



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de la
empresa Semmaq, S.M.P. 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Arbieto Espinoza Rocio Gladis (ORCID: 0000-0001-5796-5477)

ASESOR:

Mgtr. Casma Zárate Carlos Antonio (ORCID: 0000-0002-4489-8487)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

Lima – Perú

2019

Dedicatoria

A dios por guiarme, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

A mis padres Milton, Emilia y Gregorio por ser los principales promotores de mis sueños, a mis tíos Jenny y Jaime por confiar y creer en mí, a mí familia por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Agradecimiento

Gracias a mi universidad, gracias por haberme permitido formarme en ella, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso, gracias a la empresa por permitirme desarrollar mi proyecto de investigación dentro de sus instalaciones.



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
 Versión : 10
 Fecha : 10-06-2019
 Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(ña)
 Arbieta Espinoza, Roció Gladis cuyo título es: "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
 Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SEMMAQ, S.M.P. 2019"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el
 estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número) QUINCE (letras).

Los Olivos, 16 de Diciembre de 2019

.....
MGR. JOSE LUIS, MERINO GARCES
PRESIDENTE

.....
MSC. MAIRENA FOX, PETRONILA LILIANA
SECRETARIO

.....
MGR. CASMA ZARATE, CARLOS ANTONIO
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Declaratoria de autenticidad

Yo **Arbieto Espinoza, Rocio Gladis** con **DNI N° 76517426**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se realiza en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 16 de Diciembre de 2019



FIRMA

Arbieto Espinoza, Rocio Gladis

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	.vi
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO	14
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	14
2.1.1. Tipo De Investigación.....	14
2.1.2 Nivel de Investigación	14
2.1.3. Diseño de investigación	14
2.1.4. Enfoque de investigación	15
2.1.5. Método de investigación	15
2.2. Variables y operacionalización	15
2.2.1 Variable 1: Responsabilidad Social Empresarial.....	15
2.2.2 Variable 2: Competitividad.....	16
1.2. Operacionalización de Variables	17
2.3. Población y Muestra	18
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.4.1 Técnica de Recolección de Datos	19
2.4.2. Instrumento de recolección de datos.....	19
2.4.3. Validez	20
2.4.4. Confiabilidad.....	20
2.5. Procedimiento	21
2.6. Métodos de Análisis de Datos.....	22
2.7. Aspectos éticos.....	22
III. RESULTADOS.....	23
3.1. Presentación de resultados descriptivos.....	23

3.1.2. Prueba de normalidad	26
3.1.3. Prueba de hipótesis	27
IV. DISCUSIÓN	31
Hipótesis y objetivo general.....	31
4.1. Hipótesis y objetivo específico 1	31
4.2. Hipótesis y objetivo específico 2	32
4.3 Hipótesis y objetivo específico 3	33
V. CONCLUSIONES	34
5.1. Conclusión 1	34
5.2. Conclusión 2	34
5.3. Conclusión 3	34
5.4. Conclusión 4	35
VI. RECOMENDACIONES.....	36
VII. REFERENCIAS	37
Anexo 1: Matriz de consistencia	42
Anexo 2: Validación por criterio de expertos	44
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	45
Anexo 4: Base de datos.....	46
Anexo 5: Pantallazo del Turnitin	53

Resumen

La presente investigación “Responsabilidad social empresarial y la Competitividad de los colaboradores de la empresa semmaq, S.M.P. 2019” cuyo objetivo de estudio es determinar la relación entre responsabilidad social empresarial y la competitividad, la población de estudio estuvo conformado por 100 colaboradores y se utilizó un muestreo probabilístico, obteniendo así un universo de estudio de 80. Se empleó el cuestionario que estuvo conformado por 20 preguntas entre ambas variables, donde se aplicó la escala de tipo Likert. La validación del instrumento se llevó a cabo por medio de la aprobación de profesionales especializados y la fiabilidad del mismo se calculó a través del coeficiente alfa de cron Bach en una prueba piloto de 20 colaboradores. Una vez recolectados los datos estos fueron procesados mediante el SPSS v. 25, donde se procedió a realizar la prueba de normalidad de las dos variables estudiados, obteniendo un valor de sigma < 0.05 lo que indica que nuestra exploración tiene una distribución no paramétrica, se procedió a realizar la prueba de Rho de Spearman obteniendo una correlación de 0,507, lo que significa que es una correlación positiva media. Además, que las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ($0,000 < 0.05$; 95%; $Z= 1,96$), donde nos dio por resultados que la responsabilidad social empresarial si se relaciona con la competitividad de los colaboradores de la empresa Semmaq, S.M.P. 2019.

Palabras claves: Responsabilidad, Social, Empresarial, Competitividad, Productividad.

Abstract

The present investigation “Corporate social responsibility and Competitiveness of the employees of the company semmaq, S.M.P. 2019” whose study objective is to determine the relationship between corporate social responsibility and competitiveness, the study population was made up of 100 collaborators and a probabilistic sampling was used, thus obtaining a study universe of 80. The questionnaire that was formed was used for 20 questions between both variables, where the Likert type scale was applied. The validation of the instrument was carried out through the approval of specialized professionals and its reliability was calculated through the cron bach alpha coefficient in a pilot test of 20 collaborators. Once the data were collected, they were processed through the SPSS v. 25, where the normality test of the two variables studied was carried out, obtaining a sigma value <0.05 , which indicates that our exploration has a non-parametric distribution, the Spearman Rho test was carried out obtaining a correlation of 0.507, which means that it is an average positive correlation. In addition, the variables under study have a level of significance (bilateral) of less than 0.05 ($0.000 < 0.05$; 95%; $Z = 1.96$), where it gave us results that corporate social responsibility does relate to the competitiveness of Semmaq, SMP company partners 2019.

Keywords: Responsibility, Social, Business, Competitiveness, Productivity.

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación de grado se realiza en la ciudad de Lima y como tema central está en describir el nuevo enfoque de responsabilidad social empresarial y su incidencia en la competitividad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ.

En el contexto global, lo mencionado por Tomás, coincide en esa visión multicausal José Manuel Sedes, manager de Sostenibilidad de Vodafone España, quien indica:

La RSE es un instrumento eficaz que permite gestionar tanto riesgos de potenciales impactos sociales y ambientales de la organización, como las oportunidades del desarrollo de productos y servicios innovadores, que contribuyan a dar respuesta a los retos sociales y ambientales de la sociedad y que conduzcan a nuevas formas de creación de valor compartido. En definitiva, productos y servicios que contribuyan a la mejora de la vida de las personas, como el apoyo a una sociedad que envejece, la inclusión socio-laboral de las personas con discapacidad, el tratamiento de personas con enfermedades crónicas, la mejora de la eficiencia energética, la lucha contra el cambio climático, etc. De esta forma, la RSE podrá representar nuevos caminos para el crecimiento económico y para el desarrollo de sociedades más sostenibles.

Los resultados de la investigación manifiestan que el público externo percibe que la empresa, no realiza acciones de responsabilidad social, los mismos que se refleja en la imagen que tiene esta institución.

En la dimensión de Medio ambiente, se puede manifestar que la opinión pública no conoce ninguna actividad que realiza esta institución a favor de la protección del medio ambiente y el cuidado de los pasivos ambientales.

En la web de Compromiso RSE (2017), refieren lo mencionado por Tomás Conde, director de sostenibilidad del BBVA, quien menciona lo siguiente:

La responsabilidad corporativa debe ser concebida como un factor de competitividad en las empresas españolas en un contexto de crisis como la actual. Para él, una mejor gestión de los riesgos financieros y extra financieros redundará en una mejora económica para la empresa en el largo plazo, por lo que asegura que “un sistema integrador de la RSC es sinónimo de resultados financieros sostenibles y de creación de valor para todos sus grupos de interés”.

El nuevo enfoque de responsabilidad social empresarial va de la mano con todos los sectores económicos que buscan el solucionar los daños por afectaciones de la misma producción sin embargo algunas veces no es necesario que una empresa tenga que generar daños a la sociedad para generar y promover su responsabilidad social, es que de una u otra forma los cambio del ambiente afectan a toda la población y las empresas desde generar el uso del papel ya está contribuyendo al daño en la población en este caso por todo el proceso que se origina al destruir vegetación para fabricar una hoja.

En el ámbito nacional, según lo publicado por la web Expok (2017), refiere que, “la responsabilidad social corporativa es “un concepto mediante el cual las empresas integran las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en su interacción con sus grupos de interés de forma voluntaria”.

Complementando la información mencionada líneas arriba, indican que, para las instituciones financieras, los grupos de interés son “personas naturales y jurídicas que se ven afectadas directa o indirectamente por sus decisiones y operaciones, incluidos accionistas, clientes, empleados, la comunidad empresarial, ONG, comunidades locales, proveedores, el gobierno y los medios”.

En el contexto local, los resultados también son contrarios a los intereses de la SEMMAQ, porque no realizan apoyo en el aspecto educativo, es decir no existe ningún plan de acción para el apoyo real a la educación, excepto en los cursos de capacitación para los micro y pequeños empresarios de la ciudad. Los consumidores cumplen un papel fundamental para las empresas ya que ellos son los que generan y hacen que estas tengan rentabilidad por los productos adquiridos, para muchos autores y se trataran en la competitividad de esta investigación hacen relevancia a la importancia de conservar al cliente como lo máspreciado para la empresa ya que sin él no es posible obtener ingresos.

Al realizar un análisis interno de la empresa SEMMAQ, nos damos cuenta que la empresa actualmente el nivel de competitividad de los colaboradores no es el adecuado, puesto que, ellos no sienten que la empresa invierta o se preocupen por la población, el medio ambiente y sus alrededores.

Aplicar la RSE es replantearse, analizarse como también cambiar viejas prácticas. Se sabe que el proceso será lento y difícil, pero dará muchos resultados positivos.

Por tal motivo, en la actualidad la competitividad y la responsabilidad social empresarial se presentan como un gran problema dentro de las empresas lo cual significa una amenaza para lograr sus objetivos y posterior crecimiento.

Barrios, Contreras y Olivero (2018), este artículo sobre, “La Gestión por Procesos en las Pymes de Barranquilla: Factor Diferenciador de la Competitividad Organizacional”. El estudio formuló como el objetivo de valorar como la gestión por procesos influye en la competitividad y organización de las pequeñas y medianas empresas con más de cinco años en actividad y pertenecientes al sector comercio y servicio, se propuso un estudio que considera las tendencias globales que orientan y sugieren mayor dinámica desde los componentes organizacionales. Se planteó una investigación cualitativa apoyada en la revisión documental que resultó valiosa para contrastar los referentes bibliográficos con la actividad del sector real. Los principales hallazgos destacan que la competitividad es un tema que con el pasar de los años mantiene su vigencia en las organizaciones empresariales y está en continua evolución. Como resultado final se encontró que, la gestión por procesos aporta de manera significativa al impulso de la competitividad empresarial, orientándola hacia la coordinación y explotación eficiente de los recursos que se dispone en la organización.

Leyva, Cavazos & Espejel (2018) en su investigación, “La planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes”. Las organizaciones del siglo XXI afrontan un entorno dinámico y complejo caracterizado por la incertidumbre, por lo que deben estar preparadas para dar respuestas a los cambios para el logro de sus objetivos organizacionales que les ayude a lograr competitividad empresarial; en este contexto también se encuentran las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), que por sus características estructurales suelen encontrarse en desventaja respecto de la gran empresa que tiene a su disposición mayores recursos y capacidades. El objetivo de la investigación fue medir la influencia de la Planeación Estratégica y las Habilidades Gerenciales como factores internos en la Competitividad Empresarial que perciben los empresarios de las Pymes de Hermosillo, Sonora. Se realizó una investigación mixta, donde la primera fase consistió en un análisis basado en un panel de expertos (método Delphi), con el propósito de validar el instrumento de medida (validez aparente) a través de las opiniones de los expertos y, la segunda fase fue un análisis estadístico con técnica de modelos de ecuaciones estructurales PLS. Los resultados muestran que la planeación estratégica y las habilidades gerenciales como factores internos de las Pymes influyen en la competitividad empresarial.

