiten cumplir con las obligaciones tributarias y beneficios a colaboradores en forma puntual.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 9   | Los resultados económicos del servicio brindado son reinvertidos para mejorar la calidad del servicio a favor de los clientes o consumidores finales.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 10  | Los resultados a el servicio de los clientes son un aporte para el desarrollo de la comunidad y sectores productivos.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 11  | El desarrollo de relaciones y acciones directas en mejora de centros de servicios o productivos permite el desarrollo de la comunidad.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSION 3: SOCIAL INTERNA</b>                    |   |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 12  | La confianza que proporciona la organización en las toma de decisiones permite tener una calidad de vida positiva en la organización.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 13  | Los mecanismos de respeto en el colaborador por parte de la organización en las tomas de decisiones y ejecución de actividades son consideradas.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 14  | La garantía de una línea de carrera permite desarrollar competencias y habilidades que serán puestas al servicio de la organización.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 15  | La percepción sobre las posibilidades de ascenso y/o crecimiento son permitidas para invertir tiempo y esfuerzo en mejora de la organización.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 16  | La comunicación clara y oportuna en todos los niveles de la organización permite que se alcancen los objetivos generales y específicos, permitiendo el desarrollo personal e institucional.                                       |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSION 4: SOCIO CULTURAL Y POLITICA EXTERNA</b> |   |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 17  | La influencia de la organización para realizar acciones de trabajo en equipo es permanente.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |



|                                |   |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
|--------------------------------|---|--|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---|
| 18                             | La percepción de que todos son proactivos y participativos en todo momento es favorable.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 19                             | La forma en que se comporta la competencia es una respuesta a las propuestas innovadoras que presenta la organización.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 20                             | La influencia de los clientes a través de sus propuestas en la organización ha permitido realizar mejoras continuas e innovadoras que mejoran el servicio.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 21                             | La realización de actividades de integración y socialización motiva el desarrollo de la salud institucional para afrontar las demandas del dinamismo del mercado educativo.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| DIMENSIÓN B: ECOLÓGICA INTERNA |   |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 22                             | La forma en que la organización maneja las políticas ambientales influye en cambios de hábitos personales y a nivel del equipo de trabajo.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 23                             | Los procesos dentro de la organización permiten brindar servicios que cuidan el medio ambiente.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 24                             | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad permite brindar protección a los clientes internos.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 25                             | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambientes de la organización o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 26                             | Las acciones de prevención y cuidado de medio ambiente en la organización son pertinentes dentro de la normalidad y cultura organizacional.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| DIMENSIÓN C: ECOLÓGICA EXTERNA |   |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 27                             | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad y salud ocupacional en el trabajo permite a la vez brindar prevención y protección a los clientes externos.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 28                             | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambientes de la comunidad o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 29                             | La organización respeta las normas legales vigentes para el cuidado del medio ambiente.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 30                             | La organización promueve acciones de reciclaje en todos los niveles para su posterior donación a instituciones que puedan aprovechar los recursos donados, de esta forma se cuida el medio ambiente y se beneficia a terceros con algunas necesidades sentidas. |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:     Aplicable [ ✓ ]     Aplicable después de corregir [ ]     No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Navarez Aranibar, Teresa    DNI: 10122038

Especialidad del validador: Docente metodólogo

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguno el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

.....de..... del 2019...

Firma del Experto Informante.  
Especialidad



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Indicadores claves de éxito**

| N° | DIMENSIONES / Ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |   | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|---|-------------|
|    |  | M                        | A | P | N | M                       | A | P | N | M                     | A | P | N |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 1: EXACTITUD</b>  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 1  | Los indicadores de gestión están elaborados de manera correcta y su ejecución se realiza con la ayuda de un manual y la experiencia de la organización.                      |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 2  | La familiaridad con los indicadores permite procesarlos para obtener resultados que permitan tomar decisiones posteriores sobre las necesidades de la organización.          |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 3  | Los indicadores están acompañados con un informe con evidencias que respaldan sus resultados en una escala determinada en forma detallada en un tiempo de corte determinado. |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 2: FORMA</b>  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 4  | Los requerimientos de cálculo de indicadores son claros y se cuenta con la información necesaria para procesarlos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 5  | Los indicadores presentan espacios para firma y sello de quienes elaboraron, revisaron y aprobaron los mismos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 6  | Los indicadores son presentados en un formato estandarizado con contenidos necesarios y espacios para comparar resultados semestrales por lo menos.                          |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 7  | La gráfica presentada de los indicadores reflejan los resultados numéricos para su interpretación y toma de decisiones.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 3: FRECUENCIA</b>   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 8  | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 9  | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 10 | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 4: EXTENSIÓN</b>  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 11 | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 12 | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 13 | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 5: ORIGEN</b>   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 14 | Los indicadores que se producen en el área son ejecutados de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 15 | Los indicadores que se producen fuera del área son ejecutados de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |



|                                  |   |  |   |   |  |  |   |  |   |  |
|----------------------------------|---|--|---|---|--|--|---|--|---|--|
| 16                               | Los indicadores que se producen fuera del área complementa a los de dentro del área para tener resultados significativos que permitan el alcance de objetivos en el plan operativo y plan estratégico en las unidades de negocio geográficas. |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| <b>DIMENSIÓN 6: TEMPORALIDAD</b> |   |  |   |   |  |  |   |  |   |  |
| 17                               | El indicador permite manejar o interpretar la información por periodos de tiempo.   |  | ✓ |   |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 18                               | Los resultados de los indicadores permite manejar e interpretar la información en forma comparativa por periodos de tiempo.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 19                               | Los indicadores en su mayoría son semestrales y permite realizar acciones inmediatas para luego ser comparados con otros periodos que por temporalidad.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| <b>DIMENSIÓN 7: RELEVANCIA</b>   |   |  |   |   |  |  |   |  |   |  |
| 20                               | Los indicadores no se repiten en diversas áreas cada uno es desarrollado de acuerdo a su necesidad.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 21                               | Los indicadores son planteados de acuerdo a la realidad y necesidad institucional no son copias o adaptados de otras instituciones, tampoco su procesamiento de resultados.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 22                               | Existen la cantidad de indicadores necesarios para medir los resultados esperados.  |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 23                               | Los indicadores permiten desarrollar acciones posteriores a la ejecución del procedimiento de forma puntual y directa.  |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| <b>DIMENSIÓN 8: INTEGRIDAD</b>   |   |  |   |   |  |  |   |  |   |  |
| 24                               | Los resultados de los indicadores se muestran en forma completa y no parcial para la toma de decisiones de mejora continua por los avances de un procedimiento.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 25                               | Los procedimientos se complementan entre sí con los resultados obtenidos en los indicadores equilibrando el alcance de la misión y visión institucional.  |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 26                               | Los resultados de los indicadores son transparentes y solo retroalimenta a las necesidades puntuales de mejora continua sin generar confusiones.  |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 27                               | Los indicadores también son revisados por el área de calidad de la institución para verificar su correcta elaboración en auditorías internas y que responde a las necesidades del área.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| <b>DIMENSIÓN 9: OPORTUNIDAD</b>  |   |  |   |   |  |  |   |  |   |  |
| 28                               | Los indicadores con sus resultados se encuentran en plataformas para su consulta en todos los niveles de la organización.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 29                               | Los resultados de los indicadores son emitidos y actualizados en forma puntual por cada área.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |
| 30                               | Las actualizaciones de los indicadores se realizan según cronograma anual para su comparación por periodos.   |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  | ✓ |  |





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** [x]    **Aplicable después de corregir** [ ]    **No aplicable** [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Narvaez Arribas, Teresa      DNI: 10122038

Especialidad del validador: Docente metodólogo

..... de ..... del 2019.....

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

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

Firma del Experto Informante.  
Especialidad



**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señor: Dr. Mgr. *Fernando A. Huayado Garza*

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Postgrado de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2017-1, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el grado de Doctor en Administración.

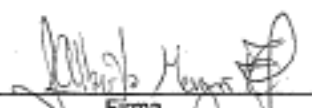
El título de la tesis es: "La incidencia del neuromanagement y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, gestión, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

  
Firma  
Alberto Samuel Monzón Trancoso  
D.N.I: 07482223



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Neuromanagement**

| N°  | DIMENSIONES / Ítems   | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |   | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|---|-------------|
|   |   | M                        | D | A | M | M                       | E | S | M | M                     | D | A | M |             |
| <b>DIMENSIÓN 1: LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES</b> |   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 1   | Tomar notas y hacer resúmenes de resultados es importante para luego compartirlo y evitar conflictos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 2   | Considerar las necesidades de los colaboradores en su puesto de trabajo desarrolla confianza en el equipo.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 3   | Trabajar en equipo enriquece las tareas y sus resultados considerando el punto de vista de todos los integrantes del equipo.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 4   | Se acepta y dirige los cambios con equilibrio, buena actitud y proactividad.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 5   | Ayuda ser detallista y en ocasiones reservado de temas personales de colaboradores o compañeros.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 6   | Se suela ser consciente de las limitaciones personales actuando con responsabilidad como parte de un proceso de aprendizaje.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 7   | Las matemáticas y estadísticas ayudan a resolver con rapidez cualquier tipo de cálculo o problema, incluso mentalmente para plantear proyectos claros con secuencia a seguir en forma lógica y estratégica. |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 8   | Reconocer y realizar acciones sobre el cuidado del medio ambiente respetando las normas legales, permite el cuidado de la salud física y psicológica de los colaboradores y compañeros.                     |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 9   | Se conoce y maneja el cuerpo y su salud reconociendo sus limitaciones y capacidad de relajación con ejercicios, música u otros.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 10  | Visualizar las cosas antes de hacerlas, imaginando escenarios para luego tener posibles alternativas o soluciones que se grafican o resumen ayudan en la gestión.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 2: INTELIGENCIA EMOCIONAL</b>      |   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 11  | En las discusiones con diferencias significativas, se muestra tolerancia para escuchar, se aplica la empatía evitando el enfado.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 12  | Se tiene la práctica de meditar sobre lo que se está sintiendo es lo pertinente según la situación.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 13  | La actitud frente a la vida suele ser optimista en diferentes circunstancias.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 14  | Ante preocupaciones se maneja la situación con el control de emociones del caso evitando la ansiedad y bloqueo.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 15  | Existe autoconfianza siempre cuando se realiza algo errado que afecte aun a terceros.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 16  | Ante una desgracia o mal momento personal en un colaborador o compañero la posición es escuchar y luego aconsejar.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 17  | Ante un cambio existe optimismo y energía para manejar la situación.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 18  | Se suele insistir para demostrar que tenemos la verdad ante posturas.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

|                                     | opuestas.  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |   |  |   |
|-------------------------------------|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|---|--|---|
| 19                                  | Las emociones se expresan con el nivel o grado de respeto que todos merecen.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 20                                  | Se reconocen las emociones (enfado, miedo, sorpresa, angustia) con naturalidad y se manejan según la circunstancia lo requiere.  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| DIRECCIÓN 3: INTELIGENCIA INTUITIVA |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |   |  |   |
| 21                                  | Cuando están contando un problema, se siente deseo de intervenir cuando se tiene la solución.                                    |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 22                                  | Existe tendencia a arriesgarse, a pesar de que pueda mostrarse emoción en la propuesta dada.                                     |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 23                                  | Se suele prevenir o prever sobre los posibles errores a cometer y se reflexiona evitando prejuicios personales como en terceros. |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 24                                  | La mayoría de las decisiones son sobre presentamientos tenidos.  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 25                                  | Existe mucha reflexión antes de cambiar de opinión ante los demás.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 26                                  | Ante situaciones complejas se improvisa con cierto agrado o sensación de disfrutar el momento.                                   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 27                                  | Suelen describir la creatividad que se muestra para solucionar problemas.  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 28                                  | Se siente un orden en las acciones que solo en forma personal se pueda describir o comprender.                                   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 29                                  | Las decisiones se suelen tomar creando primero muchos escenarios posibles en privado para luego compartirlos.                    |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |
| 30                                  | Es recurrente no ser comprendido a como se llegó a algunas soluciones.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |  | ✓ |

Observaciones: LOS PREGUNTAS PUEDEN SER MAS CONCRETAS Y MENOS DIRIGIDAS. PREGUNTAS 7, 8, 10

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg. FERNANDO A. HUERTADO SANJOA DNE. 09501714

Especialidad del validador: DOCTOR EN ADMINISTRACION, MARKETING - LOGISTICA - GTM

21 de DICIEMBRE del 2019...

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

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

  
 Firma del Experto Informante.  
 Especialidad



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Responsabilidad Social Empresarial**

| N° | DIMENSIONES / Ítem   | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |   | Superecías |
|----|--|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|---|------------|
|    |  | M                        | D | A | N | M                       | D | A | N | M                     | D | A | N |            |
|    | <b>DIMENSIÓN 1: ECONOMICA INTERNA</b>  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |            |
| 1  | Los equipos de trabajo conocen la realidad económica de la organización.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 2  | Los equipos de trabajo son considerados con la inversión realizada en la organización y generan valor agregado reinvertiendo las utilidades en ellos mismos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 3  | El o los dueños de la organización conocen la realidad económica de la organización.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 4  | El o los dueños de la organización son considerados con la inversión que realizan en la organización y generan valor agregado a favor de los colaboradores para que realicen sus actividades de acuerdo a los funciones asignadas. |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 5  | El o los dueños invierten recursos en acciones que favorecen el clima organizacional con reconocimientos económicos y no económicos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
|    | <b>DIMENSIÓN 2: ECONOMICA EXTERNA</b>  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |            |
| 6  | Los recursos económicos de la organización permiten cumplir con servicio a la comunidad y cumplir con obligaciones.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 7  | Los recursos económicos generan utilidades a la organización tras ser invertidos y transformados en un servicio de calidad.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 8  | Los resultados del servicio brindado permiten cumplir con las obligaciones tributarias y beneficios a colaboradores en forma puntual.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 9  | Los resultados económicos del servicio brindado son reinvertidos para mejorar la calidad del servicio a favor de los clientes o consumidores finales.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 10 | Los resultados en el servicio de los clientes son un aporte para el desarrollo de la comunidad y sectores productivos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 11 | El desarrollo de orientaciones y asesorías directas en mejores de centros de servicios o productivos permiten el desarrollo de la comunidad.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
|    | <b>DIMENSIÓN 3: SOCIAL INTERNA</b>   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |            |
| 12 | La confianza que proporciona la organización en las toma de decisiones permite tener una calidad de vida positiva en la organización.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 13 | Los mecanismos de respaldo en el colaborador por parte de la organización en las tomas de decisiones y ejecución de actividades son consideradas.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 14 | La garantía de una línea de cámara permite desarrollar competencias y habilidades que serán puestas al servicio de la organización.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 15 | La percepción sobre las posibilidad de ascenso y/o crecimiento son garantía para invertir tiempo y esfuerzo en mejora de la organización.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 16 | La comunicación clara y oportuna en todos los niveles de la organización permite que se alcancen los objetivos generales y específicos, permitiendo el desarrollo personal e institucional.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
|    | <b>DIMENSIÓN 4: SOCIO-CULTURAL Y POLITICA EXTERNA</b>  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |
| 17 | La influencia de la organización para realizar acciones de trabajo en equipo es permanente.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |            |



|    |   |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
|----|---|--|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---|
| 18 | La percepción de que todos son proactivos y participativos en todo momento es favorable.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 19 | La forma en que se comporta la competencia es una respuesta a las propuestas innovadoras que presenta la organización.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 20 | La influencia de los clientes a través de sus propuestas en la organización ha permitido realizar mejoras continuas e innovadoras que mejora el servicio.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 21 | La realización de actividades de integración y socialización motivan el desarrollo de la salud institucional para afrontar las demandas del dinamismo del mercado educativo.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
|    | <b>DIMENSIÓN 5: ECOLÓGICA INTERNA</b>   |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 22 | La forma en que la organización maneja las políticas ambientales influye en cambios de hábitos personales y a nivel del equipo de trabajo.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 23 | Los procesos dentro de la organización permiten brindar servicios que cuidan el medio ambiente.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 24 | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad permite brindar protección a los clientes internos.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 25 | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambiente de la organización o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 26 | Las acciones de prevención y cuidado de medio ambiente en la organización son pertinentes dentro de la normatividad y cultura organizacional.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
|    | <b>DIMENSIÓN 6: ECOLÓGICA EXTERNA</b>   |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 27 | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad y salud ocupacional en el trabajo permite a la vez brindar prevención y protección a los clientes externos.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 28 | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambiente de la comunidad o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 29 | La organización respeta las normas legales vigentes para el cuidado del medio ambiente.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 30 | La organización promueve acciones de reciclaje en todos los niveles para su posterior donación a instituciones que puedan aprovechar los recursos donados, de esta forma se cuida el medio ambiente y se beneficia a terceros con algunas necesidades sentidas. |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: LAS PREGUNTAS RESPONDER MAS CONCRETAS Y MAS DIRIGIDAS PREGUNTAS 7, 9 y 10

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg: FERNANDO A. HUARDO GARCIA    DNI: 09301214

Especialidad del validador: ADMINISTRACION EN ELA, MARKETING, LOGISTICA, GAH

21 de 8 del 2019...