Hernández & López (2017), este artículo sobre, “Factores de Productividad y Competitividad en Redes Empresariales de los Sectores Financiero, Hotelero y de Carga de

la zona de el Dorado, Bogotá D.C” (SIC), desarrollado con el objetivo de encontrar metodologías de planteamiento de mejoras estratégicas en la competitividad de las PYMES bajo los criterios del libro las 100 mejoras tecnológicas publicada por la Secretaría de Economía de México, donde el autor explica que por medio del comportamiento global replanteado en el sector industrial y comercial es posible adecuar en la naturaleza global aquellas estrategias de gestión que ayudarán a mejorar su desempeño, para evidenciar su teoría realiza el tesista un estudio no experimental y de carácter descriptivo, obteniendo como resultado la adaptación de muchas estrategias aplicables en la realidad de MYPES mexicanas. Conclusiones: En este trabajo el investigador concluyó que logró un producto científico que son modelos que ayudarán a las micro y pequeñas empresas en la evaluación y valoración de estrategias, además concluye que la competitividad empresarial está determinada por un gerente competitivo.

Rodríguez, Pedraja y Araneda (2013), este artículo sobre, “*El proceso de toma de decisiones y la eficacia organizativa en empresas privadas del norte de Chile*” determina que decisiones finales se configuran como un elemento constitutivo de ventaja competitiva en la sociedad del conocimiento. La calidad de las decisiones finales se relaciona positivamente con la eficacia de las organizaciones, La relevancia de este proceso radica en que se ha comprobado empíricamente que el 50% de las decisiones fracasan, lo que sugiere que a pesar de su importancia, adoptar decisiones de calidad no resulta en absoluto un proceso trivial. Al aplicar el instrumento de medición, la rho de Spearman es de 0.897 por lo cual se indica que existe correlación entre ambas variables, por lo cual se deduce que riesgo significa que el problema y las soluciones alternativas están en algún punto ubicado entre el extremo de un hecho cierto y el extremo de uno inusual y ambiguo. De hecho, con frecuencia se piensa que el riesgo es una consecuencia incierta que puede derivarse de una decisión o de un proceso de decisión al aplicar un procedimiento o afrontar una contingencia.

Colorado (2015), este artículo sobre, “*Gerencia colectiva, clave en estrategia de empresas multi negocios*” en la universidad de Colombia. Tuvo como objetivo principal establecer cómo realizar un sistema informe gerencial en una empresa, donde se requiere de una serie de procesos cuyos sistemas conllevarían a interactuar en todos los niveles de la empresa. La metodología empleada en dicha investigación fue explicativa- causal, no experimental. Al aplicar el instrumento de medición, la rho de Spearman es de 0.797 por lo cual se indica que existe correlación entre ambas variables es por ellos que para que una

empresa tenga éxito, se requiere que todos los colaboradores aporten datos a la empresa, de tal manera podemos difundir y que todos en la empresa están comprometidos, ya que beneficio sería para la empresa y para los colaboradores.

Pereira (2014), en su investigación, “Estilo gerencial en el proceso de toma de decisiones en las organizaciones educativas” para optar el grado al título de Magíster Scientiarum en Educación, con mención Gerencia de Organizaciones Educativas Universidad del Zulia, Venezuela, investigación que tiene por objetivo relacionar el estilo gerencial y su influencia en el proceso de toma de decisiones en las organizaciones educativas de la Parroquia Isla de Toas del Municipio Insular Almirante Padilla Estado Zulia. La investigación es de tipo básico emplea el método descriptivo correlacional en el cual concluye que: Al aplicar el instrumento de medición, el rho de Spearman es de 0.857 por lo cual se indica que existe correlación entre ambas variable .Se estudiaron las formas de tomar decisiones en los directivos de las organizaciones en estudio, detectando que la ausencia de modelos, reglas y directrices institucionales previamente programadas y acordadas, ante situaciones que ameriten pronto tratamiento; de manera que permitan los rendimientos que se esperan, y la dirección concreta, por el contrario se toman decisiones propias sin la consulta del personal sobre el análisis de alternativas para las soluciones, ni al momento de planificar los objetivos institucionales.

Rodríguez (2014), en su investigación, “Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de organización cubana” para optar el grado de doctor. La investigación es de tipo básico cualitativo, recurre al método cualitativo el cual concluye que: La toma de decisiones constituye un proceso que tiene lugar en todas las organizaciones indistintamente de su tipología. Al aplicar el instrumento de medición, el rho de Spearman es de 0.867 por lo cual se indica que existe correlación entre ambas variable. La misma se desarrolla a partir de la obligada interrelación entre los diferentes niveles de decisión organizacionales operativo, táctico y estratégico lo que garantiza que los esfuerzos y acciones institucionales se pueden crear e implementar desde los niveles productivos hasta los estratégicos, incidiendo, de esta forma, en un adecuado desempeño organizacional con productos y servicios con la calidad requerida.

Asanai, Kodchaporn & Arunee (2017) este artículo sobre, "*Responsabilidad social corporativa y rendimiento financiero corporativo: índice de conjunto de pruebas*". Su artículo considera las conexiones exactas entre la visión oficial de largo recorrido, la

iniciativa de administración corporativa, la experiencia jerárquica, la obligación social corporativa y la ejecución del presupuesto corporativo. los compromisos teóricos y administrativos, el fin y las recomendaciones para futuras investigaciones también son interesantes para hablar. Para las empresas, mientras se muestra la conducta de la RSE, asociaciones con números Los socios pueden ser mejorados y mejorados. [...] Las actividades de RSE deben ser presentadas, junto con algunos ejecutivos de relaciones rentables para satisfacer las expectativas de los socios y lograr los puntos esperados de la unidad de CSR subyacente (Clarke, 2000; Podnar, 2008). Además, no es solo el dinero para la estimación de una organización, sino el agregado que incluye los factores asequibles, sociales y naturales que son los marcadores de los logros de una asociación. [...] el deber social corporativo cuando se ejecuta como un acuerdo útil, puede tener un resultado beneficioso al considerar los logros a largo plazo de una organización (Korka, 2005, Perry and Towers, 2009).

Ramos (2015) este artículo sobre, *“La gestión de calidad, la competitividad, el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las mypes de la provincia de Sullana, 2015”*. Su objetivo general fue decidir los atributos fundamentales de valor de los ejecutivos, intensidad, financiamiento, preparación y beneficio en las pymes de la región de Sullana, 2015; La exploración completada fue cuantitativa, comprometida con la naturaleza. Para el camino hacia los asuntos sociales, se resolvió un ejemplo de 79 visionarios de negocios; en el que se conectó una encuesta de 49 preguntas. Este examen permitió obtener los resultados adjuntos: el 100% utilizó crédito de fundaciones monetarias, el 89% utilizó financiamiento para la compra de mercancías, el 100% realizó la tarifa del préstamo; El 100% estima la rentabilidad de su organización, el 67% utiliza los beneficios para reinvertir; 100% confía en que su organización esté enfocada y mejore siempre; El 63% opinó que era difícil obtener un permiso de trabajo, el 100% de los vales de pago a plazos; El 70% no considera el nivel de lealtad del consumidor, el 76% controla la naturaleza de sus artículos. En fin; Los agentes, están recurriendo a la organización presupuestaria en busca de créditos, así como también existen obstáculos con respecto al distrito para adquirir el permiso de trabajo.

Rodríguez (2016), en su investigación, *“Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el crecimiento empresarial de sociedad minera de responsabilidad limitada Melva N° 20 de Trujillo”*. Tuvo finalidad general el definir cómo incurre la RSE en el avance económico de la comunidad de Responsabilidad limitada Melva N°20. La metodología fue

de tipo Inductivo y descriptivo. Se infiere, el desarrollo de la RSE se dedujo que no son plasmadas en un plan de RS que permita su evaluación, dirección y cálculo. En la investigación antes mencionada se pretende dar a conocer que las instituciones distribuidoras de adquisición mayoritaria de la provincia de Huancavelica puedan tener efectividad económica, para obtener compromisos sociales y ambientales, por lo tanto, permitirá implementar nuevas políticas para mejorar la RSE.

Bracamonte (2013), en su investigación, *“El nuevo enfoque de responsabilidad social empresarial y en la decisión de compra de los consumidores del distrito de Trujillo. 2013”*. El objetivo general fue describir la relación entre la RSE y la toma de decisión en la adquisición del cliente. La metodología fue de tipo Inductivo-Deductivo y Analítico-Sintético. Se concluyó que la RSE y la intención de adquisición de los clientes es favorable, pero deficiente. Asimismo, la influencia del conocimiento existente y la mala aplicación de los elementos en el entorno, ya que relacionan directamente con el valor ecológico para señalar a una entidad. En estudio antes mencionado pretende determinar la sensibilidad de los consumidores de las entidades distribuidoras de compra de la provincia de Huancavelica hacia las prácticas de RSE, en el momento que la compra es valorada se considera importante la incidencia de la RSE, entonces me permitirá realizar estudios para mejorar la RSE.

Gonzales (2014) en su investigación, *“Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La victoria - año 2013”*, tuvo como propósito primordial identificar el dominio de los mecanismos de dirección organizacional de las MYPE, el tesista afirma que existe una incidencia de mucha importancia cuando se preside una gestión, pues de ella depende la competitividad, para analizar y demostrar sus elementos en sus estudios la exploración no experimental, con una característica descriptiva, cuyo diseño metodológico es el transeccional. El estudio de la tesis concluye que la competitividad hace que los micros y pequeñas empresas puedan expandir, rediseñar, y afianzar sus ofertas en relación a sus productos y servicios tomando como base que son conscientes de que el mundo de ahora es cambiante, donde uno tiene que estar siempre aprendiendo y desaprendiendo estrategia que deben ser evaluadas y planificadas.

Guillermo (2014) en su investigación, *“Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de las estrategias genéricas de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector turismo rubro agencias de viajes y turismo en el distrito de Huaraz, 2014”*, donde el creador expresa que el MYPES hace la ausencia de agresividad, para ejecutar su exploración,

desempeña un procedimiento de dimensión inconfundible y cuantitativa, la configuración del examen no fue de prueba, a la luz del hecho de que la información se recopiló en un minuto en solitario, en un tiempo en solitario, sobre la población había un agregado de 20 administradores que también eran el número de ejemplo. Las consecuencias de la exploración fueron las siguientes: el 65% de los supervisores revisaron que no podían evitar contradecir la mejora de los nuevos paquetes de viajes, el 55% de los administradores examinaron las oficinas de movimiento y la industria de viajes demostró que estaban de acuerdo en dar una administración única que puede aumentar la cantidad de clientes, además, el 30% de los jefes dijo que no ofrecen administraciones recíprocas a los clientes. La proposición deduce que los jefes de las organizaciones de movimiento de la localidad de Huaraz tienen una introducción inequívoca a la autoridad de costos, dejando de lado el sistema de separación de Porter.

Vergara (2015), en su investigación, La importancia del potencial de la gestión de talento humano para retener el factor humano estratégico de la organización como un camino para influir positivamente sobre su desempeño laboral y la toma de decisiones, contribuyendo, de este modo, a la mejora de sus resultados organizativos y de su competitividad. Al aplicar el instrumento de medición, la rho de Spearman es de 0.795 por lo cual se indica que existe correlación entre ambas variables. En este sentido la gestión humana contiene comportamientos y actitudes que conllevan a estas a una serie de etapas y procesos en que su influencia determina una alta dirección estratégica, las prácticas de gestión humana juegan un rol importante debido a que permiten la el desarrollo de los empleados con mayor potencial para contribuir al desempeño laboral.