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

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

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma del Experto Informante,  
 Especialidad



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Indicadores claves de éxito**

| N°                             | DIMENSIONES / ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   | Sugerencias |
|--------------------------------|--|--------------------------|---|---|-------------------------|---|---|-----------------------|---|---|-------------|
|                                |  | M                        | B | A | M                       | B | A | M                     | B | A |             |
| <b>DIMENSIÓN 1: EXACTITUD</b>  |  |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 1                              | Los indicadores de gestión están elaborados de manera concisa y su ejecución se realiza con la ayuda de un manual y la experiencia de la organización.                       |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 2                              | La familiaridad con los indicadores permite procesarlos para obtener resultados que permitan tomar decisiones posteriores sobre las necesidades de la organización.          |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 3                              | Los indicadores están acompañados con un informe con evidencias que respaldan sus resultados en una escala determinada en forma detallada en un tiempo de corte determinado. |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 2: FORMA</b>      |  |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 4                              | Los requerimientos de cálculo de indicadores son claros y se cuenta con la información necesaria para procesarlos.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 5                              | Los indicadores presentan espacios para firma y sello de quienes elaboraron, revisaron y aprobaron los mismos.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 6                              | Los indicadores son presentados en un formato estandarizados con contenidos necesarios y espacios para comparar resultados semestrales por lo menos.                         |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 7                              | La grafica preestablecida de los indicadores reflejan los resultados numéricos para su interpretación y toma de decisiones.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 3: FRECUENCIA</b> |  |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 8                              | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 9                              | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 10                             | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 4: EXTENSIÓN</b>  |  |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 11                             | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 12                             | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 13                             | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 5: ORIGEN</b>     |  |                          |   |   |                         |   |   |                       |   |   |             |
| 14                             | Los indicadores que se producen en el área son ejecutados de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |
| 15                             | Los indicadores que se producen fuera del área son ejecutados de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |                          |   | ✓ |                         |   | ✓ |                       |   | ✓ |             |





|                                  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
|----------------------------------|--|--|--|--|---|--|--|--|---|--|--|--|---|
| 16                               | Los indicadores que se producen fuera del área complementa a los de dentro del área para tener resultados significativos que permitan el alcance de objetivos en el plan operativo y plan estratégico en las unidades de negocio geográficas |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 6: TEMPORALIDAD</b> |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 17                               | El indicador permite manejar e interpretar la información por periodos de tiempo.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 18                               | Los resultados de los indicadores permite manejar e interpretar la información en forma comparativa por periodos de tiempo.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 19                               | Los indicadores en su mayoría son semestrales y permite realizar acciones inmediatas para luego ser comparados con otros periodos aun por temporalidad   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 7: RELEVANCIA</b>   |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 20                               | Los indicadores no se repiten en diversas áreas cada uno es desarrollado de acuerdo a su necesidad.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 21                               | Los indicadores son planteados de acuerdo a la realidad y necesidad institucional no son copiados o adaptados de otras instituciones, tampoco su procesamiento de resultados.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 22                               | Existen la cantidad de indicadores necesarios para medir los resultados esperados.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 23                               | Los indicadores permiten desarrollar acciones posteriores a la ejecución del procedimiento de forma puntual y directa.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 8: INTEGRIDAD</b>   |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 24                               | Los resultados de los indicadores se muestran en forma completa y no parcial para la toma de decisiones de mejora continua por los avances de un procedimiento.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 25                               | Los procedimientos se complementan entre sí con los resultados obtenidos en los indicadores equilibrando el alcance de la misión y visión institucional.   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 26                               | Los resultados de los indicadores son transparentes y solo retroalimentan a las necesidades puntuales de mejora continua sin generar confusiones.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 27                               | Los indicadores también son revisados por el área de calidad de la institución para verificar su correcta elaboración en auditorías internas y que responde a las necesidades del área.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 9: OPORTUNIDAD</b>  |  |  |  |  |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 28                               | Los indicadores con sus resultados se encuentran en plataformas para su consulta en todos los niveles de la organización.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 29                               | Los resultados de los indicadores son emitidos y actualizados en forma puntual por cada área.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 30                               | Las actualizaciones de los indicadores se realizan según cronograma anual para su comparación por periodos.  |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: LAS PREGUNTAS PUEDEN SER MAS CONCRETAS Y MENOS DIRIGIDAS. Preguntas 7, 9 y 10

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

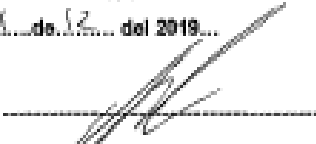
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: FERNANDO A. HUARZO SANCHEZ DNI: 09301214

Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN GERAL MARKETING LOGISTICA ETH

21 de 12 del 2019...

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

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

  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad



**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señor: Dr. Mgtr. *Gadofredo Ille Sibániche*

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Postgrado de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2017-1, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el grado de Doctor en Administración.

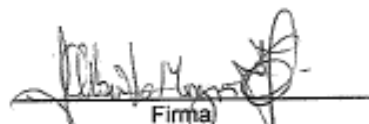
El título de la tesis es: "La incidencia del neuromanagement y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019." y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, gestión, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma  
Alberto Samuel Monzón Troncoso

D.N.I: 07482223



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Neuromanagement**

| N°  | DIMENSIONES / Items   | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |  | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|--|-------------|
|   |   | M                        | D | A | M | M                       | D | A | M | M                     | D | A |  |             |
| <b>DIMENSIÓN 1: LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES</b> |   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |  |             |
| 1   | Tomar notas y hacer resúmenes de resultados es importante para luego compartirlo y evitar conflictos.   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 2   | Considerar las necesidades de los colaboradores en su puesto de trabajo desarrolla confianza en el equipo   |                          | ✓ |   |   | ✓                       |   |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 3   | Trabajar en equipo enriquece las tareas y sus resultados considerando el punto de vista de todos los integrantes del equipo.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 4   | Se acepta y dirige los cambios con equilibrio, buena actitud y proactividad.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 5   | Ayuda ser detallista y en ocasiones reservado de temas personales de colaboradores o compañeros.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 6   | Se suele ser consciente de las limitaciones personales actuando con responsabilidad como parte de un proceso de aprendizaje.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 7   | Las matemáticas y estadísticas ayudan a resolver con rapidez cualquier tipo de cálculo o problema, incluso mentalmente para plantear proyectos claros con secuencia a seguir en forma lógica y estratégica. |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 8   | Reconocer y realizar acciones sobre el cuidado del medio ambiente respetando las normas legales, permite el cuidado de la salud física y psicológica de los colaboradores y compañeros.                     |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 9   | Se conoce y maneja el cuerpo y su salud reconociendo sus limitaciones y capacidad de relajación con ejercicios, música u otros.   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 10  | Visualizar las cosas antes de hacerlas, imaginando escenarios para luego tener posibles alternativas o soluciones que se grafican o resumen ayudan en la gestión.   |                          | ✓ |   |   | ✓                       |   |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| <b>DIMENSIÓN 2: INTELIGENCIA EMOCIONAL</b>      |   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |  |             |
| 11  | En las discusiones con diferencias significativas, se muestra tolerancia para escuchar, se aplica la empatía evitando el enfado.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 12  | Se tiene la práctica de meditar sobre lo que se está sintiendo es lo pertinente según la situación  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 13  | La actitud frente a la vida suele ser optimista en diferentes circunstancias  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 14  | Ante preocupaciones se maneja la situación con el control de emociones del caso evitando la ansiedad y bloqueo.   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 15  | Existe autocrítica siempre cuando se realiza algo errado que afecte aun a terceros.   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 16  | Ante una desgracia o mal momento personal en un colaborador o compañero la posición es escuchar y luego aconsejar.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 17  | Ante un cambio existe optimismo y energía para manejar la situación.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |
| 18  | Se suele insistir para demostrar que tenemos la verdad ante posturas  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   | ✓                     |   |   |  |             |



|                                     | opuestas.   |  |  |   |   |   |  |  |  |   |  |  |   |
|-------------------------------------|---|--|--|---|---|---|--|--|--|---|--|--|---|
| 19                                  | Las emociones se expresan con el nivel o grado de respeto que todos merecen.  |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 20                                  | Se reconocen las emociones (enfado, miedo, sorpresa, angustia) con naturalidad y se manejan según la circunstancia lo requiera.   |  |  | ✓ |   |   |  |  |  |   |  |  |   |
| DIMENSIÓN 3: INTELIGENCIA INTUITIVA |   |  |  |   |   |   |  |  |  |   |  |  |   |
| 21                                  | Cuando están contando un problema, se siente deseo de intervenir cuando se tiene la solución.                                     |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 22                                  | Existe tendencia a arriesgarse, a pesar de que pueda mostrarse error en la propuesta dada.  |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 23                                  | Se suele presentar o prever sobre los posibles errores a cometer y se reflexiona evitando perjuicios personales como en terceros. |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 24                                  | La mayoría de las decisiones son sobre presentimientos tenidos.   |  |  |   | ✓ |   |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 25                                  | Existe mucha reflexión antes de cambiar de opinión ante los demás.  |  |  |   | ✓ |   |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 26                                  | Ante situaciones complejas se improvisa con cierto agrado o sensación de disfrutar el momento.                                    |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 27                                  | Suelen describir la creatividad que se muestra para solucionar problemas.   |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 28                                  | Se siente un orden en las acciones que solo en forma personal se puede describir o comprender.                                    |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 29                                  | Las decisiones se suelen tomar creando primero muchos escenarios posibles en privado para luego compartirlos.                     |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |
| 30                                  | Es recurrente no ser comprendido a como se llegó a algunas soluciones.  |  |  |   |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg. Odojredo Flla Sihuincha    DNI: 10596867

Especialidad del validador: Administrador

... el ... de ... del 2019...

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

<sup>4</sup>Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma del Experto Informante.  
 Especialidad



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Responsabilidad Social Empresarial**

| Nº  | DIMENSIONES / Ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |   | Sugerencias |
|---|--|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|---|-------------|
|   |  | M                        | D | A | M | M                       | D | A | M | M                     | D | A | M |             |
| <b>DIMENSIÓN 1: ECONOMICA INTERNA</b>                 |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 1   | Los equipos de trabajo conocen la realidad económica de la organización.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 2   | Los equipos de trabajo son considerados con la inversión realizada en la organización y generan valor agregado reinvertiendo las utilidades en ellos mismos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 3   | El o los dueños de la organización conocen la realidad económica de la organización.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 4   | El o los dueños de la organización son considerados con la inversión que realizan en la organización y generan valor agregado a favor de los colaboradores para que realicen sus actividades de acuerdo a las funciones asignadas. |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 5   | El o los dueños invierten recursos en acciones que favorecen el clima organizacional con reconocimientos económicos y no económicos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 2: ECONOMICA EXTERNA</b>                 |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 6   | Los recursos económicos de la organización permiten cumplir con servicio a la comunidad y cumplir con obligaciones.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 7   | Los recursos económicos generan utilidades a la organización tras ser invertidos y transformados en un servicio de calidad.  |                          | ✓ |   |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |   |             |
| 8   | Los resultados del servicio brindado permiten cumplir con las obligaciones tributarias y beneficios a colaboradores en forma puntual.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 9   | Los resultados económicos del servicio brindado son reinvertidos para mejorar la calidad del servicio a favor de los clientes o consumidores finales.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 10  | Los resultados en el servicio de los clientes son un aporte para el desarrollo de la comunidad y sectores productivos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 11  | El desarrollo de orientaciones y asesorías directas en mejora de centros de servicios o productivos permiten el desarrollo de la comunidad.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 3: SOCIAL INTERNA</b>                    |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 12  | La confianza que proporciona la organización en las toma de decisiones permite tener una calidad de vida positiva en la organización.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 13  | Los mecanismos de respaldo en el colaborador por parte de la organización en las tomas de decisiones y ejecución de actividades son consideradas.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 14  | La garantía de una línea de carrera permite desarrollar competencias y habilidades que serán puestas al servicio de la organización.   |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 15  | La percepción sobre las posibilidad de ascenso y/o crecimiento son garantía para invertir tiempo y esfuerzo en mejora de la organización.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| 16  | La comunicación clara y oportuna en todos los niveles de la organización permite que se alcancen los objetivos generales y específicos, permitiendo el desarrollo personal e institucional.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 4: SOCIO CULTURAL Y POLÍTICA EXTERNA</b> |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 17  | La influencia de la organización para realizar acciones de trabajo en equipo es permanente.  |                          |   |   | ✓ |                         |   |   | ✓ |                       |   |   | ✓ |             |



## UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

|    |   |  |   |   |  |   |   |  |  |   |  |
|----|---|--|---|---|--|---|---|--|--|---|--|
| 18 | La percepción de que todos son proactivos y participativos en todo momento es favorable.  |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 19 | La forma en que se comporta la competencia es una respuesta a las propuestas innovadoras que presenta la organización.  |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 20 | La influencia de los clientes a través de sus propuestas en la organización ha permitido realizar mejoras continuas e innovadoras que mejora el servicio.   |  | ✓ |   |  | ✓ |   |  |  | ✓ |  |
| 21 | La realización de actividades de integración y socialización motivan al desarrollo de la salud institucional para afrontar las demandas del dinamismo del mercado educativo.  |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
|    | <b>DIMENSIÓN 5: ECOLOGICA INTERNA</b>   |  |   |   |  |   |   |  |  |   |  |
| 22 | La forma en que la organización maneja las políticas ambientales influye en cambios de hábitos personales y a nivel del equipo de trabajo.  |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 23 | Los procesos dentro de la organización permiten brindar servicios que cuidan el medio ambiente.   |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 24 | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad permite brindar protección a los clientes internos.  |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 25 | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambiente de la organización o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.   |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 26 | Las acciones de prevención y cuidado de medio ambiente en la organización son pertinentes dentro de la normalidad y cultura organizacional.   |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
|    | <b>DIMENSIÓN 6: ECOLOGICA EXTERNA</b>   |  |   |   |  |   |   |  |  |   |  |
| 27 | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad y salud ocupacional en el trabajo permite a la vez brindar prevención y protección a los clientes externos.  |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 28 | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambiente de la comunidad o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.  |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 29 | La organización respeta las normas legales vigentes para el cuidado del medio ambiente.   |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |
| 30 | La organización promueve acciones de reciclaje en todos los niveles para su posterior donación a instituciones que puedan aprovechar los recursos donados, de esta forma se cuida el medio ambiente y se beneficia a terceros con algunas necesidades sentidas. |  |   | ✓ |  |   | ✓ |  |  | ✓ |  |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable []   Aplicable después de corregir [  ]   No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Godofredo Zlla Sihuinda DNI: 40596867

Especialidad del validador: Administrador

21 de 12 del 2019...

\*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

\*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

\*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Firma del Experto Informante.  
Especialidad





**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Indicadores claves de éxito**

| N°                             | DIMENSIONES / ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |  | Sugerencias |
|--------------------------------|--|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|--|-------------|
|                                |  | N                        | D | A | N | R                       | D | A | N | D                     | A | N |  |             |
| <b>DIMENSIÓN 1: EXACTITUD</b>  |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |  |             |
| 1                              | Los indicadores de gestión están elaborados de manera correcta y su ejecución se realiza con la ayuda de un manual y la experiencia de la organización.                      |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 2                              | La familiaridad con los indicadores permite procesarlos para obtener resultados que permitan tomar decisiones posteriores sobre las necesidades de la organización.          |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 3                              | Los indicadores están acompañados con un informe con evidencias que respaldan sus resultados en una escala determinada en forma detallada en un tiempo de corte determinado. |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| <b>DIMENSIÓN 2: FORMA</b>      |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |  |             |
| 4                              | Los requerimientos de cálculo de indicadores son claros y se cuenta con la información necesaria para procesarlos  |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 5                              | Los indicadores presentan espacios para firma y sello de quienes elaboraron, revisaron y aprobaron los mismos.   |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 6                              | Los indicadores son presentados en un formato estandarizados con contenidos necesarios y espacios para comparar resultados semestrales por lo menos.                         |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 7                              | La grafica preestablecida de los indicadores reflejan los resultados numéricos para su interpretación y toma de decisiones   |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| <b>DIMENSIÓN 3: FRECUENCIA</b> |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |  |             |
| 8                              | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados   |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 9                              | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 10                             | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| <b>DIMENSIÓN 4: EXTENSION</b>  |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |  |             |
| 11                             | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados   |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 12                             | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 13                             | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| <b>DIMENSIÓN 5: ORIGEN</b>     |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |  |             |
| 14                             | Los indicadores que se producen en el área son ejecutadas de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |
| 15                             | Los indicadores que se producen fuera del área son ejecutadas de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   | ✓ |  |             |



|                                  |  |  |  |  |   |  |  |   |   |  |  |  |   |
|----------------------------------|--|--|--|--|---|--|--|---|---|--|--|--|---|
| 16                               | Los indicadores que se producen fuera del área complementa a las de dentro del área para tener resultados significativos que permitan el alcance de objetivos en el plan operativo y plan estratégico en las unidades de negocio geográficas |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 6: TEMPORALIDAD</b> |  |  |  |  |   |  |  |   |   |  |  |  |   |
| 17                               | El indicador permite manejar e interpretar la información por periodos de tiempo.  |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 18                               | Los resultados de los indicadores permite manejar e interpretar la información en forma comparativa por periodos de tiempo.  |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 19                               | Los indicadores en su mayoría son semestrales y permite realizar acciones inmediatas para luego ser comparados con otros periodos aun por temporalidad   |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 7: RELEVANCIA</b>   |  |  |  |  |   |  |  |   |   |  |  |  |   |
| 20                               | Los indicadores no se repiten en diversas áreas cada uno es desarrollado de acuerdo a su necesidad.  |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |   |  |  |  | ✓ |
| 21                               | Los indicadores son planteados de acuerdo a la realidad y necesidad institucional no son copiados o adaptados de otras instituciones, tampoco su procesamiento de resultados.  |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |   |  |  |  | ✓ |
| 22                               | Existen la cantidad de indicadores necesarios para medir los resultados esperados.   |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 23                               | Los indicadores permiten desarrollar acciones posteriores a la ejecución del procedimiento de forma puntual y directa.   |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 8: INTEGRIDAD</b>   |  |  |  |  |   |  |  |   |   |  |  |  |   |
| 24                               | Los resultados de los indicadores se muestran en forma completa y no parcial para la toma de decisiones de mejora continua por los avances de un procedimiento.  |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 25                               | Los procedimientos se complementan entre si con los resultados obtenidos en los indicadores equilibrando el alcance de la misión y visión institucional.   |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 26                               | Los resultados de los indicadores son transparentes y solo retroalimentan a las necesidades puntuales de mejora continua sin generar confusiones.  |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 27                               | Los indicadores también son revisados por el área de calidad de la institución para verificar su correcta elaboración en auditorias internas y que responde a las necesidades del área.  |  |  |  | ✓ |  |  | ✓ |   |  |  |  | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 9: OPORTUNIDAD</b>  |  |  |  |  |   |  |  |   |   |  |  |  |   |
| 28                               | Los indicadores con sus resultados se encuentran en plataformas para su consulta en todos los niveles de la organización.  |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 29                               | Los resultados de los indicadores son emitidos y actualizados en forma puntual por cada área.  |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 30                               | Las actualizaciones de los indicadores se realizan según cronograma anual para su comparación por periodos.  |  |  |  | ✓ |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador <sup>(Dr.)</sup> Mg: Godofredo Ila Sivinchá ..... DNI: 10596867 .....

Especialidad del validador: Administrador .....

21 de 12 del 2019...

<sup>1</sup>Perinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Firma del Experto Informante.

Especialidad



**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señor: Dr. Mgtr. Ricardo E. Ruiz Villavicencio

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Postgrado de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2017-1, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el grado de Doctor en Administración.

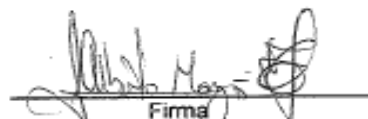
El título de la tesis es: "La incidencia del neuromanagement y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019." y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, gestión, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

  
Firma  
Alberto Samuel Moñzón Troncoso  
D.N.I: 07482223



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

|    |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |   |
|----|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|---|
|    | opuestas.  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 19 | Las emociones se expresan con el nivel o grado de respeto que todos merecen.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 20 | Se reconocen las emociones (enfado, miedo, sorpresa, angustia) con naturalidad y se manejan según la circunstancia lo requiere.<br>DIMENSIÓN 3: INTELIGENCIA INTUITIVA |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 21 | Cuando están contando un problema, se siente deseo de intervenir cuando se tiene la solución.  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 22 | Existe tendencia a arriesgarse, a pesar de que pueda mostrarse error en la propuesta dada.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 23 | Se suele presentar o prever sobre los posibles errores a cometer y se reflexiona evitando perjuicios personales como en terceros.                                      |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 24 | La mayoría de las decisiones son sobre presentimientos tenidos.  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 25 | Existe mucha reflexión antes de cambiar de opinión ante los demás.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 26 | Ante situaciones complejas se improvisa con cierto agrado o sensación de disfrutar el momento.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 27 | Suelen describir la creatividad que se muestra para solucionar problemas.  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 28 | Se siente un orden en las acciones que solo en forma personal se puede describir o comprender.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 29 | Las decisiones se suelen tomar creando primero muchos escenarios posibles en privado para luego compartílos.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
| 30 | Es recurrente no ser comprendido a como se llegó a algunas soluciones.   |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
|    |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |
|    |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  |  | ✓ |  |  |  |  | ✓ |

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable []   Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: RUIZ VILLAVICENCIO RONALDO GONZALEZ   DNI: 0918097744

Especialidad del validador: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

.....de..... del 2019...

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

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

  
 Firma del Experto Informante.  
 Especialidad



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Responsabilidad Social Empresarial**

| N°  | DIMENSIONES / Ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |   | Sugerencias |
|---|--|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|---|-------------|
|   |  | R                        | D | A | M | R                       | D | A | R | M                     | D | A | M |             |
| <b>DIMENSIÓN 1: ECONOMÍA INTERNA</b>                  |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 1   | Los equipos de trabajo conocen la realidad económica de la organización.   |                          |   | ✓ |   |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 2   | Los equipos de trabajo son considerados con la inversión realizada en la organización y generan valor agregado reinvertiendo las utilidades en ellos mismos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 3   | El o los dueños de la organización conocen la realidad económica de la organización.   |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 4   | El o los dueños de la organización son considerados con la inversión que realizan en la organización y generan valor agregado a favor de los colaboradores para que realicen sus actividades de acuerdo a las funciones asignadas. |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 5   | El o los dueños invierten recursos en acciones que favorecen el clima organizacional con reconocimientos económicos y no económicos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 2: ECONOMÍA EXTERNA</b>                  |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 6   | Los recursos económicos de la organización permiten cumplir con servicio a la comunidad y cumplir con obligaciones.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 7   | Los recursos económicos generan utilidades a la organización, tras ser invertidos y transformados en un servicio de calidad.   |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 8   | Los resultados del servicio brindado permiten cumplir con las obligaciones tributarias y beneficios a colaboradores en forma puntual.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 9   | Los resultados económicos del servicio brindado son reinvertidos para mejorar la calidad del servicio a favor de los clientes o consumidores finales.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 10  | Los resultados en el servicio de los clientes son un aporte para el desarrollo de la comunidad y sectores productivos.   |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 11  | El desarrollo de orientaciones y asesorías directas en mejora de centros de servicios o productivos permiten el desarrollo de la comunidad.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 3: SOCIAL INTERNA</b>                    |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 12  | La confianza que proporciona la organización en las toma de decisiones permite tener una calidad de vida positiva en la organización.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 13  | Los mecanismos de respaldo en el colaborador por parte de la organización en las tomas de decisiones y ejecución de actividades son consideradas.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 14  | La garantía de una línea de carrera permite desarrollar competencias y habilidades que serán puestas al servicio de la organización.   |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 15  | La percepción sobre las posibilidad de ascenso y/o crecimiento son garantía para invertir tiempo y esfuerzo en mejora de la organización.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| 16  | La comunicación clara y oportuna en todos los niveles de la organización permite que se alcancen los objetivos generales y específicos, permitiendo el desarrollo personal e institucional.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |
| <b>DIMENSIÓN 4: SOCIO CULTURAL Y POLÍTICA EXTERNA</b> |  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 17  | La influencia de la organización para realizar acciones de trabajo en equipo es permanente.  |                          |   |   | ✓ |                         |   | ✓ |   |                       |   |   | ✓ |             |



|                                |   |  |  |   |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
|--------------------------------|---|--|--|---|---|--|--|--|---|--|--|--|---|
| 18                             | La percepción de que todos son proactivos y participativos en todo momento es favorable.  |  |  |   | ✓ |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 19                             | La forma en que se comporta la competencia es una respuesta a las propuestas innovadoras que presenta la organización.  |  |  | ✓ |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 20                             | La influencia de los clientes a través de sus propuestas en la organización ha permitido realizar mejoras continuas e innovadoras que mejora el servicio.   |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 21                             | La realización de actividades de integración y socialización motivan al desarrollo de la salud institucional para afrontar las demandas del dinamismo del mercado educativo.  |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| DIMENSIÓN 5: ECOLÓGICA INTERNA |   |  |  |   |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 22                             | La forma en que la organización maneja las políticas ambientales influye en cambios de hábitos personales y a nivel del equipo de trabajo.  |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 23                             | Los procesos dentro de la organización permiten brindar servicios que cuidan el medio ambiente.   |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 24                             | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad permite brindar protección a los clientes internos.  |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 25                             | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambiente de la organización o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.   |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 26                             | Las acciones de prevención y cuidado de medio ambiente en la organización son pertinentes dentro de la normalidad y cultura organizacional.   |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| DIMENSIÓN 6: ECOLÓGICA EXTERNA |   |  |  |   |   |  |  |  |   |  |  |  |   |
| 27                             | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad y salud ocupacional en el trabajo permite a la vez brindar prevención y protección a los clientes externos.  |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 28                             | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambiente de la comunidad o la experiencia frente a actividades de peligro permiten brindar un servicio seguro y permanente.  |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 29                             | La organización respeta las normas legales vigentes para el cuidado del medio ambiente.   |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |
| 30                             | La organización promueve acciones de reciclaje en todos los niveles para su posterior donación a instituciones que puedan aprovechar los recursos donados, de esta forma se cuida el medio ambiente y se beneficia a terceros con algunas necesidades sentidas. |  |  |   |   |  |  |  | ✓ |  |  |  | ✓ |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: RUIZ Villavicencio Ricardo Comares    DNI: 09809744

Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

.....de..... del 2019..

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

<sup>4</sup>Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.  
Especialidad





## Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Indicadores claves de éxito

| N° | DIMENSIONES / Items  | Pertinencia <sup>1</sup> |   |   |   | Relevancia <sup>2</sup> |   |   |   | Claridad <sup>3</sup> |   |   |   | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|---|---|---|-------------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|---|-------------|
|    |  | M                        | D | A | N | M                       | D | A | N | M                     | D | A | N |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 1: EXACTITUD</b>  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 1  | Los indicadores de gestión están elaborados de manera correcta y su ejecución se realiza con la ayuda de un manual y la experiencia de la organización.                      |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 2  | La familiaridad con los indicadores permite procesarlos para obtener resultados que permitan tomar decisiones posteriores sobre las necesidades de la organización.          |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 3  | Los indicadores están acompañados con un informe con evidencias que respaldan sus resultados en una escala determinada en forma detallada en un tiempo de corte determinado. |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 2: FORMA</b>  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 4  | Los requerimientos de cálculo de indicadores son claros y se cuenta con la información necesaria para procesarlos  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 5  | Los indicadores presentan espacios para firma y sello de quienes elaboraron, revisaron y aprobaron los mismos.   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 6  | Los indicadores son presentados en un formato estandarizados con contenidos necesarios y espacios para comparar resultados semestrales por lo menos.                         |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 7  | La grafica preestablecida de los indicadores reflejan los resultados numéricos para su interpretación y toma de decisiones   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 3: FRECUENCIA</b>   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 8  | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 9  | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |                          | ✓ |   |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 10 | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 4: EXTENSION</b>  |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 11 | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones antes de procesar los resultados   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 12 | Los indicadores consideran la temporalidad para procesar los resultados para su posterior análisis.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 13 | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados.   |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
|    | <b>DIMENSIÓN 5: ORIGEN</b>   |                          |   |   |   |                         |   |   |   |                       |   |   |   |             |
| 14 | Los indicadores que se producen en el área son ejecutadas de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |
| 15 | Los indicadores que se producen fuera del área son ejecutadas de forma efectiva y ayudan en la mejora continua.  |                          |   | ✓ |   |                         | ✓ |   |   |                       | ✓ |   |   |             |



|                                  |  |  |   |   |   |  |   |   |  |   |   |
|----------------------------------|--|--|---|---|---|--|---|---|--|---|---|
| 16                               | Los indicadores que se producen fuera del área complementa a las de dentro del área para tener resultados significativos que permitan el alcance de objetivos en el plan operativo y plan estratégico en las unidades de negocio geográficas |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 6: TEMPORALIDAD</b> |  |  |   |   |   |  |   |   |  |   |   |
| 17                               | El indicador permite manejar e interpretar la información por periodos de tiempo.  |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| 18                               | Los resultados de los indicadores permite manejar e interpretar la información en forma comparativa por periodos de tiempo.  |  | ✓ |   |   |  | ✓ |   |  | ✓ |   |
| 19                               | Los indicadores en su mayoría son semestrales y permite realizar acciones inmediatas para luego ser comparados con otros periodos aun por temporalidad   |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 7: RELEVANCIA</b>   |  |  |   |   |   |  |   |   |  |   |   |
| 20                               | Los indicadores no se repiten en diversas áreas cada uno es desarrollado de acuerdo a su necesidad.  |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| 21                               | Los indicadores son planteados de acuerdo a la realidad y necesidad institucional no son copiados o adaptados de otras instituciones, tampoco su procesamiento de resultados.  |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| 22                               | Existen la cantidad de indicadores necesarios para medir los resultados esperados.   |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| 23                               | Los indicadores permiten desarrollar acciones posteriores a la ejecución del procedimiento de forma puntual y directa.   |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 8: INTEGRIDAD</b>   |  |  |   |   |   |  |   |   |  |   |   |
| 24                               | Los resultados de los indicadores se muestran en forma completa y no parcial para la toma de decisiones de mejora continua por los avances de un procedimiento.  |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| 25                               | Los procedimientos se complementan entre sí con los resultados obtenidos en los indicadores equilibrando el alcance de la misión y visión institucional.   |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| 26                               | Los resultados de los indicadores son transparentes y solo retroalimentan a las necesidades puntuales de mejora continua sin generar confusiones.  |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| 27                               | Los indicadores también son revisados por el área de calidad de la institución para verificar su correcta elaboración en auditorías internas y que responde a las necesidades del área.  |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| <b>DIMENSIÓN 9: OPORTUNIDAD</b>  |  |  |   |   |   |  |   |   |  |   |   |
| 28                               | Los indicadores con sus resultados se encuentran en plataformas para su consulta en todos los niveles de la organización.  |  |   | ✓ |   |  | ✓ |   |  |   | ✓ |
| 29                               | Los resultados de los indicadores son emitidos y actualizados en forma puntual por cada área.  |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |
| 30                               | Las actualizaciones de los indicadores se realizan según cronograma anual para su comparación por periodos.  |  |   |   | ✓ |  |   | ✓ |  |   | ✓ |



Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: RUIZ VILLAVICENCIO RICARDO EDMUNDO DNI: 09809779

Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
  - <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específicos del constructo
  - <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....de..... del 2019.....  
  
-----  
**Firma del Experto Informante.**  
**Especialidad**

Anexo 5: Validez V de Aiken Variable Neuromanagement  
*Validez vasado en el contenido a través de la V de Aiken*

| Nº Ítems |             | X    | DE   | V Aiken |
|----------|-------------|------|------|---------|
| Ítem 1   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 2   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 3   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 4   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 5   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 6   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 7   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 8   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 9   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 10  | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
| Ítem 11  | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 12  | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 13  | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 14  | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |

|         |             |      |      |      |
|---------|-------------|------|------|------|
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 15 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 16 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 17 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 18 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 19 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 20 | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 21 | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 22 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 23 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 24 | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 25 | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 26 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 27 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 28 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |

|         |             |   |      |      |
|---------|-------------|---|------|------|
|         | Claridad    | 4 | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4 | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 29 | Pertinencia | 4 | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4 | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4 | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 30 | Pertinencia | 4 | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4 | 0.00 | 1.00 |

---

Nota: Elaboración propia

Para la variable Neuromanagement con valores de V Aiken igual a  $V = 0.70$  o más son adecuados (Charter, 2003), en tal sentido el promedio de los 30 Ítems es de 0.97 en los 30 Ítems, siendo además que el 100% de válidos.

Anexo 6: Validez V de Aiken Variable Responsabilidad Social Empresarial

*Validez vasado en el contenido a través de la V de Aiken*

| N° Ítems |             | X    | DE   | V Aiken |
|----------|-------------|------|------|---------|
| Ítem 1   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 2   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 3   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 4   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 5   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 6   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 7   | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
| Ítem 8   | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
| Ítem 9   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 10  | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 11  | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 12  | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 13  | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |

|         |             |      |      |      |
|---------|-------------|------|------|------|
| Ítem 14 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 15 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 16 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 17 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 18 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 19 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 20 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 21 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 22 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 23 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 24 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 25 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 26 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 27 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 28 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |



|         |             |      |      |      |
|---------|-------------|------|------|------|
|         | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 29 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 30 | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |

---

Nota: Elaboración propia

Para la variable Responsabilidad Social Empresarial con valores de V Aiken igual a  $V = 0.70$  o más son adecuados (Charter, 2003), en tal sentido el promedio de los 30 Ítems es de 0.97 en los 30 Ítems, siendo además que el 100% de válidos.

Anexo 7: Validez V de Aiken Variable Responsabilidad Social  
Empresarial Indicadores Claves de Éxito

*Validez vasado en el contenido a través de la V de Aiken*

| N° Ítems |             | X    | DE   | V Aiken |
|----------|-------------|------|------|---------|
| Ítem 1   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 2   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 3   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 4   | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00    |
|          | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00    |
| Ítem 5   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 6   | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 7   | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
| Ítem 8   | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
| Ítem 9   | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
| Ítem 10  | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
| Ítem 11  | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
|          | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83    |
| Ítem 12  | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
| Ítem 13  | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92    |
|          | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92    |

|         |             |      |      |      |
|---------|-------------|------|------|------|
| Ítem 14 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 15 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 16 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 17 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 18 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 19 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 20 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 21 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
| Ítem 22 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 23 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 24 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 25 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 26 | Relevancia  | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Pertinencia | 4    | 0.00 | 1.00 |
|         | Claridad    | 4    | 0.00 | 1.00 |
| Ítem 27 | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83 |
|         | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83 |
|         | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83 |
| Ítem 28 | Relevancia  | 3.75 | 0.50 | 0.92 |

|         |             |      |      |      |
|---------|-------------|------|------|------|
|         | Pertinencia | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Claridad    | 3.75 | 0.50 | 0.92 |
|         | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83 |
| Ítem 29 | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83 |
|         | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83 |
|         | Relevancia  | 3.5  | 0.58 | 0.83 |
| Ítem 30 | Pertinencia | 3.5  | 0.58 | 0.83 |
|         | Claridad    | 3.5  | 0.58 | 0.83 |

---

Nota: Elaboración propia

Para la variable Responsabilidad Social Empresarial con valores de V Aiken igual a  $V = 0.70$  o más son adecuados (Charter, 2003), en tal sentido el promedio de los 30 Ítems es de 0.93 en los 30 Ítems, siendo además que el 100% de válidos. Luego los estadísticos se vació la información en una sábana de datos (Anexo 5) para luego procesarlo en SPSS V 24.