Chávez (2015) saber aprovechar los avances tecnológicos dependerá de cada uno. Es por ello que las personas y organizaciones tienen la responsabilidad de informarse acerca de las nuevas tendencias y encontrar su propio equilibrio entre costo / beneficio, pero además tienen el desafío de investigar, implementar y comprobar que tipos de sistemas de información son los que más se adecuan a sus necesidades y las ayudan a obtener mejores resultados.

Begazo (2014), este artículo sobre, *“La toma de decisiones y la gestión por objetivos en la empresa peruana”*. En esta pesquisa se determinó la relación de la toma de decisiones y la gestión por objetivos en la empresa peruana, de igual forma se expone analizar las etapas del proceso de toma de decisiones en la organización y también en comprobar las

características más importantes que deben consolidarse en la gestión de la empresa. El autor utilizo referencias de interés (como lo denomina Hernández et al., 2010, p.60).

Relacionadas por la toma de decisiones por el autor Bórea y gestión por objetivos por el autor Peter Drucker (concepto sobre toma de decisiones, procesos de toma de decisiones, identificar y analizar el problema, evaluar las opciones y elección de la mejor opción). El tipo de investigación es cuali- cuantitativa, el nivel de investigación es explicativa –correlacional, no experimental, con una muestra de 40 empresas. Al aplicar el instrumento de medición, el rho de Spearman es de 0.765 por lo cual se indica que existe correlación entre ambas variable se concluye (sin información estadística en su artículo de investigación) en que la toma de decisiones es un procesos que permite elegir la mejor herramienta / mejor opción que permite formar las mejores decisiones a favor de la empresa, de diferentes propuestas que tengamos y que esta dependerá del estilo de liderazgo del decisor.

Ramírez (2014), en su investigación, “*Educación Financiera y su relación con la toma de decisión de Financiamiento de las Mypes Textiles en el Sector de Mariscal Cáceres – San Juan de Lurigancho – Lima*”; en esta pesquisa se pretendió determinar la relación entre la educación financiera y la toma de decisiones de las MYPES, al mismo tiempo, se determina la relación entre la asesoría financiera y la toma de decisiones, en el desarrollo de esta investigación el autor manipulo las teorías de variable independiente educación financiera sus dimensiones: información, instrucción y asesoría, de igual manera la variable dependiente toma de decisiones sus dimensiones: procesos y condiciones de la toma de decisión. Al aplicar el instrumento de medición, el rho de Spearman es de 0.797 por lo cual se indica que existe correlación entre ambas variable. Se concluye en que si hay relación entre la asesoría financiera y la toma de decisiones de financiamiento al 38%. Además, indica que en el proceso de toma de decisiones siempre interviene la situación de certeza, incertidumbre y para evitar ese riesgo los empresarios se están capacitando en temas administrativos y financieros relacionados a la toma de decisiones, ya que algunos negocios han sido afectados y han quebrado, puesto que en estos problemas está implicado el capital financiero de su negocio.

La Teoría Capital Humano, según Becker (1961) (citado por Zambrano 2017) dio a conocer que esta teoría expresa,

Los diferentes entrenamientos que ofrecen las grandes compañías, dando a conocer dos tipos de entrenamientos: los generales y específicos. En el primero, las compañías pueden usar la

capacitación que ya recibió la persona entrenada. En el segundo punto solo puede ser usado por la empresa que otorgo el entrenamiento. Un claro ejemplo del entrenamiento general es cuando las grandes empresas ofrecen capacitaciones como estudios superiores en universidades de prestigio a sus trabajadores, eso no quiere decir que la empresa que ofreció los estudios va siempre a disponer del trabajador. Es por ello, que las empresas solo ofrecen estos tipos de capacitaciones a las personas que no representen un costo a la compañía, porque a futuro les ayudará a ser productivos. (p. 50).

La teoría de jerarquía, Maslow (1943), refiere que, una de las teorías fundamentadas en la necesidad en psicología es la Jerarquía de necesidades de Maslow. Abraham Maslow presentó cinco niveles de necesidad humana en un documento en 1943. Indicó que la gente tiene cinco necesidades básicas que atienden en orden prioritario. Las necesidades fisiológicas son las primeras, seguidas por las necesidades de seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización. Esta teoría contiene un gran valor en las ventas, ya que los vendedores llegan a conocer a sus prospectos y les hacen preguntas con el fin de conocer sus necesidades en una situación de compra. Identificar en qué parte de la pirámide de Maslow se encuentra tu cliente es parte de la inteligencia emocional de todo vendedor. Por ejemplo, algunos compradores de autos pueden estar más interesados en supervivencia básica o seguridad y desean un automóvil económico y confiable. Otros compradores pueden estar buscando automóviles por razones de afiliación o autorrealización.

Teoría de la Contingencia, Dill, James, Lorsch & Burns en su libro fundamentos de la administración, refieren que: esta teoría resalta el ajuste entre los procesos y las características de la situación organizacional, impone la necesidad de adaptar la estructura a las posibles contingencias, considera que el funcionamiento de la organización depende de la interacción con el entorno y se ve influenciada por el ambiente, la tecnología y el comportamiento.

Teoría de las Relaciones Humanas, Bailly, Gruère, Croset & Roland en su libro Comportamiento Humano, refieren que: la teoría de las Relaciones Humanas, desarrollada por Elton Mayo, la cual fue básicamente de reacción y de oposición a la teoría clásica de la administración. En consecuencia, esta teoría surgió de la necesidad de contrarrestar la fuerte tendencia a la deshumanización del trabajador, iniciada con la aplicación de métodos rigurosos, científicos y precisos a los cuales los trabajadores deberían someterse forzosamente cada día (Alexandre, Bourgeois, Raulet, & Lévy, 2014, pág. 34).

Teoría de los Recursos, Gómez (2008), refiere que: es una teoría complementaria al

análisis económico, ya que éste explica los resultados competitivos en términos externos, mientras que la Teoría de los recursos explica los aspectos dinámicos del comportamiento de la empresa respecto a la acumulación y posicionamiento de los recursos. Ambos enfoques representan la combinación de análisis externo e interno que los primeros investigadores de la estrategia determinaron como base de la formulación estratégica. La clave para realizar una correcta formulación de la estrategia se basa en ambos enfoques. Una estrategia formulada sólo desde el análisis económico puro es muy difícil de implementar, pues el enfoque organizacional identifica mejor los obstáculos que las realidades administrativas imponen. La Teoría de los recursos aporta su valor analítico para identificar la historia y los fenómenos sociales complejos que guían a una organización a la hora de seleccionar estrategias que le permitan obtener los resultados adecuados en mercados tan competitivos como los que existen actualmente (p.15).

Es así que la ANUE (2019) la definen como “el compromiso voluntario que las empresas hacen para la mejora social, económica y ambiental” (pág. 1)

Autores que estudian el tema, como Cuevas (2015) especifica que la Responsabilidad Social Empresarial “son un útil para mejor administrar la empresa bajo una perspectiva humanista y de cuidado del medio ambiente” (pág. 325).

En todo caso hoy la RSC/RSE se configura como un auténtico objetivo vinculado al logro del crecimiento sostenible, siendo a su vez un instrumento estratégico que debe ser integrado en el sistema de gestión implementado por una organización (Dopazo, 2012, pág. 280).

Actualmente, a cada organización convendría tomar a la Responsabilidad Social Empresarial como un factor de interés para la toma de decisiones en función de amparar a sus stockholders, de manera que los instrumentos de orden nacionales e internacionales no afecten su actividad cotidiana (Arteaga & Rodin, 2017, pág. 194).

Como lo expresa Silvia Noriega, Gerente de Responsabilidad Social Empresarial del BCP en el foro La Responsabilidad Social Empresarial y su impacto en la reputación corporativa: “La estrategia es desarrollar acciones de responsabilidad social que vayan en la línea del giro del negocio para producir resultados positivos en lo económico, social y ambiental” Instituto de Investigación Científica” (IDIC, 2014).

Implica la oportunidad de satisfacer a los inversionistas, mediante la comercialización de los correspondientes tangibles e intangibles a un precio justo para el consumidor y redituable para la entidad. (Medina & Severiano, 2014, pág. 67)

Cumplir las reglamentaciones que rigen en el territorio, además de acatar estándares internacionales, con el único objetivo de brindar confianza a los stakeholders externos e internos. (Medina & Severiano, 2014, pág. 67)

Consiste sobre actuar bajo una base conformada por los valores, principios y normas que son aceptadas por la sociedad. Así es posible alcanzar un mayor bienestar colectivo, sin caer en costos que pueden significar la declaración de quiebra de la organización (Medina & Severiano, 2014, pág. 67).

“Se trata de obligaciones que contraen las empresas de carácter voluntario con organizaciones comunitarias o entidades sin fines de lucro, para dar solución a problemas que pueden afectar a una colectividad específica (Medina & Severiano, 2014, pág. 67)

Para la variable competitividad, por su parte, Fernández (2015) considera que la competitividad de una empresa puede definirse como su capacidad para ofrecer un producto más barato o de mayor calidad, o cualquier combinación de ambos factores. En un contexto de competencia perfecta, implica vender el producto homogéneo a precios de mercado, pero con menores costes de producción, lo cual se traduce en mayores beneficios. La falta de competitividad se asocia con la incapacidad de competir ni en precio ni en calidad, lo cual suele ser sinónimo de quiebra y desaparición de la empresa.

Alarco, Anderson & et.al (2016), refiere que,

La competitividad está determinada por la productividad con que un país usa sus recursos. En el sentido amplio que utiliza Porter, depende de la calidad y singularidad de los bienes y servicios y de la eficiencia con la que ellos se producen. Es un proceso de largo plazo que resulta en la prosperidad de los individuos y de la sociedad en su conjunto (p.29).

Para Correa (2017), la definición de competitividad es: “Es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no de mantener sistemáticamente ventajas comparativas, es decir sus habilidades, recursos, conocimientos y atributos que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno económico”.

Rubio y Baz (2016), refiere que,

La competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo (p.5).

Se formuló el siguiente problema de investigación, ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019? Se formularon los siguientes problemas específicos: ¿Cómo se

relaciona la responsabilidad social empresarial y la productividad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P.2019? ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019? ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social empresarial y las estrategias competitivas de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019?

De acuerdo a esta investigación se lograra la obtención de resultados que como consecuencia favorecerán a la empresa SEMMAQ, basada en análisis y en la recolección de material teórico, basadas en sus teorías que los fundamentan, contribuyendo a enriquecer la investigación y contribuyendo a la referencia de investigaciones posteriores adquiriendo conocimiento sobre temas relacionados en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial, así como la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje universitario en temas como, estrategias de liderazgo, en segmentación, etc.

Se plantea la hipótesis general de la investigación, existe relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019. Se plantearon las siguientes hipótesis específicas: existe relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y la productividad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019. Existe relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019. Existe relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y las estrategias competitivas de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

El objetivo general de la presente investigación, Determinar la relación de la responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019. Los problemas específicos planteados, Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la productividad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019. Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019. Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y las estrategias competitivas de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo De Investigación

La investigación fue de tipo aplicada porque el resultado servirá como una fuente de información en la toma de decisiones para la actual Gestión y la implementación adecuada con miras a establecer relaciones redituables con los colaboradores en el largo plazo.

Para Namakforoosh (2015) “la investigación aplicada sirve para tomar decisiones y establecer políticas. La característica básica de la investigación aplicada es el énfasis en resolver problemas al igual que la investigación pura, sin embargo, la investigación aplicada tiene un mayor énfasis hacia la toma de decisiones importantes y a largo plazo” (p.44).

2.1.2 Nivel de Investigación

Palomino, Peña, Zevallos y Orizano (2015), “Busca el nivel de relación entre dos o más variables” (p.128).

La investigación es del nivel Descriptivo- Correlacional, descriptivo dado que se analiza las cualidades y propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea incluido al análisis, se miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. El estudio descriptivo se selecciona en una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

Correlacional porque este tipo de estudio descriptivo tendrá como finalidad determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables, tienen como característica que primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación, aunque no establece una forma directa de relaciones causales, nos puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno.