Anexo 8: Fiabilidad: Alfa de Cronbach

| ALFA CRONBACH  |       |                   |        |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|--|-------|-------------------|--------|-------------------|--------|-----------|--------|-----------|--|-------------|--|---|--|-----------------|--|----------------------------|--|--------------------------|--|
| <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">K</td> <td style="text-align: center;">9</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><math>\sum Vi</math></td> <td style="text-align: center;"><math>Vt</math></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">SECCION 1</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">SECCION 2</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">ABSOLUTO S2</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">α</td> </tr> </table> <br/> <math display="block">\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]</math> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <span>SECCION 1</span> <span>SECCION 2</span> </div> </div> |       | K                 | 9      | $\sum Vi$         | $Vt$   | SECCION 1 |        | SECCION 2 |  | ABSOLUTO S2 |  | α |  | Neuromanagement |  | Respon. Social Empresarial |  | Indicadores Claves Éxito |  |
|  |       | K                 | 9      |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       | $\sum Vi$         | $Vt$   |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       | SECCION 1         |        |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       | SECCION 2         |        |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       | ABSOLUTO S2       |        |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       | α                 |        |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       | K                 | 30     | K                 | 30     | K         | 30     |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       | $\sum Vi$         | 13.8   | $\sum Vi$         | 15.7   | $\sum Vi$ | 13.7   |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       | $Vt$              | 108.97 | $Vt$              | 158.14 | $Vt$      | 177.24 |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
| SECCION 1 =  | 1.034 | SECCION 1 =       | 1.034  | SECCION 1 =       | 1.034  |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
| SECCION 2 =  | 0.874 | SECCION 2 =       | 0.901  | SECCION 2 =       | 0.922  |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
| Alfa Cronbach: SECC 1 X SECC 2 =   | 0.904 | SECC 1 X SECC 2 = | 0.932  | SECC 1 X SECC 2 = | 0.954  |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       |                   |        |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |
|  |       |                   |        |                   |        |           |        |           |  |             |  |   |  |                 |  |                            |  |                          |  |

Anexo 9: Sabana de Datos

| SABANA DE DATOS  |   |  |  |   |  |  |  |   |  |   |  |  |   |   |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |  |  |            |       |        |        |       |
|--|---|--|--|---|--|--|--|---|--|---|--|--|---|---|--|--|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|--|------------|-------|--------|--------|-------|
| VARIABLE 1: NEUROMANAGEMENT  |   |  |  |   |  |  |  |   |  |   |  |  |   |   |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |  |  |            |       |        |        |       |
| DIMENSION INTELIGENCIA MULTIPLES   |   |  |  |   |  |  |  |   |  | DIMENSION INTELIGENCIA EMOCIONAL  |  |  |   |   |  |  |  |   |  | DIMENSION INTELIGENCIA INTUITIVA  |  |   |  |   |  |  |  |            |       |        |        |       |
| 1  | 2   | 3  | 4  | 5   | 6  | 7  | 8  | 9   | 10   | 11  | 12   | 13   | 14  | 15  | 16   | 17   | 18   | 19  | 20   | 21  | 22   | 23  | 24   | 25  | 26   | 27   | 28   | 29         | 30    |        |        |       |
| Tomar notas y hacer resúmenes de resultados importante para luego compartirlo y evitar conflictos. | Considerar las necesidades de los colaboradores en el trabajo de desarrollo de equipo | Trabajar en equipo y negociar las tareas y resultados considerando el punto de vista de todos los integrantes del equipo | Se acepta y dirige los cambios con equilibrio, buena actitud y proactividad. | Ayuda ser detallista y reservado de temas personales de colaboradores o compañeros. | Se suele ser consciente de las limitaciones personales actuando con responsabilidad como parte de un proceso de aprendizaje. | Las matemáticas y estadísticas ayudan a resolver con rapidez cualquier tipo de cálculo o problema. | Reconoce y realiza acciones sobre el cuidado del medio ambiente respetando las normas legales. | Se conoce y maneja el cuerpo y su salud reconociendo sus limitaciones y capacidades de relajación con ejercicios, música u otros. | Visualizar las cosas imaginando escenarios para luego tener posibles alternativas o soluciones que se aplican a la vida. | En las discusiones con diferencias significativas, muestra tolerancia para escuchar, según la situación evitando el enfado. | Se tiene la práctica de meditar y sobre lo que se está sintiendo optimista en diferentes circunstancias. | La actitud frente a la vida suele ser optimista en diferentes situaciones. | Ante preocupaciones se maneja la situación con el control de emociones del caso evitando la ansiedad y bloques. | Existen auto críticas cuando se sale algo errado o que afecte a compañeros. | Ante una desgracia o mal momento personal en un colaborador o situación. | Se suele insistir para demostrar que tenemos la verdad ante posturas opuestas. | Se expresan emociones como el respeto que todos merecen. | Se reconocen las emociones (enfado, miedo, sorpresa, angustia) con naturalidad (y se manejan según la circunstancia) lo requiere. | Cuando están contentos o en un problema, se siente el deseo de intervenir cuando se tiene la solución. | Existen tendencias a alegrarse, a pesar de que pueda mostrarse error en la propuesta dada como en terceros. | La mayoría de las decisiones son sobre presentimientos o intuición más que los sentidos. | Existen muchas reflexiones antes de tomar una decisión. | Ante situaciones complejas se improvisa con cierto agrado o sensación de disfrutar el momento. | Suelen describir la creatividad que se muestra para solucionar problemas. | Se siente un orden en las acciones que se toman. | Las decisiones se toman creando primero muchos escenarios posibles en privado para luego compartirlos. | Es recurrente no ser comprendido a como se llega a algunas soluciones. | SUMA TOTAL |       |        |        |       |
| 1  | 4   | 5  | 5  | 5   | 4  | 5  | 5  | 5   | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 5   | 4  | 4  | 5  | 4   | 5  | 4   | 4  | 3   | 4  | 3   | 4  | 3  | 4  | 3          | 4     | 3      | 125.0  |       |
| 2  | 4   | 5  | 5  | 4   | 4  | 4  | 5  | 4   | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 3  | 4  | 4  | 3   | 4  | 4   | 3  | 2   | 2  | 2   | 3  | 3  | 3  | 4          | 4     | 2      | 109.0  |       |
| 3  | 5   | 5  | 5  | 5   | 5  | 4  | 5  | 5   | 4  | 5   | 5  | 5  | 5   | 5   | 5  | 5  | 3  | 5   | 5  | 5   | 4  | 2   | 3  | 3   | 5  | 5  | 4  | 2          | 133.0 |        |        |       |
| 4  | 4   | 4  | 5  | 4   | 5  | 5  | 4  | 4   | 5  | 4   | 3  | 3  | 4   | 4   | 4  | 4  | 3  | 4   | 4  | 4   | 3  | 3   | 3  | 3   | 3  | 3  | 3  | 4          | 2     | 112.0  |        |       |
| 5  | 5   | 4  | 5  | 5   | 5  | 4  | 5  | 5   | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 5  | 5  | 4  | 5   | 4  | 4   | 4  | 4   | 4  | 3   | 4  | 4  | 4  | 4          | 4     | 4      | 128.0  |       |
| 6  | 5   | 4  | 5  | 5   | 3  | 3  | 4  | 5   | 3  | 5   | 4  | 4  | 4   | 4   | 5  | 4  | 3  | 4   | 4  | 4   | 4  | 4   | 4  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4          | 4     | 2      | 120.0  |       |
| 7  | 5   | 5  | 5  | 5   | 5  | 5  | 5  | 5   | 5  | 5   | 5  | 5  | 5   | 5   | 4  | 5  | 5  | 5   | 3  | 5   | 5  | 4   | 5  | 5   | 5  | 5  | 5  | 5          | 5     | 5      | 5      | 145.0 |
| 8  | 3   | 4  | 5  | 4   | 5  | 4  | 5  | 5   | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 5  | 5  | 4  | 5   | 5  | 4   | 4  | 4   | 2  | 3   | 4  | 4  | 4  | 4          | 4     | 3      | 123.0  |       |
| 9  | 5   | 4  | 5  | 4   | 4  | 5  | 5  | 5   | 3  | 4   | 4  | 4  | 4   | 3   | 3  | 4  | 5  | 4   | 4  | 4   | 3  | 3   | 4  | 3   | 4  | 4  | 4  | 4          | 4     | 3      | 118.0  |       |
| 10   | 4   | 4  | 4  | 4   | 5  | 5  | 5  | 5   | 5  | 4   | 4  | 4  | 5   | 4   | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 4   | 4  | 4   | 4  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4          | 4     | 4      | 4      | 126.0 |
| 11   | 5   | 4  | 5  | 4   | 5  | 5  | 5  | 5   | 4  | 5   | 4  | 5  | 5   | 4   | 4  | 4  | 5  | 4   | 5  | 4   | 4  | 3   | 4  | 4   | 5  | 4  | 5  | 5          | 3     | 130.0  |        |       |
| 12   | 4   | 5  | 5  | 5   | 4  | 5  | 4  | 4   | 4  | 5   | 5  | 4  | 5   | 5   | 4  | 5  | 4  | 5   | 4  | 5   | 4  | 5   | 4  | 3   | 5  | 4  | 5  | 4          | 4     | 4      | 133.0  |       |
| 13   | 4   | 5  | 5  | 5   | 5  | 5  | 4  | 4   | 4  | 4   | 4  | 5  | 5   | 4   | 4  | 5  | 4  | 4   | 4  | 4   | 5  | 5   | 5  | 5   | 5  | 5  | 5  | 4          | 5     | 5      | 138.0  |       |
| 14   | 3   | 3  | 4  | 5   | 4  | 4  | 4  | 5   | 3  | 2   | 3  | 5  | 5   | 3   | 4  | 5  | 4  | 5   | 5  | 4   | 4  | 2   | 2  | 1   | 4  | 5  | 3  | 3          | 3     | 3      | 111.0  |       |
| 15   | 4   | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 4   | 4  | 5  | 5   | 4   | 5  | 5  | 4  | 4   | 4  | 4   | 3  | 3   | 3  | 3   | 3  | 3  | 3  | 3          | 3     | 3      | 115.0  |       |
| PROMEDIO   | 4.3   | 4.3  | 4.8  | 4.5   | 4.5  | 4.5  | 4.6  | 4.7   | 4.0  | 4.2   | 4.1  | 4.3  | 4.5   | 4.1   | 4.1  | 4.7  | 4.6  | 3.7   | 4.5  | 4.1   | 3.9  | 3.7   | 3.7  | 3.1   | 4.0  | 3.6  | 4.1  | 3.9        | 4.1   | 3.2    | 124.48 |       |
| VARIANZA   | 0.5   | 0.4  | 0.2  | 0.3   | 0.4  | 0.4  | 0.3  | 0.2   | 0.4  | 0.6   | 0.4  | 0.4  | 0.4   | 0.3   | 0.2  | 0.3  | 0.4  | 0.3   | 0.3  | 0.5   | 1.0  | 0.8   | 1.1  | 0.6   | 0.7  | 0.6  | 0.5  | 0.4        | 1.0   | 108.97 |        |       |
| SUMA TOTAL   | 13.8  |  |  |   |  |  |  |   |  |   |  |  |   |   |  |  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |  |  |            |       |        |        |       |
| PROMEDIO TOTAL   | 4.4   |  |  |   |  |  |  |   |  |   | 4.3  |  |   |   |  |  |  |   |  |   | 3.7  |   |  |   |  |  |  |            |       |        |        |       |
| VARIANZA TOTAL   | 0.4   |  |  |   |  |  |  |   |  |   | 0.3  |  |   |   |  |  |  |   |  |   | 0.7  |   |  |   |  |  |  |            |       |        |        |       |

SABANA DE DATOS

VARIABLE 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

| DIMENSION ECONOMICA INTERNA  |   |   |   |  | DIMENSION ECONOMICA EXTERNA                                  |   |  |  |  | DIMENSION SOCIAL INTERNA   |   |  |  |   | DIMENSION SOCIO CULTURAL Y POLÍTICA EXTERNA                       |  |  |  |  | DIMENSION ECOLOGICA INTERNA   |  |  |   |   | DIMENSION ECOLOGICA EXTERNA   |   |   |  |  |            |     |     |     |     |       |        |       |
|--|---|---|---|--|--|---|--|--|--|--|---|--|--|---|---|--|--|--|--|---|--|--|---|---|---|---|---|--|--|------------|-----|-----|-----|-----|-------|--------|-------|
| 1  | 2   | 3   | 4   | 5  | 6  | 7   | 8  | 9  | 10   | 11   | 12  | 13   | 14   | 15  | 16  | 17   | 18   | 19   | 20   | 21  | 22   | 23   | 24  | 25  | 26  | 27  | 28  | 29   | 30   |            |     |     |     |     |       |        |       |
| Los equipos de trabajo son considerados con la realidad económica de la organización | Los equipos de trabajo son considerados con la inversión económica de la organización | El o los dueños de la organización son considerados con la inversión económica de la organización | El o los dueños de la organización invierten recursos en acciones que favorecen el clima organizacional | Los recursos económicos de la organización permiten cumplir con el servicio a la comunidad y tras ser invertidos transformados | Los recursos económicos generan utilidades a la organización | Los resultados del servicio brindado permiten cumplir con las obligaciones tributarias y beneficios a | Los resultados económicos del servicio brindado son reinvertidos para mejorar la calidad del servicio a favor de los productores | Los resultados económicos del servicio brindado son reinvertidos para mejorar la calidad del servicio a favor de los productores | Los resultados económicos del servicio brindado son reinvertidos para mejorar la calidad del servicio a favor de los productores | El desarrollo de asesorías directas en el desarrollo de los sectores productivos | La confianza que proporciona la organización por parte de las decisiones que se toman permite tener una calidad de decisiones y puestas al tiempo | Los mecanismos de respaldo en el colaborador por parte de las competencias y habilidades que serán tomadas en cuenta | La garantía de una línea de carrera permite desarrollar competencias y habilidades para invertir | La percepción sobre las posibilidades de ascenso y oportuna en todos los niveles de trabajo en equipo | La comunicación clara y oportuna en acciones de trabajo en equipo | La influencia de la organización para realizar acciones de trabajo en equipo | La percepción de que todos son proactivos y participativos a las propuestas innovadoras que se presentan | La forma en que se comporta la organización a través de sus propuestas de desarrollo de la salud | La influencia de los clientes a través de sus propuestas de desarrollo de la salud | La realización de actividades de integración social ambiental que influye en cambios de hábitos | La forma en que la organización maneja las políticas ambientales que influye en cambios de hábitos | Los procesos dentro de la organización permiten brindar servicios que cuidan el medio ambiente | El grado de conocimiento del personal sobre las políticas de seguridad que permite brindar servicios que cuidan el medio ambiente | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambientes de la organización | Las acciones de prevención y cuidado del medio ambiente en la organización son pertinentes dentro de la ocupacional | El grado de conocimiento del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambientes de la organización | La experiencia del personal en el uso de productos o materiales que contaminan los ambientes de la organización | La organización respeta las normas legales vigentes para el cuidado del medio ambiente | La organización promueve acciones de reciclaje en todos los niveles para su posterior donación | SUMA TOTAL |     |     |     |     |       |        |       |
| 1  | 4   | 4   | 5   | 4  | 4  | 4   | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 4  | 5  | 5   | 5   | 5  | 5  | 5  | 5  | 4   | 5  | 4  | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5  | 4  | 5          | 5   | 5   | 5   | 4   | 5     | 5      | 136.0 |
| 2  | 5   | 5   | 3   | 3  | 3  | 3   | 3  | 3  | 3  | 4  | 5   | 5  | 5  | 4   | 4   | 5  | 5  | 5  | 5  | 4   | 5  | 4  | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4  | 4  | 4          | 4   | 4   | 2   | 3   | 123.0 |        |       |
| 3  | 5   | 5   | 5   | 5  | 4  | 5   | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5  | 5  | 5   | 5   | 4  | 5  | 5  | 4  | 5   | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4  | 4  | 5          | 5   | 5   | 5   | 5   | 5     | 145.0  |       |
| 4  | 5   | 4   | 5   | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4  | 4  | 4          | 4   | 4   | 4   | 4   | 4     | 121.0  |       |
| 5  | 4   | 4   | 4   | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4  | 4  | 4          | 4   | 4   | 4   | 4   | 4     | 120.0  |       |
| 6  | 3   | 4   | 5   | 5  | 3  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3  | 4  | 4   | 4   | 4  | 5  | 5  | 5  | 2   | 4  | 4  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4  | 4  | 5          | 5   | 5   | 5   | 4   | 5     | 126.0  |       |
| 7  | 3   | 4   | 5   | 5  | 5  | 5   | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5  | 5  | 5   | 5   | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4  | 4  | 4          | 4   | 4   | 4   | 5   | 5     | 140.0  |       |
| 8  | 2   | 3   | 5   | 2  | 3  | 4   | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 4  | 3  | 5   | 2   | 3  | 4  | 4  | 5  | 5   | 4  | 5  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4  | 4  | 4          | 4   | 4   | 5   | 4   | 4     | 117.0  |       |
| 9  | 4   | 4   | 3   | 3  | 3  | 4   | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 3  | 3  | 3   | 2   | 2  | 2  | 3  | 3  | 3   | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3  | 3  | 3          | 3   | 3   | 3   | 3   | 3     | 3      | 94.0  |
| 10   | 5   | 3   | 4   | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4  | 4  | 4          | 4   | 4   | 4   | 4   | 4     | 4      | 120.0 |
| 11   | 5   | 4   | 5   | 5  | 4  | 3   | 5  | 4  | 4  | 4  | 5   | 4  | 5  | 5   | 4   | 5  | 4  | 5  | 4  | 5   | 3  | 4  | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 3  | 4  | 3          | 4   | 5   | 5   | 3   | 4     | 4      | 129.0 |
| 12   | 5   | 5   | 5   | 5  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 4  | 4  | 5   | 4   | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 4  | 5  | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4  | 4  | 4          | 4   | 4   | 4   | 5   | 5     | 5      | 133.0 |
| 13   | 4   | 5   | 5   | 5  | 5  | 4   | 4  | 4  | 4  | 5  | 5   | 5  | 4  | 5   | 5   | 5  | 5  | 4  | 5  | 5   | 5  | 5  | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4  | 5  | 5          | 5   | 5   | 4   | 5   | 5     | 5      | 142.0 |
| 14   | 5   | 4   | 3   | 3  | 3  | 3   | 4  | 4  | 4  | 5  | 5   | 5  | 3  | 4   | 3   | 5  | 3  | 5  | 3  | 4   | 5  | 5  | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4  | 3  | 3          | 3   | 3   | 3   | 3   | 4     | 4      | 122.0 |
| 15   | 4   | 4   | 4   | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4  | 4  | 4   | 4   | 4  | 5  | 5  | 5  | 5   | 5  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4  | 4  | 4          | 4   | 4   | 4   | 4   | 4     | 4      | 122.0 |
| PROMEDIO   | 4.2   | 4.1   | 4.4   | 4.1  | 3.8  | 3.9   | 4.1  | 4.2  | 4.2  | 4.4  | 4.3   | 4.1  | 4.2  | 4.3   | 4.1   | 4.2  | 4.5  | 4.5  | 4.1  | 4.3   | 4.3  | 4.2  | 4.2   | 4.2   | 4.2   | 4.3   | 4.2   | 3.9  | 3.8  | 4.3        | 4.3 | 4.3 | 4.3 | 4.3 | 4.3   | 126.00 |       |
| VARIANZA   | 0.9   | 0.4   | 0.7   | 0.9  | 0.5  | 0.4   | 0.4  | 0.3  | 0.2  | 0.3  | 0.5   | 0.4  | 0.5  | 0.7   | 1.1   | 0.7  | 0.6  | 0.4  | 0.8  | 0.5   | 0.4  | 0.5  | 0.5   | 0.6   | 0.5   | 0.5   | 0.4   | 0.2  | 0.8  | 0.8        | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5   | 158.14 |       |
| SUMA TOTAL   |   |   |   |  |  |   |  |  |  |  |   |  |  |   |   |  |  |  |  |   |  |  |   |   |   |   |   |  |  |            |     |     |     |     |       |        |       |
| PROMEDIO TOTAL   | 4.05  |   |   |  |  | 4.2   |  |  |  |  | 4.2   |  |  |   |   | 4.4  |  |  |  |   | 4.2  |  |   |   |   | 4.1   |   |  |  |            |     |     |     |     |       |        |       |
| VARIANZA TOTAL   | 0.7   |   |   |  |  | 0.3   |  |  |  |  | 0.7   |  |  |   |   | 0.5  |  |  |  |   | 0.5  |  |   |   |   | 0.5   |   |  |  |            |     |     |     |     |       |        |       |