2.1.3. Diseño de investigación

El diseño fue no experimental, debido que la investigación se realiza sin manipular deliberadamente las variables, es decir no se va a variar de forma intencional las variables para ver sus efectos sobre las otras variables. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.149).

En esta investigación no alteraremos de manera alevosa los resultados obtenidos al aplicar la investigación, no modificaremos su forma natural de las variables

2.1.4. Enfoque de investigación

Hernández, Fernández & Baptista (2014), refieren que,

El método cuantitativo es un procedimiento que se basa en la utilización de los números para analizar, investigar y comprobar tanto información como datos. La investigación o metodología cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas, y es uno de los métodos más conocidos y utilizados en las materias de ciencias, como las matemáticas, la informática y la estadística (p.130).

El presente estudio será bajo un enfoque cuantitativa.

2.1.5. Método de investigación

El método a emplear será el hipotético deductivo.

Bernal (2013), donde dice que, "se compone de un sistema que parte de ciertas afirmaciones como teoría y busca invalidar o distorsionar dichas teorías, encontrando a partir de ellas extremos que deben enfrentarse a las certezas" (p.60).

2.2. Variables y operacionalización

2.2.1 Variable 1: Responsabilidad Social Empresarial

Esta es la manera en que el ANUE (2019) lo caracteriza como "la responsabilidad deliberada que las organizaciones hacen para el mejoramiento social, financiero y ecológico" (pág. 1)

Dimensión Responsabilidad Económica

La estimación presupuestaria se identifica con el tiempo de la riqueza, que se relaciona con el objetivo más básico de la mayoría de las afiliaciones y todas las asociaciones, pensando en cada uno de los puntos focales, matizan desde el punto de vista de la RSE. A partir de aquí, el período de riqueza es hacia la tierra, y también debe basarse en características y artículos universales. En este sentido, una asociación tiene habilidades sociales, ya que mientras obtiene beneficios, intenta disminuir los costos de cualquier tipo, los costos relacionados con el dinero, pero además de las características sociales para hacer referencia a las más básicas. (CCOO, 2016)

Dimensión Responsabilidad Social

En la visión razonable de Drucker, la institución necesita usar recursos y trabajar en un medio para proporcionar cosas y beneficios, y de esta manera, ser completamente responsable de

los efectos posteriores de sus acciones y labores. Este debería ser el punto de convergencia de la obligación social corporativa (Gili, 2016).

2.2.2 Variable 2: Competitividad

Según Rubio y Baz (2016) refiere que, la competitividad es lo que permite que una asociación sea viable en el planeta donde funciona. Una asociación es contundente cuando se encuentra cómo hacer componentes y cuyos consumos y cualidades es comparables o superiores a los de sus adversarios en el resto del mundo (p.5).

Dimensión Productividad

Según (Pages, 2015) menciona que, piensa en un equipo de fútbol. Para ganar el título debes tener jugadores extraordinarios y ellos deben jugar en las posiciones correctas. Al igual que en una reunión viable, la productividad de una economía depende de dos componentes cruciales: el dominio de sus asociaciones (los personajes en pantalla) y la parte de los beneficios que tiene (trabajo y capital) para las asociaciones (las posiciones) (pág. 79).

Dimensión Rentabilidad

(Sánchez, 2016), menciona que, se debe sentir la rentabilidad asociada con cualquier movimiento financiero en el que sugiera que los materiales, los recursos humanos y los relacionados con el efectivo se reúnen para obtener resultados. En la redacción relacionada con el dinero, a pesar de la forma en que el término ventaja se usa de manera contrastante y existen varias técnicas doctrinales que impactan algo normal para el equivalente, en un sentido general se considera eficiencia al ritmo de ejecución que en un Término explícito en que producen el capital utilizado en ella. (pág. 2).

2.2. Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Responsabilidad Social Empresarial	Esta es la manera en que el ANUE (2019) lo caracteriza como "la responsabilidad deliberada que las organizaciones hacen para el mejoramiento social, financiero y ecológico" (pág. 1)	La variable RSE se medirá bajo las tres dimensiones, social, económica y ambiental	Responsabilidad Social Responsabilidad Económica	Selección de personal Calidad laboral Línea de carrera Precios de acuerdo al mercado Salario de acuerdo al mercado Productos de alta calidad	Likert 1. Totalmente de acuerdo. 2. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4. En desacuerdo. 5. Totalmente en desacuerdo.
Competitividad	Según Rubio y Baz (2016) refiere que, la competitividad es lo que permite que una asociación sea viable en el planeta donde funciona. Una asociación es contundente cuando se encuentra cómo hacer componentes y cuyos consumos y cualidades son comparables o superiores a los de sus adversarios en el resto del mundo (p.5).	La variable Competitividad se medirá bajo las tres dimensiones, Productividad, Rentabilidad y Estrategia competitiva	Productividad Rentabilidad Estrategia Competitiva	Innovación Eficacia Eficiencia Rendimiento Utilidades Bonos Poder de negociación Productos sustitutos Valor agregado	Likert 1. Totalmente de acuerdo. 2. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4. En desacuerdo. 5. Totalmente en desacuerdo.

2.3. Población y Muestreo

Población

A efectos de llevar a cabo la investigación, la población está conformada por 100 Colaboradores de SEMMAQ, Perú.

Según Carrasco (2015), la población: “Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (p.237).

Marco Muestral

Se escogió seleccionar al área operativa de la empresa SEMMAQ, como objeto en esta investigación.

Muestra

Para Carrasco (2015), la muestra, “Es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población” (p. 237).

Para proceder a calcular el tamaño de la muestra se utilizó el muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, utilizando la siguiente formula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1) + Z^2PQ}$$

Dónde:

Muestra (n)

Nivel de confiabilidad	95%
Población (N)	100
Valor de distribución (Z)	1.96
Margen de error (d)	5%
Porcentaje de aceptación (P)	50%

Porcentaje de no aceptación (Q) 50%

$$n = \frac{(100)(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (100-1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

n = 80 colaboradores

El total de muestra para la presente investigación estuvo conformado por 80 colaboradores de la empresa SEMMAQ.

Participantes

Ítem	CARGO	VARONES	MUJERES
1	ADMINISTRATIVOS	4	2
2	SUPERVISORES	6	2
3	COLABORADORES	66	0
	TOTAL VARONES – MUJERES	76	4
	TOTAL	80	

Los participantes de la presente investigación serán 80 colaboradores entre hombres y mujeres.

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

2.4.1 Técnica de Recolección de Datos

La técnica que se utilizó en esta investigación se denomina técnica de la encuesta, la cual ayudó a recoger información a través de las respuestas que otorgaron los encuestados.

Carrasco (2015), define a la encuesta como, “Una técnica de investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen a unidad de análisis del estudio investigativo” (p.72).

2.4.2. Instrumento de recolección de datos

En la presente investigación se empleó como instrumento de medición el cuestionario, con el

fin de llevar a cabo la técnica de la encuesta a los colaboradores.

Y, además, Carrasco (2015), indica que el cuestionario, “Es el instrumento de investigación social más usado cuando se estudia gran número de personas, ya que permite una respuesta directa, mediante la hoja de preguntas que se le entrega a cada una de ellas” (p.318).

2.4.3. Validez

La validez se define como “el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (Hernández, 2010, p. 201).

El instrumento que se aplicó fue el cuestionario, el cual fue sometido a una prueba de validez aplicada por juicio de expertos y una prueba de confiabilidad mediante el alfa de Cron Bach.

El cuestionario fue sometido a juicio de expertos para evaluar la validez de sus contenidos.

“La autenticidad es el nivel en que una herramienta efectivamente logra calcular a la variable que se busca analizar” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, pág. 201)

El instrumento que se aplicará será el cuestionario, el cual fue evaluado por los siguientes expertos:

Tabla 1: Juicio de Expertos

GRADO	EXPERTOS	ESPECIALIDAD	OPINIÓN
DOCTOR	Cárdenas Saavedra, Abraham	METODOLÓGICO	Existe suficiencia
DOCTOR	Alva Arce, Rosel Cesar	METODOLÓGICO	Existe suficiencia
DOCTOR	Carranza Estela, Teodoro	TEMÁTICO	Existe suficiencia
DOCTOR	Vásquez Espinoza, Juan	METODOLÓGICO	Existe suficiencia

2.4.4. Confiabilidad

El Alfa de Cron Bach se utilizó para calcular el coeficiente de fiabilidad del instrumento de medición.

Hernández (2015), menciona que, “Dicho coeficiente puede estar entre cero y uno, donde el cero significa nula confiabilidad y el uno representa una máxima confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más cerca este al coeficiente cero (0), mayor error habrá en la medición” (p. 302).

Figura N° 01

0,53 a menos	Nula confiabilidad
0,54 a 0,59	Baja confiabilidad
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Perfecta confiabilidad

Tabla N°02

Resumen de procesamiento de datos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla N°03

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cron Bach	N de elementos
,876	20

De acuerdo al resultado del alfa de cron Bach arrojado luego de realizar la prueba piloto nos arroja un 0.876, de acuerdo a la figura N°01 se existe una excelente confiabilidad, lo que nos indica que nuestro instrumento es 100% aplicable.

2.5. Procedimiento

Se procedió a la aplicación del instrumento de recabación de datos, el cuestionario empleado a los colaboradores que se demoraron un aproximado de 45 minutos, luego de ordenar toda las encuestas se procedió a tabularla en una hoja de Excel, para posteriormente pasarlas al programa SPSS v.25, para agrupar los ítems por variables y dimensiones, para así poder realizar nuestro análisis descriptivo por medio de la tablas de frecuencias, nuestra prueba de normalidad para determinar si nuestro estudio tiene una distribución paramétrica o no paramétrica y nuestra prueba de inferencia realizada por el Rho de Spearman.

2.6. Métodos de Análisis de Datos

En el presente trabajo de investigación se empleó el programa estadístico SPSS 23. Las pruebas estadísticas realizadas fueron: Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad del instrumento, Juicio de expertos para la validez del instrumento, prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para conocer la distribución de la población, la Prueba de regresión lineal para observar la aceptación o rechazo de la hipótesis de Investigación; y tablas de frecuencias de las dimensiones, los cuales se presentó los datos mediante cuadros y gráficos para realizar el respectivo análisis, de tal manera que se puede llegar a las conclusiones sobre la situación planteada.

2.7. Aspectos éticos

Se tendrá en cuenta, la veracidad de resultados; el respeto por la propiedad intelectual; el respeto por las convicciones políticas, religiosas y morales; respeto por el medio ambiente y la biodiversidad; responsabilidad social, política, jurídica y ética; respeto a la privacidad; proteger la identidad de los individuos.

III. RESULTADOS

3.1. Presentación de resultados descriptivos

3.1.1. Variable: Responsabilidad social empresarial

Tabla 2: Responsabilidad social empresarial (agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	4	4,9
	Casi siempre	29	35,8
	A veces	25	30,9
	Casi nunca	13	16,0
	Nunca	9	11,1
Total		80	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar, mediante los resultados obtenidos al aplicar nuestra herramienta de investigación que los colaboradores que participaron de manera voluntaria de nuestro estudio, el **36%** de ellos perciben que casi siempre emplea la responsabilidad social empresarial, un **16%** de ellos perciben que casi nunca emplean la responsabilidad social empresarial y un **5%** de ellos perciben que siempre emplea la responsabilidad social empresarial.