**SABANA DE DATOS**  
**VARIABLE : INDICADORES CLAVES DE ÉXITO**

|                | DIMENSION EXACTITUD  |   | DIMENSION FORMA   |  |  |  | DIMENSION FRECUENCIA   |   |   | DIMENSION EXTENSION   |   |   | DIMENSION ORIGEN  |   |   | DIMENSION TEMPORALIDAD  |  |  | DIMENSION RELEVANCIA  |  |   |   | DIMENSION INTEGRIDAD |     |     | DIMENSION OPORTUNIDAD |     |     |     |     |        |        |       |
|----------------|--|---|---|--|--|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|--|---|--|---|---|----------------------|-----|-----|-----------------------|-----|-----|-----|-----|--------|--------|-------|
|                | 1  | 2   | 3   | 4  | 5  | 6  | 7  | 8   | 9   | 10  | 11  | 12  | 13  | 14  | 15  | 16  | 17   | 18   | 19  | 20   | 21  | 22  | 23                   | 24  | 25  | 26                    | 27  | 28  | 29  | 30  |        |        |       |
|                | Los indicadores de gestión están elaborados de manera correcta y su ejecución se realiza con la familiaridad con los indicadores permite procesarlos para obtener resultados que permitan tomar decisiones en una escala necesaria y aprobaron los espacios para su resultados | La familiaridad con los indicadores permite procesarlos para obtener resultados que permitan tomar decisiones en una escala necesaria y aprobaron los espacios para su resultados | Los indicadores están acompañados con un informe claro y se cuenta con la información necesaria y aprobaron los espacios para su resultados | Los indicadores presentan espacios para firma y sello de quienes elaboraron, revisaron y aprobaron los espacios para su resultados | Los indicadores son presentados en un formato estandarizado con contenidos necesarios y numéricos para procesar los resultados | La grafica preestablecida de los indicadores refleja los resultados antes de procesar los resultados | Los indicadores consideran los tiempos totales de ejecución de las acciones para su posterior análisis | Los indicadores consideran la temporalidad del análisis de resultados | Los indicadores se circunscriben en el área de acción en forma puntual para la toma de decisiones | Los indicadores describen realidades productivas por unidades de negocios geográficas y que le permiten ser efectivos y mejorar | Los procedimientos contienen la cantidad necesaria de indicadores | Los indicadores que se producen en el área son ejecutados de forma efectiva y ayudan en la mejora | Los indicadores que se producen fuera del área complementa a las de dentro del área para tener tiempo | El indicador permite manejar e interpretar la información en periodos de forma inmediata necesidad, adaptados o esperados | Los resultados de los indicadores en su mayoría son semestrales y en diversas áreas cada uno de acuerdo a su necesidad, adaptados o esperados | Los indicadores son planteados de acuerdo a la cantidad de acciones posteriores a la ejecución del procedimiento para la toma de decisiones | Los indicadores permiten desarrollar acciones que muestran entre sí con solo retroalimentan de la institución para su consulta en verificar su necesidad | Los resultados de los procedimientos de los indicadores son transparentes y área de calidad de la institución para su consulta en verificar su necesidad | Los indicadores también son revisados por el área de calidad de la institución para su consulta en verificar su necesidad | Los indicadores con sus resultados se encuentran en plataformas emitidos y actualizados en forma puntual anual para su comparación | Los resultados de los indicadores son actualizados según cronograma anual para su comparación | Las actualizaciones de los indicadores se realizan según cronograma anual para su comparación | SUMA TOTAL           |     |     |                       |     |     |     |     |        |        |       |
| 1              | 4.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0  | 4.0  | 4.0  | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0  | 5.0  | 5.0   | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0                  | 5.0 | 5.0 | 5.0                   | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0    | 147.0  |       |
| 2              | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 4.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0                  | 5.0 | 5.0 | 5.0                   | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0    | 5.0    | 141.0 |
| 3              | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0  | 5.0  | 5.0   | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0                  | 5.0 | 5.0 | 5.0                   | 4.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0    | 149.0  |       |
| 4              | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0                  | 5.0 | 4.0 | 4.0                   | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0    | 4.0    | 124.0 |
| 5              | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0                  | 4.0 | 4.0 | 4.0                   | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0    | 4.0    | 120.0 |
| 6              | 4.0  | 5.0   | 5.0   | 4.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 4.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0  | 5.0  | 5.0   | 4.0  | 4.0   | 5.0   | 5.0                  | 4.0 | 4.0 | 4.0                   | 5.0 | 5.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0    | 138.0  |       |
| 7              | 5.0  | 4.0   | 5.0   | 4.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0  | 5.0  | 5.0   | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0                  | 5.0 | 5.0 | 5.0                   | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0    | 145.0  |       |
| 8              | 4.0  | 5.0   | 5.0   | 4.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0   | 4.0   | 5.0   | 2.0   | 3.0   | 4.0   | 5.0   | 2.0   | 4.0   | 4.0  | 4.0  | 5.0   | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0                  | 4.0 | 4.0 | 4.0                   | 4.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0    | 128.0  |       |
| 9              | 4.0  | 3.0   | 4.0   | 3.0  | 5.0  | 3.0  | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 3.0   | 3.0   | 2.0   | 3.0   | 3.0   | 3.0   | 3.0  | 3.0  | 3.0   | 3.0  | 3.0   | 3.0   | 3.0                  | 3.0 | 3.0 | 3.0                   | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0 | 3.0    | 100.0  |       |
| 10             | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0                  | 4.0 | 4.0 | 4.0                   | 4.0 | 4.0 | 5.0 | 2.0 | 3.0    | 118.0  |       |
| 11             | 5.0  | 3.0   | 3.0   | 4.0  | 5.0  | 4.0  | 5.0  | 3.0   | 3.0   | 3.0   | 4.0   | 3.0   | 4.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 3.0  | 4.0  | 5.0   | 5.0  | 5.0   | 3.0   | 5.0                  | 5.0 | 4.0 | 5.0                   | 5.0 | 4.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0    | 127.0  |       |
| 12             | 5.0  | 5.0   | 4.0   | 4.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0                  | 5.0 | 5.0 | 5.0                   | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0    | 138.0  |       |
| 13             | 5.0  | 4.0   | 5.0   | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 5.0   | 5.0   | 5.0   | 4.0  | 5.0  | 5.0   | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 5.0                  | 5.0 | 5.0 | 5.0                   | 5.0 | 4.0 | 5.0 | 5.0 | 5.0    | 144.0  |       |
| 14             | 5.0  | 5.0   | 5.0   | 4.0  | 4.0  | 5.0  | 5.0  | 3.0   | 3.0   | 3.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 5.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 3.0  | 4.0   | 4.0   | 5.0                  | 4.0 | 5.0 | 4.0                   | 5.0 | 5.0 | 4.0 | 4.0 | 4.0    | 127.0  |       |
| 15             | 5.0  | 4.0   | 4.0   | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 5.0  | 4.0   | 5.0   | 4.0   | 5.0   | 4.0   | 4.0   | 4.0   | 5.0   | 4.0   | 4.0  | 4.0  | 4.0   | 4.0  | 4.0   | 4.0   | 4.0                  | 4.0 | 5.0 | 4.0                   | 4.0 | 4.0 | 3.0 | 4.0 | 4.0    | 129.0  |       |
| PROMEDIO       | 4.5  | 4.3   | 4.5   | 4.2  | 4.7  | 4.5  | 4.7  | 4.2   | 4.3   | 4.3   | 4.2   | 4.1   | 4.2   | 4.5   | 4.4   | 4.5   | 4.1  | 4.3  | 4.4   | 4.3  | 4.3   | 4.3   | 4.5                  | 4.5 | 4.5 | 4.4                   | 4.7 | 4.5 | 4.2 | 4.4 | 4.4    | 131.67 |       |
| VARIANZAR      | 0.3  | 0.5   | 0.4   | 0.3  | 0.2  | 0.4  | 0.2  | 0.5   | 0.5   | 0.5   | 0.7   | 0.5   | 0.6   | 0.4   | 0.8   | 0.4   | 0.4  | 0.4  | 0.4   | 0.5  | 0.4   | 0.5   | 0.4                  | 0.4 | 0.3 | 0.4                   | 0.2 | 0.4 | 1.0 | 0.7 | 177.24 |        |       |
| SUMA TOTAL     | 13.7   |   |   |  |  |  |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |  |   |  |   |   |                      |     |     |                       |     |     |     |     |        |        |       |
| PROMEDIO TOTAL | 4.4  |   |   | 4.5  |  |  |  | 4.3   |   |   | 4.2   |   |   | 4.5   |   |   | 4.3  |  |   | 4.3  |   |   |                      | 4.5 |     |                       | 4.4 |     |     |     |        |        |       |
| VARIANZA TOTAL | 0.4  |   |   | 0.3  |  |  |  | 0.5   |   |   | 0.6   |   |   | 0.5   |   |   | 0.4  |  |   | 0.4  |   |   |                      | 0.3 |     |                       | 0.7 |     |     |     |        |        |       |



Anexo 10: Artículo científico:

**La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019**

(The incidence of neuromanagement and corporate social responsibility in the key indicators of success, in the CP Administration of a private university of Lima Este 2019)

Alberto Monzón  
*Universidad Cesar Vallejo*

**RESUMEN**

La presente investigación tiene por título “La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019”, tuvo como propósito demostrar el efecto de las variables neuromanagement y responsabilidad social empresarial (RSE) en indicadores claves de éxito. El enfoque fue cuantitativo de diseño no experimental, Ex Post Facto, estudio de correlación causal. Se utilizó como muestra censal a 15 docentes a tiempo completo y jefes de práctica que manejan procedimientos con dos años de experiencia mínima, el instrumentó aplicado fue un cuestionario con un total de 90 preguntas, 30 por variable con un alfa de Cronbach mayor a 0.904 en cada una de las variables y fue validado por 4 expertos, en la misma se aplicó una escala tipo Likert. Para procesar los datos del cuestionario, luego se utilizó el SPSS versión 24, estadística descriptiva y el estadístico Chi cuadrado para datos no paramétricos, del que se obtuvo con un sig  $0.006 < 0.05$  en la prueba estadística de correlación causal Chi cuadrado, por Nagelkerke una correlación logística de 0.704, lo cual nos indican que la correlación causal es alta positiva en la asociación de las variables: neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito.

**Palabras claves:** neuromanagement, la responsabilidad social empresarial, indicadores claves de éxito.

**ABSTRACT**

The present research is entitled "The incidence of neuromanagement and corporate social responsibility in the key indicators of success, in the CP Administration of a private university of Lima Este 2019" purpose of demonstrating the effect of neuromanagement variables and corporate social responsibility (CSR) on key indicators of success. The approach was quantitative non-experimental design, Ex Post Facto, causal correlation study. It was used as a sample of 15 full-time teachers and practice managers who handle procedures with two years of minimum experience, the applied instrument was a questionnaire with a total of 90 questions, 30 per variable with a Cronbach alpha greater than 0.904 in each of the variables and was validated by 4 experts, in the same a Likert scale was applied. To process the questionnaire data, SPSS version 24, descriptive statistics and the square Chi statistic for nonparametric data, obtained with a sig  $0.006 < 0.05$  were used in the statistical test of causal correlation Chi squared, by Nagelkerke a logistical correlation of 0.704, which indicate slams that causal correlation is high positive in the association of variables: neuromanagement and social responsibility in the social responsibility in the corporate social responsibility in the key indicators of success.

**Keywords:** neuromanagement, corporate social responsibility, key indicators of success.

## I. INTRODUCCIÓN

En el presente, la neurociencia se ha encargado de describir cómo funciona nuestro cerebro en cuanto la forma de pensar y actuar, en tal sentido teorías generales sobre las competencias se han desarrollado con éxito en diferentes partes del mundo, y más aún se han desarrollado las competencias gerenciales hasta el punto de desarrollar la administración de hoy por competencias. No podemos negar que en un contexto de consecuencias de recientes crisis económicas iniciadas desde el 2008 se requiere de una gestión productiva y casi impecable. A nivel local la gestión de organizaciones no ha tenido mucho éxito, considerando primero que el 85% de los micros emprendimientos perecen en el primer año por falta de una adecuada gestión tanto como las grandes empresas que en ocasiones han tenido que fusionarse a transnacionales como Coca Cola, grupo chileno CENCOSUD o SODIMAC, Nestle, etc. La gestión universitaria pública o privada no es ajena a esta realidad, recientemente se viene desarrollando un proceso de licenciamiento universitario a nivel de 140 universidades aproximadamente en el país, ya se han denegado 10 licencias, los motivos principales es la carencia de capacidad para brindar los servicios ofrecidos desde la infraestructura, calidad educativa deficiente, falta de un procedimiento claro de investigación, poca capacidad financiera de ingresos como de inversión para el alcance de resultados entre otros motivos para que los clientes finales, estudiantes egresados puedan insertarse en el mercado laboral cumpliendo un perfil de éxitos con el desarrollo de competencias específicas y genéricas. En tal sentido el grado de exigencia es superior tal como se muestra en los últimos resultados de licenciamiento 2019 por ejemplo Asimismo, la UPAL deberá presentar a la Dirección de Licenciamiento, al final de cada año hasta el 2025, evidencias de la ejecución y los resultados obtenidos de su Plan Estratégico

y del Plan de Gestión de la Calidad, así como de las acciones correctivas implementadas, de ser el caso.

A nivel internacional y local los beneficios del neuromanagement se han visto pertinentes en la alta dirección, gestión del talento humano y en la implementación del cambio. Pues a nivel mundial día a día se requiere CEO experimentados con un nivel de toma de decisiones y comunicación casi en tiempo real y efectivo. Siendo la efectividad un efecto superior a la eficacia y eficiencia, hoy ya no es suficiente, se requiere todo tipo de ahorro de recursos, es decir ser efectivos, lo cual se realiza mediante un liderazgo inteligente, competitivo y humano, esto por las demandas de los inversionistas.

Para entender el rol de la Responsabilidad Social Empresarial en nuestro contexto de hoy debemos considerar eventos como la crisis económica de 1929 que deja desigualdades marcadas y acentuadas por los efectos de la segunda guerra mundial (1940-1945) y como consecuencia de ello la responsabilidad social de las empresas se desarrolla en medio de políticas económicas e industriales del gobiernos populistas y en ocasiones proteccionista. Se establece el pacto fordista, cimentado sobre la negociación de las condiciones de trabajo y del acceso a un nivel de vida en aumento para los empleados de las empresas; representa un pacto estable, negociado entre sindicatos, gobiernos y grandes empresas. Sin embargo las grandes organizaciones llegaron a anular pactos y en otras realidades a los sindicatos para obtener grandes ganancias. En 2007, Wal-Mart, con casi dos millones de empleados, es una empresa de servicios (de gran distribución) que no tiene convenciones colectivas, no existe ningún sindicato, los salarios promedio son de unos 17.500 dólares al año, con beneficios sociales muy limitados. El presidente tiene un salario y beneficios sociales cerca de 1.000 veces el salario promedio. La crisis

económica del 2008 ha expuesto las acciones de poca responsabilidad empresarial. En Latinoamérica se hereda las propuestas americanas y del Reino Unido en medio de diversas expresiones culturales y de sentimientos encontrados por la opresión ejercida por gobiernos coloniales, militares y corruptos.

Las instituciones de educación superior no son ajenas a la aplicación de la gestión adecuada, pues muchas han sucumbido ante las malas prácticas de las autoridades, quienes quizá no estaban preparadas por su formación o porque no conocen las capacidades o competencias necesarias para tener una gestión con éxito, las organizaciones educativas a nivel superior son exigidas a nivel internacional a conseguir estándares que les permita ser certificadas como universidades de calidad a este proceso se le llama acreditación, permitiendo que sus beneficiarios puedan continuar estudios en cualquier universidad del mundo o conseguir trabajos decorosos e inmediatos, pero esto se consigue con una gestión inteligente y responsable.