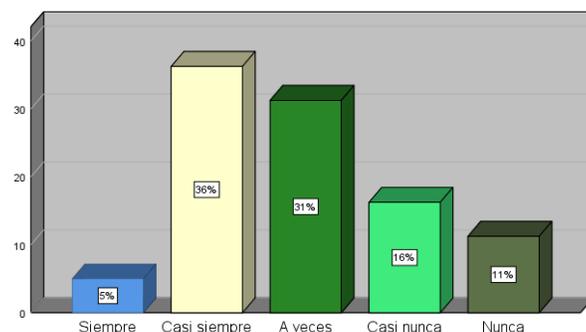


Gráfico 1: Responsabilidad social empresarial

Dimensión Responsabilidad social

Tabla 3: Responsabilidad social (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	4	4,9
	Casi siempre	15	18,5
	A veces	31	38,3
	Casi nunca	16	19,8
	Nunca	14	17,3
Total		80	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar, mediante los resultados obtenidos al aplicar nuestra herramienta de investigación que los colaboradores que participaron de manera voluntaria de nuestro estudio, el **38%** de ellos perciben que a veces emplea la responsabilidad social, un **19%** de ellos perciben que casi siempre emplea la responsabilidad social y un **5%** de ellos perciben que siempre emplea la responsabilidad social.

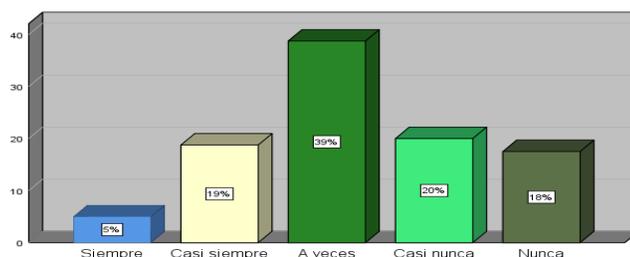


Gráfico 2: Responsabilidad social (agrupado)

Dimensión Responsabilidad económica

Tabla 4: Responsabilidad económica (agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	9	11,1
	Casi siempre	21	25,9
	A veces	34	42,0
	Casi nunca	5	6,2
	Nunca	11	13,6
Total		80	100,0

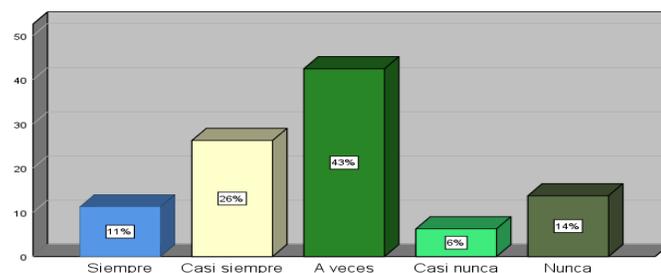


Gráfico 3: Responsabilidad económica (agrupada)

Se puede observar, mediante los resultados obtenidos al aplicar nuestra herramienta de investigación que los colaboradores que participaron de manera voluntaria de nuestro estudio, el **43%** de ellos perciben que a veces emplea la responsabilidad económica, un **14%** de ellos perciben que nunca emplea la responsabilidad económica y un **6%** de ellos perciben que casi nunca emplea la responsabilidad económica.

3.1.1.3. Variable: Competitividad

Tabla 5: Competitividad (agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	3	3,7
	Casi siempre	15	18,5
	A veces	38	46,9
	Casi nunca	19	23,5
	Nunca	5	6,2
Total		80	100,0

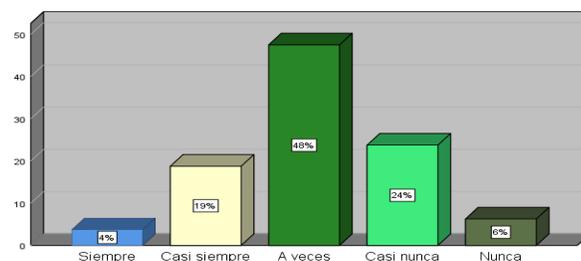


Gráfico 4: Competitividad (agrupado)

Se puede observar, mediante los resultados obtenidos al aplicar nuestra herramienta de investigación que los colaboradores que participaron de manera voluntaria de nuestro estudio, el **48 %** de ellos perciben que a veces en son competitivos, un **19%** de ellos perciben que casi siempre en son competitivos y un **4%** de ellos perciben que siempre son competitivos.

Dimensión Productividad

Tabla 6: Productividad (agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	2	2,5
	Casi siempre	8	9,9
	A veces	34	42,0
	Casi nunca	31	38,3
	Nunca	5	6,2
Total		80	100,0

Fuente: Elaboración propia.

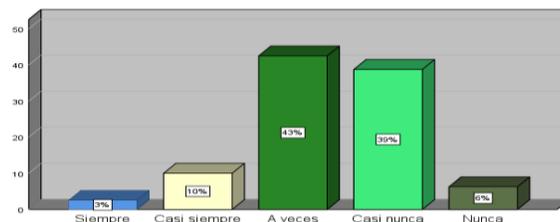


Gráfico 5: Productividad (agrupada)

Se puede observar, mediante los resultados obtenidos al aplicar nuestra herramienta de investigación que los colaboradores que participaron de manera voluntaria de nuestro estudio, el **43 %** de ellos perciben que a veces son productivos, un **10%** de ellos perciben que casi siempre son productivos y un **3%** de ellos perciben que siempre son productivos.

Dimensión Rentabilidad

Tabla 7: Rentabilidad (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	2	2,5
	Casi siempre	8	9,9
	A veces	32	39,5
	Casi nunca	32	39,5
	Nunca	6	7,4
Total		80	100,0

Fuente: Elaboración propia.

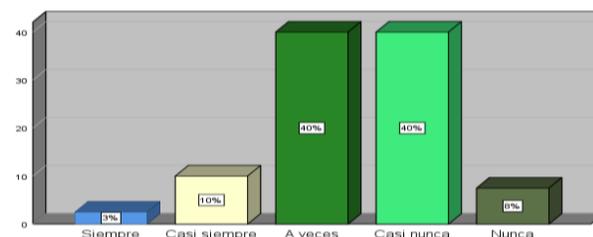


Gráfico 6: Rentabilidad (agrupado)

Se puede observar, mediante los resultados obtenidos al aplicar nuestra herramienta de investigación que los colaboradores que participaron de manera voluntaria de nuestro estudio, el **40 %** de ellos perciben que a veces son rentables, un **10%** de ellos perciben que casi siempre son rentabilidad y un **3%** de ellos perciben que siempre son rentables.

Dimensión Estrategia competitivas

Tabla 8: Estrategia competitiva (agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	3	3,7
	Casi siempre	22	27,2
	A veces	30	37,0
	Casi nunca	21	25,9
	Nunca	4	4,9
Total		80	100,0

Fuente: Elaboración propia.

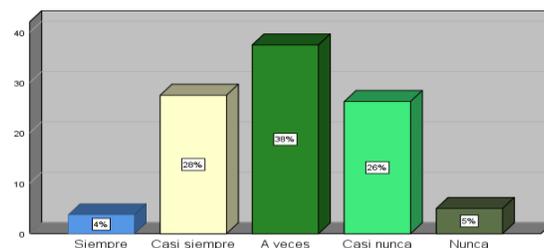


Gráfico 7: Estrategia competitiva (agrupada)

Se puede observar, mediante los resultados obtenidos al aplicar nuestra herramienta de investigación que los colaboradores que participaron de manera voluntaria de nuestro estudio, el **38%** de ellos perciben que a veces cuentan con estrategias competitivas, un **26%** de ellos perciben que casi nunca cuentan con estrategias competitivas y un **4%** de ellos perciben que siempre cuentan con estrategias competitivas.

3.1.2. Prueba de normalidad

Este cálculo se realizó a través de la prueba Kolmogorov-Smirnov:

Tabla 10: Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Responsabilidad Social Empresarial (agrupado)	,209	80	,002	,852	80	,012
Competitividad (agrupado)	,275	80	,000	,781	80	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se utilizó la comprobación para saber si nuestra distribución es paramétrica o no paramétrica, en esta oportunidad nuestra investigación tiene una distribución no paramétrica, puesto que, nuestra sigma es $0.002 < 0.05$, esto nos indica que tipo de distribución es nuestro estudio y que tipo de prueba emplear.

3.1.3. Prueba de hipótesis

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
(-0,9 a -0,99)	Correlación negativa muy alta
(-0,7 a -0,89)	Correlación negativa alta
(-0,4 a -0,69)	Correlación negativa moderada
(-0,2 a -0,39)	Correlación negativa baja
(-0,01 a -0,19)	Correlación negativa muy baja
0	Nula
(0,0 a 0,19)	Correlación positiva muy baja
(0,2 a 0,39)	Correlación positiva baja
(0,4 a 0,69)	Correlación positiva moderada
(0,7 a 0,89)	Correlación positiva alta
(0,9 a 0,99)	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

3.1.3.1. Prueba de hipótesis general

H_g: La responsabilidad social empresarial se relaciona con la competitividad en la empresa SEMMAQ, S.M.P.2019.

H₀: La responsabilidad social empresarial no se relaciona con la competitividad en la empresa SEMMAQ, S.M.P.2019.

H₁: La responsabilidad social empresarial se relaciona con la competitividad en la empresa SEMMAQ, S.M.P.2019.

Tabla 9: Tabla de correlación - Regresión lineal según la variable 1 (responsabilidad social empresarial) y la variable 2 (Competitividad)

			Responsabilidad social empresarial (agrupado)	Competitividad (agrupado)
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,507**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Competitividad (agrupado)	Coeficiente de correlación	,507**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 10 de la prueba de rho de Spearman nos indica que ambas variables poseen una correlación de 0,507, lo que significa que es una correlación positiva media. Además, que las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ($0,000 < 0.05$; 95%; $Z= 1,96$), entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera, indicando que la responsabilidad social empresarial se relaciona con la competitividad en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

3.1.2.2. Prueba de hipótesis específicas

a) Hipótesis específica 1

H_{E1}: La responsabilidad social empresarial se relaciona con la productividad en la empresa SEMMAQ, S.M.P.2019.

H₀: La responsabilidad social empresarial no se relaciona con la productividad en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

H₁: La responsabilidad social empresarial se relaciona con la productividad en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

Tabla 10:Tabla de correlación - Regresión lineal según la variable 1 (responsabilidad social empresarial) y la variable 2 (Productividad)

			Responsabilidad social empresarial (agrupado)	Productividad (agrupado)
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,362**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Productividad (agrupado)	Coefficiente de correlación	,362**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 11 de la prueba de rho Spearman nos indica que ambas variables poseen una correlación de 0,362, lo que significa que es una correlación positiva débil. Además, que las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ($0,000 < 0.05$; 95%; $Z= 1,96$), entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera,

indicando que la responsabilidad social empresarial se relaciona con la productividad en la empresa SEMMAQ, 2019.

b) Hipótesis específica 2

H_{E2}: La responsabilidad social empresarial se relaciona con la rentabilidad en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

H₀: La responsabilidad social empresarial no se relaciona con la rentabilidad en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

H₁: La responsabilidad social empresarial se relaciona con la rentabilidad en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

Tabla 11:Tabla de correlación - Regresión lineal según la variable 1 (responsabilidad social empresarial) y la variable 2 (Rentabilidad)

			Responsabilidad social empresarial (agrupado)	Rentabilidad (agrupado)
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,561**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Rentabilidad (agrupado)	Coefficiente de correlación	,561**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 12 de la prueba de rho de Spearman nos indica que ambas variables poseen una correlación de 0,561, lo que significa que es una correlación positiva media. Además, que las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ($0,000 < 0.05$; 95%; $Z= 1,96$), entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera, indicando que la responsabilidad social empresarial se relaciona con la rentabilidad en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

c) Hipótesis específica 3

H_{E3}: La responsabilidad social empresarial se relaciona con las estrategias competitivas en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

H₀: La responsabilidad social empresarial no se relaciona con las estrategias competitivas en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

H₁: La responsabilidad social empresarial se relaciona con las estrategias competitivas en la empresa SEMMAQ, S.M.P.2019.

Tabla 12: Tabla de correlación - Regresión lineal según la variable 1 (responsabilidad social empresarial) y la variable 2 (Estrategia Competitiva)

		Responsabilidad social empresarial (agrupado)	Estrategia Competitiva (agrupado)
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial (agrupado)	1,000	,500**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	80
	Estrategias Competitivas (agrupado)	,500**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 13 de la prueba de rho Spearman nos indica que ambas variables poseen una correlación de 0,500, lo que significa que es una correlación positiva media. Además, que las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ($0,000 < 0.05$; 95%; $Z= 1,96$), entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera, indicando que la responsabilidad social empresarial si se relaciona con las estrategias competitivas en la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

IV. DISCUSIÓN

Hipótesis y objetivo general

La investigación de Dulcic, Souman, & Bosnjak (2018), titulada “*La influencia de la responsabilidad social corporativa en la competitividad de las empresas*”, donde los resultados indican que la responsabilidad en las empresas y sus dimensiones, está en una relación positiva con el desarrollo de la capacidad competitiva de las empresas encuestadas. Con esto se dedujo que el éxito de la empresa está estrechamente relacionado de manera positiva con comportamiento responsable, que en última instancia conduce al desarrollo sostenible y la satisfacción de todos los participantes que están conectados de diferentes maneras con el negocio. Por tal motivo, se contrastó con nuestra exploración, pudiendo sintetizar que hoy en día la responsabilidad social empresarial es un factor clave para que una entidad sea competitiva en el mercado, ya que, a los resultados obtenidos al realizar la prueba de inferencia se pudo afirmar que la RSE si se relaciona con la Competitividad de SEMMAQ.

Sin embargo, nuestra exploración para conceptualizar la RSE se sustentó en la teoría brindada por ANUE (2019) que refiere que la responsabilidad deliberada que las organizaciones hacen para el mejoramiento social, financiero y ecológico. Y para conceptualizar la Competitividad se sustentó en lo mencionado por, Alarco & Anderson (2011), está dirigida por la eficacia con que una nación emplea sus beneficios. En el amplio sentido que utiliza Porter, depende de la calidad y la singularidad de los elementos y las organizaciones, y del límite con el que se realizan. Es un proceso de largo recorrido que se convierte en la ejecución de las personas y de la comunidad como regla general.

4.1. Hipótesis y objetivo específico 1

Hernández & López (2017) en su artículo titulado “Factores de Productividad y Competitividad en Redes Empresariales de los Sectores Financiero, Hotelero y de Carga de la zona de el Dorado, Bogotá D.C”. En este trabajo el investigador concluyó que logró un producto científico que son modelos que ayudarán a las micro y pequeñas empresas en la evaluación y valoración de estrategias, además concluye que la competitividad empresarial está determinada por un gerente

competitivo. Por tal motivo, se contrasto con nuestra exploración, pudiendo sintetizar que hoy en día la responsabilidad social empresarial es un factor clave para que exista una buena productividad en los colaboradores de cada organización.

Sin embargo, nuestra exploración se sustentó en la teoría brindada por ANUE (2019) que refiere que la responsabilidad deliberada que las organizaciones hacen para el mejoramiento social, financiero y ecológico. Y para conceptualizar la Productividad se sustentó en lo mencionado por Casas (2010), menciona que, en cuanto a la competencia (rendimiento) de la técnica de la edad, prestando poca atención a la cosa y a la región empresarial en la cadena presupuestaria, esto debe guiarse por la regla de eficacia. Este es el estándar fundamental, por métodos para los cuales la creación completada en un marco de tiempo comparable se extiende en condiciones de equilibrio o economía de los recursos particulares.

4.2. Hipótesis y objetivo específico 2

Ramos (2015) en su artículo científico, “La gestión de calidad, la competitividad, el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las mypes de la provincia de Sullana, 2015”. Se infiere que la información de competitividad es vital para las organizaciones, ya que dentro de las entidades se ve que tienen un aprendizaje de lo que esto implica, y usarlo apropiadamente sobre la base de que su rentabilidad, como lo indica la observación se encuentra en un estado anormal. Por otra parte, se resolvió que los empresarios saben su capacidad, que es importante para la organización y la mejora de su rentabilidad. Por tal motivo, se contrasto con nuestra exploración, pudiendo sintetizar que hoy en día la responsabilidad social empresarial es un factor clave para que una entidad sea rentable en el tiempo.

Sin embargo, nuestra exploración se sustentó en la teoría brindada por ANUE (2019) que refiere que la responsabilidad deliberada que las organizaciones hacen para el mejoramiento social, financiero y ecológico. Y para conceptualizar la Rentabilidad se sustentó en lo mencionado por Sánchez (2002), menciona que, se debe sentir la rentabilidad asociada con cualquier movimiento financiero en el que sugiera que los materiales, los recursos humanos y los relacionados con el efectivo se reúnen para obtener resultados. En la redacción relacionada con el dinero, a pesar de la forma en que el término ventaja se usa de manera contrastante y existen varias técnicas

doctrinales que impactan algo normal para el equivalente, en un sentido general se considera eficiencia al ritmo de ejecución que en un Término explícito en que producen el capital utilizado en ella.

4.3 Hipótesis y objetivo específico 3

Guillermo (2014) en su tesis, *“Caracterización de la competitividad bajo el enfoque de las estrategias genéricas de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector turismo rubro agencias de viajes y turismo en el distrito de Huaraz, 2014”*. Llegando a la conclusión que en las agencias de viajes se observa un alto nivel de deficiencia referente a la competitividad y no utilizan las estrategias de diferenciación, porque los directivos y socios creen que no hay interés sincero por parte de las agencias de viajes para poder aplicar las dimensiones como segmento de mercado, intensidad de la publicidad y prestigio en precios. Por tal motivo, se contrasto con nuestra exploración, pudiendo sintetizar que hoy en día la responsabilidad social empresarial es un factor clave para que una entidad sea competitiva en el tiempo, pero para ello tienen que tener estrategias competitivas que los diferencie con la competencia.

Sin embargo, nuestra exploración se sustentó en la teoría brindada por ANUE (2019) que refiere que la responsabilidad deliberada que las organizaciones hacen para el mejoramiento social, financiero y ecológico. Y para conceptualizar la Estrategia Competitiva se sustentó en lo mencionado por Castro (2010) expresa que, las estrategias competitivas son las técnicas mediante las cuales una asociación se eleva a la batalla, y que depende de si tendrán éxito o no, dice que las asociaciones deben encontrar métodos en sí mismas y aplicar aquellos que lo hacen progresivamente efectivo para salvaguardar. Solo mediante la construcción del procedimiento adecuado, cumpliremos los objetivos establecidos con convicción, en este sentido, la estrategia debe ser lúcida y concebible por los segmentos posibles según lo indicado por el límite de la asociación, su condición, estructura y sistema de afiliación.

V. CONCLUSIONES

Comparando los resultados de la exploración de campo, los objetivos propuestos y la afirmación de las hipótesis, se llegó a inferir lo siguiente:

5.1. Conclusión 1

Se logró determinar que la Responsabilidad social empresarial si se relaciona con la competitividad de SEMMAQ, 2019, puesto que en la tabla 10, se obtuvo un **Rho de Spearman de 0.507**, no obstante se obtuvo que el sigma bilateral es menor a 0.05; infiriendo entonces, que una buena utilización de la RSE, traerá consigo mejorar la competitividad de la institución, para que un corto plazo, los colaboradores sean más productivos, permitiendo a la institución tener una buena rentabilidad, pero esto no se lograra si SEMMAQ no cuenta con buenas estrategias competitivas que le permitan un desarrollo sostenible en un mediano plazo.

5.2. Conclusión 2

Se determinó que la Responsabilidad social empresarial si se relaciona con la productividad de SEMMAQ, 2019; puesto que en la tabla 11, se obtuvo un Rho de Spearman de 0.362, no obstante se obtuvo que el sigma bilateral es menor a 0.05; deduciendo entonces, que cuando la sociedad percibe que la entidad tiene un compromiso social real y transparente, esto facilita a la captación de los colaboradores y fidelización de prodigios, logrando así que los trabajadores se sientan piezas importantes en la empresa.

5.3. Conclusión 3

Se pudo determinar que la Responsabilidad social empresarial si se relaciona con la rentabilidad de SEMMAQ; puesto que en la tabla 12, se obtuvo un Rho de Spearman de 0.561, no obstante, se obtuvo que la sigma bilateral es menor a 0.05.

5.4. Conclusión 4

Se pudo determinar que la Responsabilidad social empresarial si se relaciona con las estrategias competitivas de SEMMAQ; puesto que en la tabla 13, se obtuvo un Rho de Spearman de 0,500, no obstante, se obtuvo que la sigma bilateral es menor a 0.05, infiriendo que como la función fundamental de las instituciones es ser sostenible en el tiempo con políticas ecológicas donde tienen un impacto fuerte en sus resultados.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere al **Gerente General Dennis Araujo Zelada**, que analice las políticas actuales de la responsabilidad social empresarial aplicada por SEMMAQ para así mejorar el clima laboral, lo que traerá consigo un mayor rendimiento y compromiso de los colaboradores en las actividades que realicen para beneficio de la entidad.
2. Se sugiere al **Gerente General Dennis Araujo Zelada**, que dentro de SEMMAQ innove su proceso productivo, puesto que, así se tendrán alternativas novedosas para mejorar su actual gestión y hacer uso óptimo de sus recursos, de esta manera la innovación permitirá a la empresa ser competitiva e incluso lograr el crecimiento de nuevos servicios.
3. Se sugiere al **Gerente General Dennis Araujo Zelada**, que realice acciones de RSE, puesto que, esto llevara aumento de seguridad de los socios, permitiendo tener mayores ingresos y ayudando a la captación de socios estratégicos por la buena administración de la institución.
4. Se sugiere al **Gerente General Dennis Araujo Zelada**, se analicen la existencia de políticas de sustentabilidad, para así incrementar el valor de la institución en el mercado. Al tener una buena política de sustentabilidad esta institución tendrá una mejor evaluación por organismos internaciones y bancos que evaluaran nuestra estructura interna organizacional y como es su comportamiento con la sociedad y los grupos de interés.

VII.REFERENCIAS

- ANUE. (02 de Abril de 2019). *Asociación para naciones unidas en españa*. Obtenido de Asociación para naciones unidas en españa: <http://www.anue.org/es/content/responsabilidad-social>
- Arosema, A. (2008). La Prensa. *S.A.Editor*, 5. Obtenido de https://impresa.prensa.com/opinion/Responsabilidad-social-filantropia-politiqueria_0_2375762738.html
- Arteaga, E., & Rodin, M. (2017). Análisis comparativo de Responsabilidad Social Empresarial: empresas e insumos agrícolas. *UTMACHALA*. Obtenido de <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach>
- Barrios, K., Contreras, J., & Olivera, E. (2018). La Gestión por Procesos en las Pymes de Barranquilla: Factor Diferenciador de la Competitividad Organizacional. *Universidad Simón Bolívar, Barranquilla-Colombia*, 12. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000200103>
- Benites, J., & Madrid, C. (2015). *Los gastos de Responsabilidad Social Empresarial y su incorporación en el artículo 37° del texto único ordenado T.U.O. de la ley del impuesto a la renta*". Callao: Universidad Nacional del Callao.
- Berg, B. (2016). *As Sweet As It Gets: Corporate Social Responsibility In The Confectionery Industry*". Hamdem, EE.UU.: QUINNIPIAC UNIVERSITY. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/1846107693/B04DBBD304544C74PQ/1?accountid=37408>
- Bracamonte, C. (2013). *"El nuevo enfoque de responsabilidad social empresarial y su influencia en la decisión de compra de los consumidores del distrito Trujillo 2013"*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Cabral, I. (2012). *El proceso de comunicación en el desarrollo de la responsabilidad social empresaria como estrategia corporativa*. Buenos aires: Universidad Nacional.