Por otra parte, las organizaciones ante las crisis económicas han considerado ser más cuidadosas con sus recursos y lo que ellos le generen, las organizaciones inteligentes se han propuesto seguir indicadores claves de éxito, tras un previo análisis interno y externo se desafían a proponer objetivos específicos por áreas con indicadores y variables para ser monitoreadas por mapas estratégicos en tableros de mando. Luego de la crisis de las 2008 grandes organizaciones empezaron a usar los aportes de Kaplan en cuanto el Balanced Scorecard en todo tipo de organización pública o privada, con o sin fines de lucro, grande o pequeña con resultados prudentes y significativos para todos los miembros del grupo de interés internos o externos. Los indicadores claves de éxito o de rendimiento KPI son usados en grandes organizaciones obligadas por sobrevivir y perennizarse en el medio, sin

embargo la realidad es que no son usadas en la gran mayoría de las organizaciones por la falta de conocimiento en su uso y beneficio. En nuestro contexto organizaciones como Lidney- Inca Cola, antes de ser adquirido, ya tenía establecido el uso de KPI que son sincronizados por SAP, Oracle People y Balanced Scorecard, dentro de la industrias peruanas se aplican los KPI's como el caso de Aje Group quienes han monitoreado su crecimiento a nivel local y su expansión a lo largo de del eje ecuatorial.

En el sector educativo SINEACE, en su portal indica que el sistema nacional de evaluación de acreditación y certificación en la calidad educativa, ha planteado un mapa de proceso para el alcance de resultados que puede ser acreditado con un nivel de calidad optimo, para lo cual es importante cumplir con indicadores de gestión de calidad (IGC) que evidencia el desarrollo de competencias que se exigen en el perfil del egresado en la parte de aprendizaje, extensión, proyección social servicio de bienestar universitario, planificación estratégica, movilidad académica y resultados en las competencias del egresado.

A través del neuromanagement observaremos las inteligencias o desinteligencias en la aplicación de las seis dimensiones que corresponden a la aplicación de la responsabilidad social empresarial en una institución educativa superior en donde los recursos sean utilizados en forma óptima y monitoreados por resultados esperados a través de indicadores claves de éxito. A nivel local, la investigación se realizará en la CP Administración de una Universidad Privada de Lima Este. Podemos observar el desarrollo y aplicación de inteligencias emocionales, múltiples e intuitivas-creativas en personal a cargo de áreas claves que se refleja en comunicación efectiva y asertiva, capacidad para cumplir con los requerimientos de otras áreas a nivel horizontal y vertical, por último, realizar un

manejo de recursos financieros óptimo para el alcance de resultados. Sin embargo a nivel externo, en otras áreas dentro de la universidad privada de Lima Este, la CP Administración, considera como causas principales de dificultades en la gestión por resultados: la definición de perfiles de puestos y el desarrollo de una línea de carrera de los mismos puestos, etc. en tal sentido se obstaculizan los resultados de los indicadores de éxito para alcanzar el modelo de procesos planteado para el alcance de resultados de imagen, financieros y de certificación de calidad esperados. Las consecuencias inmediatas sería perder la integración institucional del equipo de trabajo, pérdida del público objetivo y de posicionamiento.

Dentro de los trabajos previos a nivel internacional sobre neuromanagement podemos encontrar en la tesis de maestría: Zhang, X. (2018). *Motivation of Enterprise Motivation Management Mechanism Based on Neuromanagement. NeuroQuantology 2018*, en su investigación experimental midiendo con Eventos Potenciales Relacionados (ERP) las ondas cerebrales emitidas por encefalogramas (EEG) sobre la influencia de la motivación externa e intrínseca y su mecanismo neuronal concluye: En la gestión de la motivación de las empresas, la motivación material no siempre es capaz de desempeñar un papel positivo, e incluso a veces destruir la motivación intrínseca original. Britto, TS, Fuentes, N, y Torres, V. (2017). *Neurogerencia como herramienta en la metamorfosis organizacional en Colombia 2017*, la investigación cualitativa propone entender la neurogerencia como herramienta para el cambio en la organización, mostrando las posturas del cerebro frente al cambio bajo una metodología cualitativa por medio del enfoque introspeccionismo o análisis interno vivencial y experimental, se triangularon los datos contrastando, usando un cuadro de subcategoría. Ente los principales resultados tenemos: La

neurogerencia ayuda a asumir compromiso como autoridad o colaborador frente a los entornos más complejos. También se demostró que la temporalidad de los cambios depende de la cultura organizacional y dependía de que lo jefes hacían como ejemplo y no de lo que pidieran que realicen. Nikolaevskaya, O. (2015) *Organizational potential of scientific work in the system of neuromanagement by the example of higher education*. La presente investigación descriptiva trata de demostrar la importancia del neuromanagement en las organizaciones desde su formación en los centros educativos de formación superior y su relación con las organizaciones. Resultados importantes: Definir el sistema educativo como un sistema abierto al diálogo y el desarrollo en línea con neuromanagement, el éxito en garantizar la calidad educativa adecuada que se brinda hoy es garantizado tanto por organizaciones como por docentes.

En cuanto a la variable responsabilidad social empresarial encontramos: Lopez, C., Rios, M. y Sánchez, M. (2017) "*Market structure and corporate social responsibility in mexican micro, small and medium enterprises. The link between individual and social preferences*", para la investigación se ha considerado microempresas con colaboradores con una muestra de 296 de una población de 95 Mypes, con un nivel de confianza del 95% u un error muestral del 5%, teniendo resultados diversos por sectores en el sector industrial. Los principales resultados son estadísticamente significativos con una relación positiva sobre RSE excepto la variable edad. Por su parte Ramos, V., Avalos, A., Aguirre, L. y Tejera, E. (2018). *Diferencias del Comportamiento Socialmente Responsable entre empresas que Aplican y No Aplican Responsabilidad Social Empresarial*. El estudio tuvo por objetivo demostrar que existe diferencias entre empresas que aplican responsabilidad social empresarial (RSE), bajo los resultados obtenido por los

colaboradores que aplican un comportamiento socialmente responsable (CSR) considerando de cinco dimensiones relacionados al CSR: autonomía, empatía, competencias, justicia y ética, la muestra fue de 699 entre el comparativo de dos organizaciones. Se usó correlaciones entre categorías asociadas al comportamiento social y no socialmente responsable con un sig. de 0.01 con coeficiente de correlación de Pearson ( $p < .05$ ) y ANOVA de un factor, en general en las organizaciones en donde se aplica RSE y CSR se observa mejores resultados en su aplicación diaria reflejadas en las dimensiones usadas en el presente estudio. Uribe, M. (2017). En su tesis Doctoral: *“La Responsabilidad Social Empresarial en Las Instituciones Del Sector Financiero De Ibagué (Colombia)”*, los sujetos de estudio de la presente investigación fueron las entidades financieras que funcionan en Ibagué, Colombia; se aplicó un cuestionario para determinar el efecto de las estrategias de RSE y el beneficio para los Stakeholders. Con un  $R^2$  de 0.99152, en general se observó que no fue significativo en el cuidado ambiental que se deben implementar los servicios necesarios y el más bajo de los resultados correlacionados en la participación significativa de utilidades por parte de los colaboradores, aun así las instituciones bancarias tienen un mejor desempeño con respecto a la RSE y en comparación con otros sectores productivos.

En cuanto a la variable indicadores claves de éxito o rendimiento tenemos las siguientes investigaciones previas: Escobar, R C., & Ruiz, M. (2018). *“Innovative Model of Management and University Quality through Results Indicators; the KPI's Cross Impact Matrix of the Universidad Bernardo O'Higgins”*., el estudio desea definir a través de los resultados históricos de los KPI's, mejorar el alcance de los resultados de su plan estratégico 2016-2020, que consta de objetivos estratégicos e indicadores a través de un Cuadro de Mando Integral, En

el área de proceso, siete de los diez indicadores muestran mayor correlación con un sig.  $< 0.05$  y un grado de confianza del 95% que, en los indicadores de entradas, destacando la importancia de los indicadores de acreditación de carreras y/o programas, pero con bajo nivel de correlación la aprobación por carrera y apoyo para estudiantes. Por último, con respecto a los indicadores del área de Resultados siete de los diez los indicadores muestran un buen nivel de correlación. Gordon, L. C., Gratz, E., Kung, D. S., Dyck, H., & Lin, F. (2017). *“Strategic Analysis of the Role of Information Technology in Higher Education -- A KPI-centric model”*, la investigación de KPI's se realizó con 75,000 estudiantes en 213 instituciones educativas de alumnos de pregrado participantes para mejorar el modelo estratégico centrado en KPI en su relación con el desarrollo de tecnología de la información ofrecida por esta casa de estudio.

En este estudio compara y contrasta todos los hallazgos de las instituciones de EE. UU. con los casos específicos de la Universidad de La Verne. Los indicadores están integrados en un Cuadro de Mando Integral para lograr una mejora continua basada de modo que se permita alcanzar los objetivos y metas institucionales también, para lo cual se requiere un monitoreo permanente para realizar las correcciones en caso de desvío.

Dentro de las investigaciones nacionales sobre neuromanagement podemos considerar los siguientes resultados de las tesis: Zárate Ruiz, Gustavo Ernesto (2017). En su tesis de Maestría: *“Neuromanagement en la cultura organizacional, tienda Sodimac Primavera de Surquillo, Lima Perú”*, La investigación tuvo como propósito demostrar que Neuromanagement influye en la cultura organizacional, teniendo como fuente de información a los colaboradores del establecimiento Sodimac Primavera de Surquillo año 2017. Se tuvo una muestra de 160 colaboradores de 305 en planilla. Se usó la encuesta como técnica. El

instrumento tuvo un nivel de confiabilidad de 0,875, se obtuvo un coeficiente de correlación de Nagelkerke de 0.885 con un nivel de significación del 0.000 en donde se determina que el neuromanagement si influye en la cultura organizacional de manera productiva. Bazán, R. (2016). En su tesis Doctoral: *“Propuesta de Modelo de Gestión Recursos Humanos basado en el Neuroliderazgo para promover la mejora continua en instituciones educativas secundarias mixtas de Chachapoyas – Amazonas”*. Se tuvo una muestra de la población de gestión educativa a 06 directores, 71 profesores, 12 empleados. Según el instrumento aplicado existe una correlación alta del 0.747 y un sig. de 0.000, teniéndose como resultado: no existe un nivel de mejora continua al igual que toma de decisiones no proactivas, con un nivel medio 63,6%; por lo tanto, la gestión a nivel del centro educativo está en un nivel con el 63,6% con docentes no capacitados para manejar los cambios en Diseño Básico Regular; la administración de los empleados se encuentran en un 51.5% de aceptación. En cuanto a la variable Responsabilidad Social Empresarial: Mejía, J. (2014) En su tesis Doctoral: *“Impacto de responsabilidad social empresarial en la gestión pública de las escuelas, Carabayllo”*. La investigación no experimental, contó con una muestra de 60 alumnos de los últimos dos años de secundaria, quienes tuvieron un programa de RSE y se les aplicó luego una encuesta que mide el impacto de la RSE en la administración pública con un coeficiente Cronbach de 0,85 se utilizó la prueba T de student para contrastar la hipótesis entre los grupos, el resultado que se obtuvo fue con un  $p = 0,000$  menor que  $\alpha$  ( $p < \alpha$ ) y  $t = 6,047$  mayor que 1,67 (punto crítico) si existe un efecto del RSE sobre los que si llevaron el programa frente a los que no lo llevaron. Hernán M, (2016). En su tesis de maestría: *“Responsabilidad social empresarial y gestión humana en el Hospital Hermilio Valdizan, Lima Perú”*. Se aplicó investigación no experimental, descriptiva

correlacional. Con una muestra de 90 profesionales en salud y personal administrativos; 25 jefes de áreas varias. Usando estadístico no paramétrico de Rho de Spearman donde se contrastó la hipótesis general con una correlación de 0.66, con un sig. de 0.755 superior a 0.05, en tal sentido, se rechaza la Hipótesis Alternativa. Celestino, F. (2018) *Responsabilidad social empresarial y su relación en la Imagen Corporativa de una Universidad Privada de Chimbote-Ancash*. Se realizó una investigación es de correlacional, no experimental cuya muestra está integrada por 102 empleados. El resultado de correlación al nivel de significancia de  $p = 0.000$  ( $p < 0,05$ ) usando r de Spearman fue de 0,625 es decir es válido la hipótesis alternativa de investigación.

En cuanto a la variable Indicadores de clave de éxito o rendimiento: Rojas, B. (2017). En su tesis de Maestría: *“Indicadores de gestión y desempeño de los trabajadores en la Dirección de Obras del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo, San Martín - 2017”*. La Indagación estuvo conformada en su muestra por 50 colaboradores del nivel operativo y táctico. El trabajo se desarrolló bajo un diseño descriptivo correlacional. La prueba de Rho-Spearman un resultado de 0.413 indicando que existe relación entre gestión y desempeño laboral, con un sig. 0,000. Coacalla, C. (2018). En su tesis de Maestría: *Indicadores de Gestión en el Manejo Integral de Residuos Sólidos de la Municipalidad Provincial de Aymaraes, Apurímac*. La indagación tuvo una muestra de 380 lugareños, que respondieron un cuestionario con un Alfa de Cronbach de 0,869. Se obtuvo un Rho de Spearman de 0,496 determinada con un valor sig.  $0.000 \leq 0,05$  demostrando que los indicadores de gestión tienen efecto sobre el manejo de los residuos sólidos. Donet, L. (2017). En su tesis de Maestría: *“Evaluación de indicadores de salud en servicios odontológicos según nivel de atención de la Red Desconcentrada Sabogal EsSalud, entre*

los años 2014 al 2017". En la investigación se contó 23 establecimientos de salud de la RDSE, organizados en 7 niveles de atención, entre 2014-2017. Considerando todas las atenciones odontológicas por cita, hora hombre y agrupamiento de citas odontológicas. Se aplicó un análisis univariado por frecuencias, calculó media y desviación estándar. Se aplicó la prueba ANOVA para determinar la incompatibilidad importante dentro del grupo, con una confiabilidad del 95% y un margen de error de 5%.

Sobre las teorías relacionadas al tema, en cuanto a neuromanagement tenemos como principal expositor a Braidot (2014) que identifica el neuromanagement como: El neuromanagement es la aplicación de las neurociencias cognitivas al gerenciamiento y la conducción de organizaciones. Focaliza en: – los procesos neurológicos vinculados con la toma de decisiones; – el desarrollo de inteligencia individual y organizacional (inteligencia de equipos); – la planificación y gestión de personas (selección, formación, interacción grupal y liderazgo) (p.29). El neuromanagement considera tres inteligencias aplicadas: (a) Las inteligencias múltiples como input para una conducción organizacional eficaz. (b) La inteligencia emocional y social. (c) Inteligencia intuitiva y creatividad. Según Cáceres (2013) considera: “Según Cáceres (2013), el neuromanagement ha desarrollado un conjunto de programas viables para liberar las funciones ejecutivas del cerebro del efecto nocivo de las emociones negativas que, en contextos tan impredecibles como los actuales, irrumpen con demasiada frecuencia en las organizaciones. Por lo tanto, el neuromanagement tienes dos principios fundamentales: El cerebro no distingue entre lo que ocurre en la realidad y lo que, por propia voluntad, construimos en la mente. La realidad se construye, también, por la fuerza de nuestros pensamientos.” (p.20).

En cuanto a Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Juan Felipe Cajiga Calderón (2003) “El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial” indica sobre la Responsabilidad Social: Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, (p. 2). Considera que la RSE se expresa en las siguientes dimensiones: Dimensión económica interna. Dimensión económica externa. Dimensión social interna. Dimensión sociocultural y política externa. Dimensión ecológica interna. Dimensión ecológica externa. La aplicación de estas dimensiones se realizará considerando la realidad de cada organización considerando costos, beneficio y la posición de la organización en su contexto de operaciones. Barbachan, M. (2017). “Se agrupan en tres grupos los beneficios de la responsabilidad social, mejorar el desempeño financiero, en la adecuada reducción de costos operativos, mejorar la marca y un excelente prestigio a continuación se describe cada uno de ellos” (pág. 16). Este es un concepto que se inclina más a lo financiero pero que sin duda tiene la intención de compartir los beneficios empresariales a través de: Mejora en el desempeño financiero, Reducción de costos operativos y Mejora de imagen prestigio. Barbachan, M. (2017). Este concepto sin embargo es más integral u holístico en cuanto a sus beneficios y dimensiones, lo que implica una gestión más inteligente y controlada por indicadores. Bowen (1953) Recitado por Duque, Y., Cardona, M. y Rendón, J. (Diciembre, 2013) refiere que RSE “son las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones que son esenciales, para el logro de los objetivos y valores de nuestra sociedad”, este es un concepto antiguo pero vigente que refiere que aunque la responsabilidad social requiere de una actitud participativa de parte de todos los integrantes del grupo de interés o stakeholders, le corresponde a la alta

gerencia y accionistas modelar en primer lugar ante los colaboradores toda buen comportamiento de responsabilidad social empresarial. John Bissell Carroll (citado por Eguez y Vega, 2017) plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las organizaciones que son : económica, legal, ética y filantrópica, manifestado en una pirámide cuyo significado es una construcción de responsabilidades a cumplir de manera progresiva, no implica que las que están en la parte superior son más importantes, implica que existe un orden en su alcance y un eterno ciclo que inicia por las responsabilidades económicas hasta estar en las condiciones de cumplir con las responsabilidades filantrópicas.

Para la variable Indicadores clave de éxito o rendimiento, Mora (2017) manifiesta: El indicador es una capacidad que enuncia el proceder con el cumplimiento, podemos verificar que al medirse con algún otro nivel podemos revelar resultados tanto negativos como positivos. Mora describe la importancia de medir todo lo que se pueda así de manera objetiva podemos realizar correctivos o mejoras, lo que no se puede medir queda en la zona de subjetividad. Así mismo resalta el hecho de poder enlazar o dinamizar dichos resultados en la búsqueda de resultados institucionales. Uribe y Reinoso (2014) sostiene que las instituciones deben crear su propio control de indicadores para: Es importante que cada organización desarrolle sus propios indicadores partiendo de un análisis del contexto ajustado en los procedimientos que deben estar ya definidos en la organización según su dinámica de producción o servicio que tenga en su mapa de procesos establecido. Villagra (2015) considera la necesidad del serio y pertinente seguimiento que permitirá reconocer desviaciones, de esta manera el proceso administrativo se cierra con un efectivo control, precisamente es el cuarto elemento del proceso administrativo el que garantiza una tener una buena gestión, porque brindará tranquilidad de manejar internamente la organización para dirigirnos a una gestión

que nos permita afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades que se presenten. Sánchez (2015) citando a Navarro, “los indicadores son una magnitud asociada a una actividad, a un proceso, a un sistema, etc. que permite por comparación con los estándares, evaluar periódicamente las unidades de programación” (p.35). Además los indicadores tienen dos funciones describir y valorar los resultados de una serie de toma de decisiones y acciones. Beltrán (2008), tiene las siguientes dimensiones para su formulación, ejecución y mejora continua que permiten que las grandes organizaciones se perennicen y expandan a nivel internacional: Exactitud, Forma, Frecuencia, Extensión, Origen, Temporalidad, Relevancia, Integridad y Oportunidad.