- Calsina, B., Fernández, R., & Hanco, M. (2018). THE MANAGEMENT OF INTERNAL MARKETING AND ITS RELATIONSHIP WITH THE ORGANIZATIONAL COMMITMENT: THE CASE OF A HEALTH CENTER IN THE PUNO REGION, PERÚ. *uancv*, 11. Obtenido de <https://revistas.uancv.edu.pe/index.php/RCIA/article/view/621/542>
- Cámara de Comercio. (2017). *Responsabilidad social de las entidades financieras*. Lima: Cámara de Comercio.
- Compromiso RSE. (15 de Diciembre de 2017). *Compromiso RSE*. Obtenido de <https://www.compromisorse.com/reportajes/2013/01/21/la-rse-como-factor-clave-para-aumentar-la-competitividad/>
- Cruz, M. (2016). El marketing interno como proceso de aprendizaje organizacional. *IBFR*, 12. Obtenido de <ftp.repec.org>
- Cuevas, R. (2009). Ética y responsabilidad social de la empresa: su concepción del hombre. *Revista de la Universidad Bolivariana*, 27. Obtenido de www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682009000200015
- Dopazo, M. (2012). Informes de Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Fuentes de Información y Documentación. *Revista General de Información y Document*. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/1433291638?accountid=38773>
- Expok. (2017 de Diciembre de 2017). *expok comunicación de sustentabilidad y RSE*. Obtenido de <https://www.expoknews.com/responsabilidad-social-en-el-sector-financiero/>
- Fernandez, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa: Una nueva cultura empresarial*. España: Editorial Club Universitario. Obtenido de <https://www.editorial-club-universitario.es/pdf/3247.pdf>
- Flores, C. (2014, Agosto 23). Perú tiene alta tasa de rotación de personal. *Diariocorreo.pe*. Disponible en <http://diariocorreo.pe>

- Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La victoria - año 2013*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Gross, D. (2011). *Historias de Forbes: 15 relatos de empresarios que cambiaron la manera de como vivimos y hacemos negocios*. New York: Proit Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=kxCqXGQch3gC&pg=PA48&dq=ford+y+su+trato+a+trabajadores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjY3cjWzJbYAhWFOiYKHcTsBB0Q6AEIMTAC#v=onepage&q=ford%20y%20su%20trato%20a%20trabajadores&f=false>
- Guillermo. (2014). *caracterización de la competitividad bajo el enfoque de las estrategias genéricas de Porter en las micro y pequeñas empresas del sector turismo rubro agencias de viajes y turismo en el distrito de Huaraz, 2014*. Huáraz: ULADECH.
- Henao, J. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial Como Estrategia De Gestión En La Organización Pranha S.A. Colombia*. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.
- Hernández, J., & López, N. (2017). Factores de Productividad y Competitividad en Redes Empresariales de los Sectores Financiero, Hotelero y de Carga de la zona de el Dorado, Bogotá D.C. *Universidad Católica de Colombia*, 12. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=440566d9-319b-4e16-83e9-48d2012172fc%40pdc-v-sessmgr02>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología a la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- IDIC. (9 de Octubre de 2014). *Universidad de Lima*. Obtenido de Universidad de Lima: <http://www.ulima.edu.pe/en/node/5320>
- Ipsos (2013). Talento: ¿Estamos preparados para dejarlos ir? Lima, Perú: Ipsos public affairs—The social research and corporate reputation specialist. Disponible en <https://www.ipsos.com/>

- Jaramillo, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance social. *Semestre Económico*, 12. Obtenido de www.scielo.org.co/pdf/seec/v10n20/v10n20a6.pdf
- Leyva, A., Cavazos, J., & Espejel, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Universidad Sonora, México*, 12. doi:10.22201/fca.24488410e.2018.1085
- Lima. (2016). *Estrategias de competitividad para Pymes*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- López, M., Solís, M., & Aguirre, G. (2016). Estrategias de marketing interno para incrementar la motivación del cliente interno. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 17. Obtenido de <http://www.reibci.org/publicados/2016/dic/2000106.pdf>
- Maldonado-Radillo (2014). “El Compromiso Organizacional del Personal Docente y Administrativo de una Universidad Pública.” *Revista Internacional Administración y Finanzas*. Volumen 5. Número 4
- ManpowerGroup (2015). Encuesta de Escasez de Talento 2015. (Publicación No. 10). Disponible en <https://www.manpower.com.pe>
- ManpowerGroup (2016). Encuesta de Escasez de Talento resultados Perú 2017. (Publicación No. 11). Disponible en <https://www.manpower.com.pe>
- Medina, A., & Severiano, P. (2014). Responsabilidad empresarial: generación de capital social de las empresas. *Proquest*, 10. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/1619351680/2E99CC3A85164E4EPQ/3?accountid=38773>
- Peña. (2017). *La Competitividad de la Banca Universal*. Venezuela: Universidad los Andes.
- Rodríguez, I. (2016). *Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el crecimiento empresarial de sociedad minera de responsabilidad limitada Melva N° 20 de Trujillo*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.

Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. México: C.R. Braun. Obtenido de <http://www.memoriapoliticademexico.org/Textos/1Independencia/Imag/1776-AS-LRN.pdf>

Striedinger. (2014). *Responsabilidad social para las pymes-sector calzado bajo la norma ISO 26000*. Bogotá: Universidad Nueva Granada.

Toca, C. (2017). Aportes a la responsabilidad social. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 12. Obtenido de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcyps/article/download/58767/52418>

Wallwestein, I. (1998). *The modern worl system*. New York: Academic Press. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=T8_cjiqO_soC&oi=fnd&pg=PA1&dq=siglo+XIX+economia+en+el+mundo&ots=oz0arD6hr7&sig=UOgok-6V8DAO2W0V_Z7csvaYRWc#v=onepage&q=siglo%20XIX%20economia%20en%20el%20mundo&f=false

ANEXO 1: Matriz de consistencia

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE SEMMAQ, SMP 2019

Tabla 13: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS Y VARIABLES	VARIABLES E INDICADORES																
<p>Problema general: ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>A) ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social empresarial y la productividad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019?</p> <p>B) ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019?</p> <p>C) ¿Cómo se relaciona la responsabilidad social empresarial y las estrategias competitivas de los colaboradores de SEMMAQ, 2019?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>A. Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la productividad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019</p> <p>B. Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019.</p> <p>C. Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y las estrategias competitivas de los colaboradores de SEMMAQ, 2019.</p>	<p>Hipótesis General: Existe relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019.</p> <p>Hipótesis Específicas: H1: Existe relación significativa entre responsabilidad social empresarial y la productividad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019. H2: Existe relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de los colaboradores de SEMMAQ, 2019. H3: Existe relación significativa entre la responsabilidad social empresarial y las estrategias competitivas de los colaboradores de SEMMAQ, 2019.</p> <p>1.-Variable 1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL El compendio de ideas, conceptos, significados, percepciones, juicios y pensamientos es sumamente extenso; debido a la antigüedad a la que se remota la RSE, en cada uno se esclarece la concepción desde un punto de vista diferente dependiendo de época del autor y al partido que apoyaba.</p> <p>2.-Variable 2 COMPETITIVIDAD la competitividad de una empresa puede definirse como su capacidad para ofrecer un producto más barato o de mayor calidad, o cualquier combinación de ambos factores. En un contexto de competencia perfecta, implica vender el producto homogéneo a precios de mercado, pero con menores costes de producción, lo cual se traduce en mayores beneficios. La falta de competitividad se asocia con la incapacidad de competir ni en precio ni en calidad, lo cual suele ser sinónimo de quiebra y desaparición de la empresa</p>	<p>V. (1): Responsabilidad social empresarial</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>DIMENSIONES</th> <th>INDICADORES</th> <th>ÍTEMS</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>I. Responsabilidad Social</td> <td>Selección de personal Calidad laboral Línea de carrera</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>II. Responsabilidad económica</td> <td>Precios de acuerdo al mercado Salario de acuerdo al mercado Productos de alta calidad</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	I. Responsabilidad Social	Selección de personal Calidad laboral Línea de carrera			II. Responsabilidad económica	Precios de acuerdo al mercado Salario de acuerdo al mercado Productos de alta calidad			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA													
I. Responsabilidad Social	Selección de personal Calidad laboral Línea de carrera																		
II. Responsabilidad económica	Precios de acuerdo al mercado Salario de acuerdo al mercado Productos de alta calidad																		
<p>V. (2) Competitividad</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>DIMENSIONES</th> <th>INDICADORES</th> <th>ÍTEMS</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>IV. Productividad</td> <td>Innovación Eficacia Eficiencia</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>V. Rentabilidad</td> <td>Rendimiento Utilidades</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>VI. Estrategias competitivas</td> <td>Bonos Poder de negociación Productos sustitutos Valor agregado</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	IV. Productividad	Innovación Eficacia Eficiencia			V. Rentabilidad	Rendimiento Utilidades			VI. Estrategias competitivas	Bonos Poder de negociación Productos sustitutos Valor agregado		
DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA																
IV. Productividad	Innovación Eficacia Eficiencia																		
V. Rentabilidad	Rendimiento Utilidades																		
VI. Estrategias competitivas	Bonos Poder de negociación Productos sustitutos Valor agregado																		

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN		POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL
<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada</p> <p>Nivel de investigación Correlacional</p> <p>DISEÑO No experimental -transversal</p> <p>MÉTODO Hipotético deductivo</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>Colaboradores de la empresa SEMMAQ</p> <p>TIPO DE MUESTRA</p> <p>Muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple</p> <p>TAMAÑO MUESTRA</p> <p>80 colaboradores de la empresa SEMMAQ</p>	<p>Variable 1: <i>Responsabilidad Social Empresarial</i></p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Autor: Rocio Gladis, Arbieto Espinoza Año: 2019 Monitoreo:</p> <p>Ámbito de aplicación Forma de Administración:</p> <p>Variable 2: <i>Competitividad</i></p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Autor: Rocio Gladis, Arbieto Espinoza Año:2019</p> <p>Monitoreo: Ámbito de aplicación Forma de Administración:</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Tablas de Frecuencias</p> <p>INFERENCIAL: Estadística inferencial</p> <p>DE PRUEBA: Alfa cron bach</p>	

ANEXO 2: Validación por criterio de expertos

Título de la investigación: "Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad de los Colaboradores de la Empresa Semmaq, S.M.P. 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Rocio Gladis, Arbieto Espinoza							
Apellidos y nombres del experto:							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	RESPONSABILIDAD SOCIAL	Selección de personal	Valora la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial.	TD = Totalmente en desacuerdo D = En desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TA = Totalmente de acuerdo			
		Calidad laboral	Está de acuerdo con el ambiente laboral dentro de la empresa.				
		Línea de carrera	En la empresa puede realizar una línea de carrera.				
	RESPONSABILIDAD ECONÓMICA	Precios de acuerdo al mercado	Los servicios que ofreces son competentes en el mercado.				
		Salario de acuerdo al mercado	El salario que percibe está dentro de los precios del mercado promedio.				
			Tus expectativas salariales están de acuerdo al precio del mercado.				
			El salario que percibe es el adecuado de acuerdo a las funciones que realiza.				
		Productos de alta calidad	La empresa cuenta con servicios de alta calidad.				
			Esta de acuerdo con los servicios que brinda la empresa.				
			Consideras que brindas un servicio de alta calidad de manera inmediata.				
COMPETITIVIDAD	PRODUCTIVIDAD	Innovación	Su jefe muestra satisfacción sobre la innovación de su trabajo.				
		Eficacia	Es reconocido por su superior por el compromiso y la eficacia de su trabajo.				
		Eficiencia	El trabajo que realiza contribuye a lograr los objetivos de la institución con eficiencia.				
	RENTABILIDAD	Rendimiento	El rendimiento obtenido en los últimos años es el esperado.				
		Utilidades	Las utilidades que tiene la empresa son repartidas de manera correcta por la empresa a los colaboradores.				
			Está de acuerdo que los productos que tiene la empresa, le permite tener una utilidad positiva				
		Bonos	Está de acuerdo con los bonos por productividad que tiene la empresa.				
	ESTRATEGIA COMPETITIVA	Poder de negociación	La negociación del salario es la adecuada de acuerdo al puesto que ocupa.				
		Productos sustitutos	Se puede sustituir con facilidad las funciones que realiza.				
		Valor agregado	Está de acuerdo que cuenta con un valor agregado.				
Firma del experto:			Fecha ___/___/___				

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

“ Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad de los Colaboradores de la empresa Semmaq, S.M.P. 2019”

OBJETIVO: Determinar la relación de la responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de la empresa SEMMAQ, S.M.P. 2019.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD=1	D=2	I=3	A=4	TA=5

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		T D	D	I	A	T A
1	Valora la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial.					
2	Está de acuerdo con el ambiente laboral dentro de la empresa.					
3	En la empresa puede realizar una línea de carrera.					
4	Los servicios que ofrece son competentes en el mercado.					
5	El salario que percibe está dentro de los precios del mercado promedio.					
6	Tus expectativas salariales están de acuerdo al precio del mercado.					
7	El salario que percibe es el adecuado de acuerdo a las funciones que realiza.					
8	La empresa cuenta con servicios de alta calidad.					
9	Esta de acuerdo con los servicios que brinda la empresa.					
10	Consideras que brindas un servicio de alta calidad de manera inmediata.					
11	Su jefe muestra satisfacción sobre la innovación de su trabajo.					
12	Es reconocido por su superior por el compromiso y la eficacia de su trabajo.					
13	El trabajo que realiza contribuye a lograr los objetivos de la institución con eficiencia.					
14	El rendimiento obtenido en los últimos años es el esperado.					
15	Las utilidades que tiene la empresa son repartidas de manera correcta por la empresa a los colaboradores.					
16	Está de acuerdo que los productos que tiene la empresa, le permite tener una utilidad positiva					
17	Está de acuerdo con los bonos por productividad que tiene la empresa.					
18	La negociación del salario es la adecuada de acuerdo al puesto que ocupa.					
19	Se puede sustituir con facilidad las funciones que realiza.					
20	Está de acuerdo que cuenta con un valor agregado.					

Gracias por su colaboración

Anexo 4: Base de datos

PREGUNTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	3	2	3	3	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3
2	4	3	3	5	1	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	4
3	1	3	5	5	4	3	3	2	3	3	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1
4	1	4	5	3	5	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	4	2	1	2	1
5	1	2	3	3	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	5	1	2	2	2	1
6	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	5	3	3	3	3
7	1	5	1	1	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	1
8	2	2	2	1	4	3	3	2	3	3	2	2	4	3	5	3	2	2	2	2
9	1	5	1	4	5	3	1	2	1	2	1	1	3	2	4	4	1	1	2	1
10	3	1	4	5	2	3	4	3	4	5	3	4	5	4	5	1	3	3	3	3
11	1	5	4	5	5	3	3	3	2	3	2	2	1	2	5	4	2	2	2	1
12	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	1	5	3	3	3	3
13	3	3	5	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	5	4	5	3	3	3	3
14	3	3	1	3	2	4	4	5	3	4	4	3	5	3	3	1	3	3	3	3
15	1	1	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	4	3	2	2	1
16	2	5	2	2	4	3	2	3	3	3	2	2	1	2	1	4	2	3	2	2
17	2	3	3	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	1	3	3	2	1	1	2
18	3	2	2	4	4	3	4	5	4	5	3	4	3	5	5	1	3	3	4	3
19	3	4	1	2	5	3	4	3	4	3	4	3	3	5	3	1	3	3	3	3
20	3	1	3	1	4	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4	2	3	3	3	3
21	1	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	1	1
22	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1
23	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	3	4	3	3	3
24	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	3	3	3	3
25	1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	3	1	2	3	1
26	3	2	3	3	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3

27	4	3	3	5	1	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	4
28	1	3	5	5	4	3	3	2	3	3	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1
29	1	4	5	3	5	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	4	2	1	2	1
30	1	2	3	3	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	5	1	2	2	2	1
31	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	5	3	3	3	3
32	1	5	1	1	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	1
33	2	2	2	1	4	3	3	2	3	3	2	2	4	3	5	3	2	2	2	2
34	1	5	1	4	5	3	1	2	1	2	1	1	3	2	4	4	1	1	2	1
35	3	1	4	5	2	3	4	3	4	5	3	4	5	4	5	1	3	3	3	3
36	1	5	4	5	5	3	3	3	2	3	2	2	1	2	5	4	2	2	2	1
37	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	1	5	3	3	3	3
38	3	3	5	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	5	4	5	3	3	3	3
39	3	3	1	3	2	4	4	5	3	4	4	3	5	3	3	1	3	3	3	3
40	1	1	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	4	3	2	2	1
41	2	5	2	2	4	3	2	3	3	3	2	2	1	2	1	4	2	3	2	2
42	2	3	3	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	1	3	3	2	1	1	2
43	3	2	2	4	4	3	4	5	4	5	3	4	3	5	5	1	3	3	4	3
44	3	4	1	2	5	3	4	3	4	3	4	3	3	5	3	1	3	3	3	3
45	3	1	3	1	4	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4	2	3	3	3	3
46	1	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	1	1
47	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1
48	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	3	4	3	3	3
49	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	3	3	3	3
50	1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	3	1	2	3	1
51	3	2	3	3	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3
52	4	3	3	5	1	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	4
53	1	3	5	5	4	3	3	2	3	3	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1
54	1	4	5	3	5	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	4	2	1	2	1
55	1	2	3	3	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	5	1	2	2	2	1

56	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	5	3	3	3	3
57	1	5	1	1	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	1
58	2	2	2	1	4	3	3	2	3	3	2	2	4	3	5	3	2	2	2	2
59	1	5	1	4	5	3	1	2	1	2	1	1	3	2	4	4	1	1	2	1
60	3	1	4	5	2	3	4	3	4	5	3	4	5	4	5	1	3	3	3	3
61	1	5	4	5	5	3	3	3	2	3	2	2	1	2	5	4	2	2	2	1
62	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	4	5	1	5	3	3	3	3
63	3	3	5	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	5	4	5	3	3	3	3
64	3	3	1	3	2	4	4	5	3	4	4	3	5	3	3	1	3	3	3	3
65	1	1	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	4	3	2	2	1
66	2	5	2	2	4	3	2	3	3	3	2	2	1	2	1	4	2	3	2	2
67	2	3	3	2	1	3	1	2	1	2	2	2	1	1	3	3	2	1	1	2
68	3	2	2	4	4	3	4	5	4	5	3	4	3	5	5	1	3	3	4	3
69	3	4	1	2	5	3	4	3	4	3	4	3	3	5	3	1	3	3	3	3
70	3	1	3	1	4	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4	2	3	3	3	3
71	1	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	1	1
72	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1
73	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	3	4	3	3	3
74	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	3	3	3	3
75	1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	3	1	2	3	1
76	1	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	3	3	1	1
77	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1
78	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	3	4	3	3	3
79	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	3	3	3	3
80	1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	3	1	2	3	1

ANEXO 2: Validación por criterio de expertos

Titulo de la investigación: "Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad de los Colaboradores de la Empresa Semmaq, S.M.P. 2019"								
Apellidos y nombres del investigador: Rocío Gladis, Arbieta Espinoza								
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. Carranza Estela Teodoro</i>								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	RESPONSABILIDAD SOCIAL	Selección de personal	Valora la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial.	TD = Totalmente en desacuerdo D = En desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TA = Totalmente de acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Calidad laboral	Está de acuerdo con el ambiente laboral dentro de la empresa.					<input checked="" type="checkbox"/>
		Línea de carrera	En la empresa puede realizar una línea de carrera.					<input checked="" type="checkbox"/>
	RESPONSABILIDAD ECONOMICA	Precios de acuerdo al mercado	Los servicios que ofrece son competentes en el mercado.					<input checked="" type="checkbox"/>
		Salario de acuerdo al mercado	El salario que percibe está dentro de los precios del mercado promedio.					<input checked="" type="checkbox"/>
			Tus expectativas salariales están de acuerdo al precio del mercado.					<input checked="" type="checkbox"/>
			El salario que percibe es el adecuado de acuerdo a las funciones que realiza.					<input checked="" type="checkbox"/>
		Productos de alta calidad	La empresa cuenta con servicios de alta calidad.					<input checked="" type="checkbox"/>
			Esta de acuerdo con los servicios que brinda la empresa.					<input checked="" type="checkbox"/>
			Consideras que brindas un servicio de alta calidad de manera inmediata.					<input checked="" type="checkbox"/>
			<input checked="" type="checkbox"/>					
COMPETITIVIDAD	PRODUCTIVIDAD	Innovación	Su jefe muestra satisfacción sobre la innovación de su trabajo.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Eficacia	Es reconocido por su superior por el compromiso y la eficacia de su trabajo.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Eficiencia	El trabajo que realiza contribuye a lograr los objetivos de la institución con eficiencia.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	RENTABILIDAD	Rendimiento	El rendimiento obtenido en los últimos años es el esperado.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Utilidades	Las utilidades que tiene la empresa son repartidas de manera correcta por la empresa a los colaboradores.	<input checked="" type="checkbox"/>				
			Está de acuerdo que los productos que tiene la empresa, le permite tener una utilidad positiva	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Bonos	Está de acuerdo con los bonos por productividad que tiene la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>					
	ESTRATEGIA COMPETITIVA	Poder de negociación	La negociación del salario es la adecuada de acuerdo al puesto que ocupa.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Productos sustitutos	Se puede sustituir con facilidad las funciones que realiza.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Valor agregado	Está de acuerdo que cuenta con un valor agregado.	<input checked="" type="checkbox"/>				
				<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto: 			Fecha: <i>12/12/19</i>					

ANEXO 2: Validación por criterio de expertos

Titulo de la investigación: "Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad de los Colaboradores de la Empresa Semmaq, S.M.P. 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: Rocio Gladis, Arbieta Espinoza							
Apellidos y nombres del experto: <i>Fernández Bedoya Victor Hugo</i>							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	RESPONSABILIDAD SOCIAL	Selección de personal	Valora la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial.	TD = Totalmente en desacuerdo D = En desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TA = Totalmente de acuerdo	/		
		Calidad laboral	Está de acuerdo con el ambiente laboral dentro de la empresa.		/		
		Línea de carrera	En la empresa puede realizar una línea de carrera.		/		
	RESPONSABILIDAD ECONOMICA	Precios de acuerdo al mercado	Los servicios que ofrece son competentes en el mercado.		/		
		Salario de acuerdo al mercado	El salario que percibe está dentro de los precios del mercado promedio.		/		
			Tus expectativas salariales están de acuerdo al precio del mercado.		/		
			El salario que percibe es el adecuado de acuerdo a las funciones que realiza.		/		
		Productos de alta calidad	La empresa cuenta con servicios de alta calidad.		/		
			Esta de acuerdo con los servicios que brinda la empresa.		/		
COMPETITIVIDAD	PRODUCTIVIDAD	Innovación	Su jefe muestra satisfacción sobre la innovación de su trabajo.	/			
		Eficacia	Es reconocido por su superior por el compromiso y la eficacia de su trabajo.	/			
		Eficiencia	El trabajo que realiza contribuye a lograr los objetivos de la institución con eficiencia.	/			
	RENTABILIDAD	Rendimiento	El rendimiento obtenido en los últimos años es el esperado.	/			
		Utilidades	Las utilidades que tiene la empresa son repartidas de manera correcta por la empresa a los colaboradores.	/			
			Está de acuerdo que los productos que tiene la empresa, le permite tener una utilidad positiva	/			
		Bonos	Está de acuerdo con los bonos por productividad que tiene