En cuanto a la formulación del problema general es: ¿Cómo incide el neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019? Los problemas específicos son: ¿Cómo incide el neuromanagement en los indicadores claves de éxito? y ¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito?

La Hipótesis general es: Ha: Existe incidencias del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito. Ho: No existe incidencias del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito. Las Hipótesis específicas son: Ha: Existe incidencia del neuromanagement en los indicadores claves de éxito. Ho: No Existe incidencia del neuromanagement en los indicadores claves de éxito. Ha: Existe incidencia de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito Ho: No Existe incidencia de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito



Por tanto nuestro Objetivos son: Objetivo general: Demostrar la incidencia del neuromanagement y de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración en una universidad privada de Lima Este 2019. Objetivos específicos: Demostrar la incidencia del neuromanagement en los indicadores claves de éxito. Demostrar la incidencia de la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito.

## II. MÉTODO

### 2.1 Tipo y Diseño de investigación.

La presente investigación será de diseño no experimental, de corte transversal, no se manipulará ninguna de las variables, la información se recolectará en un determinado momento de tiempo determinado a través de cuestionarios que previamente fue evaluado desde la teoría para ver su pertinencia con el título, el problema, objetivos, hipótesis, tipo de variables, método y diseño en la Matriz de Consistencia para luego confirmar con una Tabla especificaciones la cantidad de preguntas a tener. El diseño de investigación será No experimental.

### 2.2 Variable.

En la investigación a desarrollar se investigarán las variables neuromanagement, responsabilidad social empresarial e indicadores claves de éxito, las tres variables son cuantitativas y serán medidas en forma ordinal.

### 2.3 Población muestra

La investigación será efectuada en los Docentes a tiempo completo y jefes de prácticas de una universidad privada de Lima Este. Los integrantes de la población serán de ambos sexos, todos mayores de 20 años, con grado de maestría de la CP Administración. Sólo son parte de la población los que tienen a su cargo responsabilidades en áreas académicas

asignadas. De la población escogida se tomará intencionalmente una muestra de 15 personas que es la misma de la población de docentes a tiempo completos y jefes de prácticas con dos años de antigüedad. En tal sentido el muestreo será intencional y no probabilístico.

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

La presente investigación tendrá como técnica la encuesta para recolectar la información relevante a través del instrumento la encuesta, se aplicará como método de evaluación sumaria o escala psicométrica de Rensis Likert en las preguntas de las encuestas entre los niveles de nunca y siempre.

Validación del instrumento: La validación del instrumento de recolección de datos estará a cargo de un grupo de personas expertos temáticos y metodológicos. Se pondrá a prueba los criterios de calificación como la pertinencia, relevancia y claridad sobre cada variable de estudio.

### 2.5 Procedimientos:

La forma de obtener los datos fue a través de tres cuestionarios usando la escala de Likert referente a neuromanagement y RSE en los indicadores claves de éxito. Posteriormente se procesó o tabuló la información en una hoja de cálculo Excel y se procesó la información tabulada en el programa estadístico SPSS V. 24, teniendo como productos tablas y figuras en función de sus niveles y rangos establecidos, y finalmente se contrastará las hipótesis determinando la correlación con un nivel de significancia estadística sigma de 0.05.

## 2.6 Métodos de análisis de datos:

Los datos de cada una de las variables serán evaluados con el paquete estadístico SPSS versión 22. Asimismo, se utilizará el software Excel para la elaboración y ajuste de los gráficos y porcentajes en las tablas de frecuencias, presentando la distribución y figura por cada resultado descriptivo y de correlación. Para el cálculo de las correlaciones se utilizará el estadístico Rho de Pearson.

## 2.7 Aspectos éticos

Se considera la reserva de información de cada docente a tiempo completo. Se garantizará su anonimato. Se respetará las normas APA, para la aplicación de referencias y como se establece en el esquema de la Universidad y ORCID.

## VIII. RESULTADOS

### 8.1 Presentación de Resultados

3.1.1 Validez: a continuación, se presentan las siguientes tablas por variables a considerar usando la V de Aiken con un nivel de aprobación con más de 0.70 por pregunta. Siendo los resultados en promedio de las variables:

Neuromanagement: 0.97

Responsabilidad Social Empresarial: 0.97

Indicadores Claves de Éxito: 0.93

3.1.2 Fiabilidad de las variables: Alfa de Cronbach

Neuromanagement: ,904

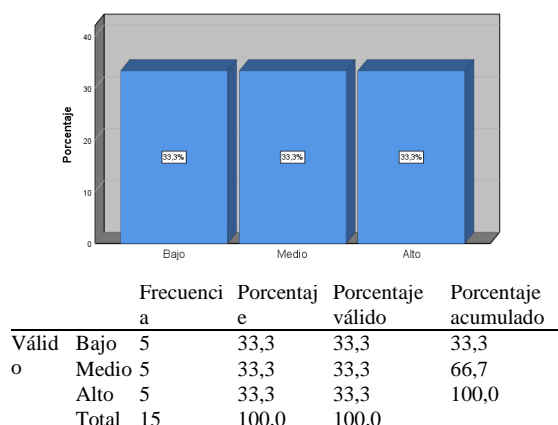
Responsabilidad Social Empresarial: ,932

Indicadores Claves de Éxito: ,954

### 3.1.3 Análisis Descriptivo

Distribución de frecuencia de la variable Neuromanagement

Tabla 1: Distribución de frecuencia de la variable Neuromanagement



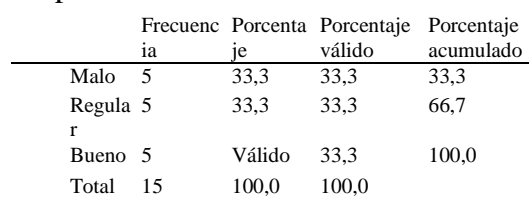
Nota: Elaboración propia

Figura 1: Distribución de frecuencia de la variable Neuromanagement

Del 100% de los encuestados, el 33.3% (5), su nivel de neuromanagement bajo, mientras que para el 33.3% (5) su nivel es medio o alto.

Distribución de frecuencia de la variable Responsabilidad Social Empresarial

Tabla 2: Distribución de frecuencia de la variable Responsabilidad Social Empresarial



Nota: Elaboración propia

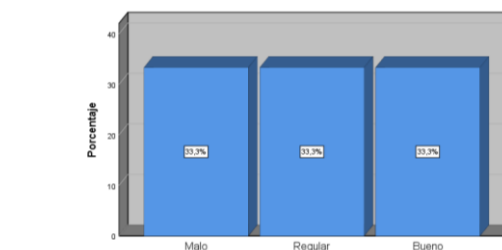


Figura 2: Distribución de frecuencia de la variable Responsabilidad Social Empresarial

Del 100% de los encuestados, el 33.3% (5), su nivel de responsabilidad social empresarial es malo, mientras que para el 33.3% (5) su nivel es regular o bueno.

## Distribución de frecuencia de la variable Indicadores Claves de Éxito

Tabla 3: Distribución de frecuencia de la variable Indicadores Claves de Éxito

|        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Bajo       | 6          | 40,0              | 40,0                 |
|        | Medio      | 4          | 26,7              | 66,7                 |
|        | Alto       | 5          | 33,3              | 100,0                |
|        | Total      | 15         | 100,0             |                      |

Nota: Elaboración propia

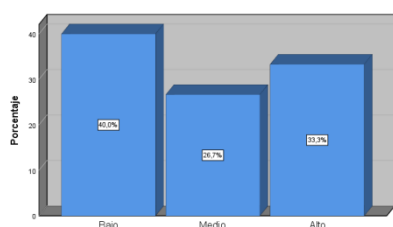


Figura 3: Distribución de frecuencia de la variable Indicadores Claves de Éxito

Del 100% de los encuestados, el 40% (6), su nivel de indicadores claves de éxito es bajo, mientras que para el 33.3% (5) su nivel de indicadores claves de éxito es alto, y para el 26.7% es medio.

### 3.1.4 Tablas Cruzadas

#### Neuromanagement\*Indicadores Claves de Éxito

Tabla 4: Tabla cruzada Neuromanagement\*Indicadores Claves de Éxito

|                             |       | Neuromanagement |       |       | Total |        |
|-----------------------------|-------|-----------------|-------|-------|-------|--------|
|                             |       | Bajo            | Medio | Alto  |       |        |
| Indicadores Claves de Éxito | Bajo  | Recuento        | 4     | 1     | 0     | 5      |
|                             |       | % del total     | 26,7% | 6,7%  | 0,0%  | 33,3%  |
|                             | Medio | Recuento        | 2     | 2     | 1     | 5      |
|                             |       | % del total     | 13,3% | 13,3% | 6,7%  | 33,3%  |
|                             | Alto  | Recuento        | 0     | 1     | 4     | 5      |
|                             |       | % del total     | 0,0%  | 6,7%  | 26,7% | 33,3%  |
| Total                       |       | Recuento        | 6     | 4     | 5     | 15     |
|                             |       | % del total     | 40,0% | 26,7% | 33,3% | 100,0% |

Nota: Elaboración propia

El 26.4% de los encuestados el nivel de neuromanagement es bajo, cuando su nivel de indicadores claves de éxito es bajo, así mismo el 13.3% el neuromanagement es medio y su

nivel de indicadores claves de éxito es medios, y para el 26.7% el neuromanagement es alto cuando indicadores claves de éxito es alto,

#### Responsabilidad Social

#### Empresarial\*Indicadores Claves de Éxito

Tabla 5: Tabla cruzada Responsabilidad Social Empresarial \* Indicadores Claves de Éxito

|                             |         | Responsabilidad Social Empresarial |       |       |       |        |
|-----------------------------|---------|------------------------------------|-------|-------|-------|--------|
|                             |         | Bajo                               | Medio | Alto  | Total |        |
| Indicadores Claves de Éxito | Malo    | Recuento                           | 3     | 1     | 1     | 5      |
|                             |         | % del total                        | 20,0% | 6,7%  | 6,7%  | 33,3%  |
|                             | Regular | Recuento                           | 2     | 2     | 1     | 5      |
|                             |         | % del total                        | 13,3% | 13,3% | 6,7%  | 33,3%  |
|                             | Bueno   | Recuento                           | 1     | 1     | 3     | 5      |
|                             |         | % del total                        | 6,7%  | 6,7%  | 20,0% | 33,3%  |
| Total                       |         | Recuento                           | 6     | 4     | 5     | 15     |
|                             |         | % del total                        | 40,0% | 26,7% | 33,3% | 100,0% |

Nota: Elaboración propia

El 20% de los encuestados el nivel de responsabilidad social empresarial es malo, cuando su nivel de indicadores claves de éxito es bajo, así mismo el 13.3% el nivel de RSE es regular y su nivel de indicadores claves de éxito es medios, y para el 20% el responsabilidad social empresarial es bueno cuando indicadores claves de éxito es alto.

### 3.2 Resultados previos al análisis de los datos

Contrastación de Hipótesis: Luego de aplicar el cuestionario con la respectiva escala ordinal se aplicará una evaluación no paramétrica que indica la asociación causa y efecto entre las variables independientes y la variable dependiente que precede a la prueba de hipótesis que se somete a la prueba de regresión logística, los datos son de carácter cualitativo ordinal para desarrollar el modelo de regresión logística ordinal, usaremos SPSS para obtener los resultados del modelo. Se realizó un análisis previo para determinar si el modelo es adecuado solo

con la constante, mediante las siguientes hipótesis estadísticas:

Contrastación de la Hipótesis general:

H0: Los niveles de neuromanagement y responsabilidad social empresarial no inciden en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Hg: Los niveles de neuromanagement y responsabilidad social empresarial no inciden en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Se determinó un  $\alpha = 0.05$  de significación para un contraste bilateral. Nivel de decisión: si  $p = \text{sig.} \geq \alpha$ , acepta la hipótesis nula; si  $p = \text{sig.} < \alpha$ , rechaza la hipótesis nula. Prueba: regresión ordinal

Tabla 6: Determinación del ajuste de neuromanagement y responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Información de ajuste de los modelos

| Modelo            | Logaritmo de la verosimilitud -2 | Chi-cuadrado | Gl | Sig. |
|-------------------|----------------------------------|--------------|----|------|
| Sólo intersección | 24,002                           |              |    |      |
| Final             | 9,359                            | 14,643       | 4  | ,006 |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

Los datos de la tabla muestran que el valor de significancia es 0,006; correspondiente al valor del estadístico Chi cuadrado = 14.643 que indicó que existe al menos un valor que no es cero; es decir, que hay algún dato que explique el modelo. Dado que  $p = 0,006 < \alpha = 0.05$  se asume que cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación

Tabla 7: Correlación tres variables: Neuromanagement, Responsabilidad Social empresarial en Indicadores Claves de Éxito

| Pseudo R cuadrado |      |
|-------------------|------|
| Cox y Snell       | ,623 |
| Nagelkerke        | ,704 |
| McFadden          | ,450 |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra los valores del pseudo R-cuadrado, el R2 de Nagelkerke indicó que existe un 70.4% de variabilidad, la que es explicada por el modelo. Dado que  $p = 0,006 < \alpha = 0.05$  se asume que se cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula, se acepta que, los niveles de neuromanagement y responsabilidad social empresarial incide en los indicadores claves, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019. Resultados Específicos: Nivel de significancia: 0.05

Hipótesis Específico 1:

H0: El neuromanagement no incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

H<sub>e1</sub>: El neuromanagement incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

Tabla 8: Determinación del ajuste de neuromanagement en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Información de ajuste de los modelos

| Modelo            | Logaritmo de la verosimilitud -2 | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
|-------------------|----------------------------------|--------------|----|------|
| Sólo intersección | 19,316                           |              |    |      |
| Final             | 8,012                            | 11,304       | 2  | ,004 |

Función de enlace: Logit.

Nota: Elaboración propia

Los datos de la tabla muestran que el valor de significancia es 0,004; correspondiente al valor del estadístico Chi cuadrado = 11.304 que indicó que existe al menos un valor que no es cero; es decir, que hay algún dato que explique el modelo. Dado que  $p = 0,004 < \alpha = 0.05$  se asume que cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación

Tabla 9: Correlación dos variables: Neuromanagement en Indicadores Claves de Éxito

| Pseudo R cuadrado |      |
|-------------------|------|
| Cox y Snell       | ,529 |
| Nagelkerke        | ,598 |
| McFadden          | ,347 |

Función de enlace: Logit.  
Fuente: Elaboración propia

La tabla muestra los valores del pseudo R-cuadrado, el R2 de Nagelkerke indicó que existe un 59.8% de variabilidad, la que es explicada por el modelo. Dado que  $p = 0,004 < \alpha = 0.05$  se asume que se cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula, se acepta que, El neuromanagement influye en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

Hipótesis Específico 2:

H<sub>0</sub>: La responsabilidad social empresarial incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

H<sub>e1</sub>: La responsabilidad social empresarial no incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019

Nivel de significancia: 0.05

Tabla 10: Determinación del ajuste de responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

Información de ajuste de los modelos

| Modelo            | Logaritmo de la verosimilitud | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
|-------------------|-------------------------------|--------------|----|------|
| Sólo intersección | 13,770                        |              |    |      |
| Final             | 11,204                        | 2,566        | 2  | ,277 |

Función de enlace: Logit.  
Nota: Elaboración propia

Los datos de la tabla muestran que el valor de significancia es 0,277; correspondiente al valor del estadístico Chi cuadrado = 2.566 que indicó que los valores son cero; es decir, que no hay algún dato que explique el modelo. Dado que  $p = 0,277 > \alpha = 0.05$  se asume que no cumple con el modelo propuesto y se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación

Tabla 11: Correlación dos variables: Responsabilidad Social empresarial en Indicadores Claves de Éxito

| Pseudo R cuadrado |      |
|-------------------|------|
| Cox y Snell       | ,157 |
| Nagelkerke        | ,178 |
| McFadden          | ,079 |

Función de enlace: Logit.  
Nota: Elaboración propia

La tabla muestra los valores del pseudo R-cuadrado, el R2 de Nagelkerke indicó que existe un 17.8% de variabilidad, la que es explicada por el modelo. Dado que  $p = 0,277 > \alpha = 0.05$  se asume que no se cumple con el modelo propuesto y se acepta la hipótesis nula, se acepta que, La responsabilidad social empresarial no incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

## IX. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Podemos indicar que los resultados encontrados en cuanto a las propuestas de Briadot, ESAN y Cáceres son contundentes y se confirman en el modelo propuesto dado que el grado de influencia sobre la variable indicadores claves de éxito es proporcional por cuanto el nivel alto de 26.7% indicadores claves de éxito se da cuando es alto e nivel de neuromanagement, en igual proporción se da

en resultados medio y bajo. Además podemos afirmar que existe un recuento total del 60% de Neuromanagement sobre el 66.6% de resultados de indicadores claves de éxito entre el nivel medio y alto respectivamente. Los resultados anteriormente se explican a que los tres autores coinciden en que la aplicación del neuromanagement optimiza el funcionamiento de nuestra capacidad cerebral para organizarnos usando nuestras conexiones neuronales y al mismo tiempo aprendiendo y desaprendiendo cuidando que las emociones se utilicen en forma equilibrada para el alcance de resultados aceptables. Nuestra investigación demuestra que el pseudo R-cuadrado, el  $R^2$  de Nagelkerke indicó que existe un 59.8% de variabilidad, la que es explicada por el modelo. Dado que  $p=0,004 < \alpha = 0.05$  se asume que se cumple con el modelo propuesto y se rechaza la hipótesis nula, se acepta que, el neuromanagement influye en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019. Así mismo los resultados de las investigaciones nacionales e internacionales realizadas sobre el neuromanagement respaldan los resultados de obtenidos a nivel de correlación y su efecto en otras variables: Desde el punto de vista fisiológico como lo describe Zhang, X, el cerebro responde a motivaciones más intrínsecas que generan respuestas productivas, las motivaciones materiales pueden destruir la motivación intrínseca. Una gestión inteligente y no directiva permite resultados efectivos. Desde el punto de vista conductual Britto, T, Fuentes, N. y Torres, V. proponen el neuromanagement como medio de influencia para enfrentar los cambios ayudando a generar un compromiso entre autoridad y colaborador. Esto también fue confirmado por Chumbe en su investigación en donde demuestra que el Neuromanagement es parte del pensamiento gerencial y que se requiere un nivel de energía y de intuición para poder influenciar en forma positiva en los colaboradores. Y que dicho compromiso se mantiene de la cultura y clima

organizacional creado en forma inteligente por inteligencias varias de la autoridad. Desde el punto de vista productivo Nikolaevskaya, O considera que el neuromanagement debe ser insertado en la formación universitaria con cooperación del sector industrial a fin de alcanzar productividad y aporte en el PBI incluso de una nación. Otros resultados importantes nacionales son los de Zárate (2017) en su estudio de la influencia del Neuromanagement en la cultura organizacional con una correlación de Nagelkerke de 0.885 con un nivel de significación del 0.000. Así mismo Bazán (2016) en su propuesta de modelo de Gestión Recursos Humanos basado en Neuroliderazgo una correlación interclase ponderada alta del 0.747 y un sig. de 0.000 demostró la pertinencia del neuromanagement en la gestión del talento humano.

Con respecto a RSE sobre los indicadores claves de éxito que también se observa que aparentemente confirman el modelo propuesto dado que el grado de influencia sobre la variable indicadores claves de éxito es proporcional por cuanto el nivel alto de 20 % indicadores claves de éxito se da cuando es alto e nivel de responsabilidad social empresarial, en igual proporción se da en resultados medio y bajo. Además podemos afirmar que existe un recuento total del 60% de Responsabilidad Social sobre el 66.6% de resultados de indicadores claves de éxito entre el nivel medio y alto respectivamente. Sin embargo el nivel de significancia es de 0.277 no es menor a 0.05 de sigma en tal sentido se asumen que no cumple con el modelo, la explicación se debe a que posiblemente alguna de las dimensiones no se conocen en cuanto cumplimiento como es el caso de la dimensión “económica interna”, “social o socialización interna” y “ecológica externa” en que los datos son dispersos mostrándose una desviación mayor a las demás dimensiones. También se puede inferir que la falta de consenso en los conceptos de responsabilidad social empresarial no permite

que las organizaciones puedan transmitir de manera eficiente el concepto desde los altos niveles a los niveles operativos y relistas. Mientras Barbachan (2017) se orienta a lo financiero, Bowen (1953) destaca la participación de los stakeholder para un mutuo beneficio y Eguez cita Bissell (2017) indica que primero debemos alcanzar la responsabilidad económica para luego en un cuarto nivel superior alcanzar la responsabilidad filantrópica. Sin embargo desde el punto de vista Cajiga (2003) se considera un todo en un avance de responsabilidad desarrollado en varios ámbitos al mismo tiempo pero que debe madurar primero en la alta dirección con compromisos claros e imitables. Algunas investigaciones como la de López, C., Ríos, M. y Sánchez, M. (2017), en su estudio sobre la estructura del mercado y RSE en micro, pequeñas y mediana empresas variantes en las correlaciones con respecto a la RSE con niveles de significancia particulares por indicadores que tiene la RSE. Esto confirma que es posible que la RSE tenga sesgos por su interpretación e implementación en cada sector. Por su lado Ramos, V., Avalos, A., Aguirre, L. y Tejera, E. (2018) en su investigación que aplican RSE a través de las conductas de responsabilidad social de los colaboradores CRS, es decir aquellas que si se aplica la menor correlación fue competencia y donde no se aplica CRS las menores correlaciones fueron ética y competencia. Pero en general las correlaciones son moderadas. En el estudio de Uribe, M. (2017) de la RSE en el sector financiero se cuenta con un alto nivel de correlación entre la mayoría de las variables de la dimensión estratégica de la RSE., con un coeficiente de correlación  $R^2$  de 0.99152, siendo la dimensión más baja el cuidado del medio ambiente. Investigaciones nacionales como de Mejía (2014) de RSE en la gestión de escuelas también confirma que T de student para contrastar la hipótesis entre los grupos, el resultado que se obtuvo fue con un sig. de 0.000 y  $t = 6,047$  mayor que 1,67 (punto crítico) que si existe un impacto

positivo de un programa de RSE llevado de los que no llevaron. Celestino (2018) también confirma en su investigación de RSE en la imagen institucional de una universidad privada el nivel de significancia de  $p = 0.000$  ( $p < 0,05$ ) usando  $r$  de Spearman fue de 0,625. En contraposición Hernán (2016) en su estudio de RSE en la gestión humana en un hospital tuvo Rho de Spearman donde se contrastó la hipótesis general con una correlación de 0.66, con un sig. de 0.755 mayor a 0.05, lo que nos lleva a rechazar la Hipótesis Alterna. Es evidente que existen sectores en donde la RSE tiene mayor éxito que otros no dejando de ser importante si es que no existiera correlación alguna.

Por su lado la variable dependiente Indicadores Claves de Éxito responde de manera el 60 % responde ente el nivel medio y alto y 40% en forma baja, el logro de esta variable se debe que la mayoría de las dimensiones propuestas por Beltrán se cumplen con un nivel “Casi siempre y siempre”. Cabe destacar la propuesta de Sánchez de evaluar los indicadores en forma periódica y es precisamente en donde se observa una desviación significativa en los resultados de algunas dimensiones aún no han conseguido la disciplina del manejo del tiempo tanto en puntualidad de su emisión como de su evaluación. En cuanto a otras dimensiones planteadas en forma parcial por Mora (2017), Uribe y Reinoso (2014 y Villagra (2015), en cuanto a la variedad de indicadores, su utilidad y veracidad dentro de un contexto se demuestra que es trascendental para la elecciones de decisiones y realizar las mejoras continuas dentro del contexto de calidad que la institución educativa asume en el tiempo frente a las necesidades del mercado dentro del nivel de competitividad del sector. Investigaciones como de Escobar, R C., & Ruiz, M. (2018) en donde se presenta un modelo de gestión universitaria con el uso de indicadores en que se demuestra el rol de los indicadores en el desempeño en el área de proceso, demuestra que siete de los diez indicadores tiene mayor correlación con un



sig. < 0.05 y un grado de confianza del 95% lo que permitirá una gestión con mejores resultados. Así mismo Gordon, L. C., Gratz, E., Kung, D. S., Dyck, H., & Lin, F. (2017) en su análisis estratégico del rol del uso de tecnologías de información demuestra por indicadores claves la satisfacción de 75000 alumnos en 213 instituciones educativas alineados a las perspectivas de tablero de mando integral que permite alcanzar resultados. Investigaciones nacionales también se observa el efecto de los indicadores claves en el desempeño de los trabajadores como es el caso de la investigación de Rojas, B. (2017) sobre indicadores de gestión y desempeño en un proyecto especial siendo la prueba de Rho-Spearman un resultado de 0.413 indicando que hay relación entre la variable “indicadores de gestión” y la variable “desempeño laboral”, con un sig. de 0,000. La investigación de Coacalla (2018) en indicadores de gestión y manejo de residuos sólidos se obtuvo un Rho de Spearman de 0,496 y el valor de sig 0.000 ≤ 0,05 demostrando que los indicadores de gestión influyen significativamente sobre el manejo integral de los residuos sólidos. Donet (2017) en su estudio de indicadores de salud en servicios odontológicos en un hospital del seguro social en 23 nosocomios a través de un análisis univariado en la prueba ANOVA con nivel de confianza de 95% en donde los sig. en los diferentes niveles de atención en su mayoría son menores a 0.05 excepto 4 de 7 niveles de atención lo que permitirá reforzar los servicios a nivel de la red.

## CONCLUSIONES

- El neuromanagement y responsabilidad social empresarial incide en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.
- El neuromanagement incide en los indicadores claves, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

- La responsabilidad social empresarial no incide en los indicadores claves, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019. Sin embargo esta puede funcionar si en conjunto con neuromanagement tal como los resultados de correlación lo muestran.
- La investigación permitió demostrar que las dos variables, neuromanagement y responsabilidad social empresarial (RSE), juntas si inciden en los indicadores claves de éxito, esto se debe a que cada institución en forma particular se pronuncia en la formación de RSE

## REFERENCIAS


- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>
- Bazán, R. (2016) Propuesta de Modelo de Gestión Recursos Humanos basado en el Neuroliderazgo para promover la mejora continua en instituciones educativas secundarias mixtas de Chachapoyas – Amazonas. Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18916/bazan\\_vr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18916/bazan_vr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones. Córdoba, AR: Ediciones Granica, 2da Edic. 2014.
- Beltrán, J., Mauricio, J. (2004). Indicadores de Gestión: herramienta para lograr la competitividad. 2da Edición Madrid.
- Britto, TS, Fuentes, N. y Torres, V. (2017). Neurogerencia como herramienta en la metamorfosis organizacional en Colombia. Universidad de La Guajira, Colombia. En: Colomb. forense [Internet]. 13 de diciembre de 2017. Recuperado de:



- <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/ml/article/view/2241>
- Cajiga, J. (2003). El Concepto De Responsabilidad Social Empresarial Centro Mexicano para la filantropía Mexico 2003.
- Celestino, F. (2018) Responsabilidad social empresarial y su relación en la Imagen Corporativa de una Universidad Privada de Chimbote-Ancash. Universidad César Vallejo.
- Coacalla, C. (2018). Indicadores de Gestión en el Manejo Integral de Residuos Sólidos de la Municipalidad Provincial de Aymaraes, Apurímac. Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29522/coacalla\\_cc.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29522/coacalla_cc.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Donet, L. (2017). Evaluación de indicadores de salud en servicios odontológicos según nivel de atención de la Red Desconcentrada Sabogal EsSalud, entre los años 2014 al 2017. Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26882/Donet\\_OLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26882/Donet_OLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Duque, Y., Cardona, M. y Rendón, J. (2013) Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Revista Cuadernos de Administración. Recuperado de [www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf)
- Eguez, D y Vega, M. (2017) La Responsabilidad Social Empresarial en la imagen de marca e intención de compra de envases para alimentos y bebidas. Revista INNOVA. Recuperado de <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaResponsabilidadSocialEmpresarialEnLaImagenDeMarc-6231298.pdf>
- ESAN. (2016). Herramientas-del neuromanagement. Recuperado el 12 de septiembre de 2016 de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/herramientas-del-neuromanagement/>
- Escobar, R., & Ruiz, M. (2018). “*Innovative Model of Management and University Quality through Results Indicators; the KPI’s Cross Impact Matrix of the Universidad Bernardo O’Higgins*”. University Bernardo O’Higgins, Chile. En: Valahian Journal of Economic Studies. Recuperado de: [https://content.sciendo.com/configurable/contentpage/journals\\$002fvjes\\$002f9\\$002f2\\$002farticle-p69.xml](https://content.sciendo.com/configurable/contentpage/journals$002fvjes$002f9$002f2$002farticle-p69.xml)
- Gordon, L. C., Gratz, E., Kung, D. S., Dyck, H., & Lin, F. (2017). Strategic Analysis of the Role of Information Technology in Higher Education -- A KPI-centric model. California State University San Bernardino, USA. En: Communications of the IIMA, 15(1), 17–34. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ijh&AN=121817961&lang=es&site=ehost-live>.
- Hernán M, (2016) Responsabilidad social empresarial y gestión humana en el Hospital Hermilio Valdizan, Lima Perú. Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8763/Marcelo\\_DLCHA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8763/Marcelo_DLCHA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernan, P. (2019) Licenciamiento de la SUNEDU: esta es la lista de universidades autorizadas | fotos. En: Entorno Inteligente. Recuperado de: <https://www.entornointeligente.com/licenciamiento-de-la-sunedu-esta-es-la-lista-de-universidades-autorizadas-fotos/>
- Lopez, C., Rios, M. y Sánchez, M. (2017) Market structure and corporate social responsibility in mexican micro, small and medium enterprises. The link between individual and social preferences/estructura de mercado y responsabilidad social empresarial en mipymes mexicanas. El vínculo entre

- preferencias individuales y sociales. Universidad de Guanajuato, Guanajuato, México. México y Grupo de Investigación GREFIN. Espanha. En: Revista Brasileira de Marketing, p. 410. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471755325004>
- Mejia, J. (2014) Impacto de responsabilidad social empresarial en la gestión pública de las escuelas, Carabayllo – Lima. Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4962/Joaqu%c3%adn\\_RMD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4962/Joaqu%c3%adn_RMD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Nikolaevskaya, O. (2015) Organizational potential of scientific work in the system of neuromanagement by the example of higher education, 1, 43-47. South Ural State University Chelyabinsk, Russia. Retrieved from: <https://bces-conference.org/onewebmedia/BCES.Conference.Books.Vol.13.2015.No.2.pdf>
- Ramos, V., Avalos, A., Aguirre, L. y Tejera, E. (2018). Diferencias del Comportamiento Socialmente Responsable entre empresas que Aplican Y No Aplican Responsabilidad Social Empresarial. Revista Interamericana de Psicología, 52(1), Escuela Politécnica Nacional, Ecuador y Universidad las Américas. Ecuador. 140–152. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=130856005&lang=es&site=ehost-live>
- Rojas, B. (2017). “Indicadores de gestión y desempeño de los trabajadores en la Dirección de Obras del Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo, San Martín. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/30935>
- Sineace (2109) Educación Superior Universitaria. Recuperado de <https://www.sineace.gob.pe/acreditacion/acreditacion-educacion-superior-universitaria/>
- Uribe, M. y Reinoso, J. (2014 p,13) Sistema de indicadores de gestión. Colombia: Editorial Ediciones de la U transversal
- Uribe, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en Las Instituciones Del Sector Financiero De Ibagué (Colombia). Universidad EAN. Colombia En: Revista Daena (International Journal of Good Conscience), 12(3), 296–327. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=127319760&lang=es&site=ehost-live>
- Villagra, JA. (2016). Indicadores de Gestión. Un Enfoque Práctico. Learning Editores.México. Recuperado de <http://www.ebooks7-24.com/?il=1318>
- Zárate, G. (2017). Neuromanagement en la cultura organizacional, tienda Sodimac Primavera de Surquillo, Lima Perú. Universidad César Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14524/Z%c3%a1rate\\_RGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14524/Z%c3%a1rate_RGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Zhang, X. (2018). Motivation of Enterprise Motivation Management Mechanism Based on Neuromanagement. Business School, Northwest University of Political Science and Law, Xi'an En: NeuroQuantology, 16(5), 158–164. Recuperado de: <https://doi.org/10.14704/nq.2018.16.5.1245>

## Anexo 11: Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis


|  |  |   |
|--|--|---|
|  <b>UCV</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b> | Código : F06-PP-FR-02.02<br>Versión : 10<br>Fecha : 10-06-2019<br>Página : 1 de 1 |
|--|--|---|

Yo, Dra. Teresa Narváez Aranibar, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo sede Lima Este (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada:

"La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019" del estudiante Mg. Alberto Samuel Manzon Troncoso constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.


El/ suscrito 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.

San Juan de Lurigancho, Enero 2020

  
.....  
Firma  
Dra. Teresa Narváez Aranibar  
DNI: 10122038

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

Anexo 12: Print Turnitin:



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

**La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Doctor en Administración

**AUTOR:**  
Mgtr. Alberto Samuel Muñoz Troncoso  
(ORCID: 0000-0001-8690-177)

**ASESORA:**  
Dra. Teresa Narvaes Arañibar  
(ORCID: 0000-0002-4996-895X)



**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**  
Gerencia funcional

**LÍNEA: PERÚ**  
2020


**Resumen de coincidencias** ✕

25 %

| #  | Detalle   | Porcentaje |
|----|---|------------|
| 1  | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante  | 7 %        |
| 2  | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet         | 6 %        |
| 3  | www.scielo.org.co Fuente de Internet              | 1 %        |
| 4  | Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante | 1 %        |
| 5  | unquapablo.edu.pe Fuente de Internet              | 1 %        |
| 6  | docplayer.es Fuente de Internet                   | <1 %       |
| 7  | revistabmasdetrabajo... Fuente de Internet        | <1 %       |
| 8  | doi.org Fuente de Internet                        | <1 %       |
| 9  | li-ol.vjz Fuente de Internet                      | <1 %       |
| 10 | www.fcgportal.es Fuente de Internet               | <1 %       |
| 11 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante  | <1 %       |
| 12 | manuolgoos.blogoo.com Fuente de Internet          | <1 %       |
| 13 | es.dileahare.net Fuente de Internet               | <1 %       |

Anexo 13: Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
|  | <b>UCV</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS<br/>         EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b> | Código : F08-PP-PR-02.02<br>Versión : 10<br>Fecha : 10-06-2019<br>Página : 1 de 1 |
|---|--|---|---|

Yo Alberto Samuel Monzon Trancoso, identificado con DNI No 07482223, egresado de la Escuela Profesional de Posgrado de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


.....

.....

.....

.....

.....

  
 FIRMA

DNI:           07482223

FECHA:       07 de febrero del 2019

|         |                            |        |   |        |           |
|---------|----------------------------|--------|---|--------|-----------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Representante de la Dirección / Vicerrectorado 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

POSGRADO, MGTR. MIGUEL ÁNGEL PÉREZ PÉREZ

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Mgtr. Alberto Samuel Monzon Troncoso

INFORME TÍTULADO:

La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Doctor en Administración

---

SUSTENTADO EN FECHA: 17/01/2020

NOTA O MENCIÓN: 15



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN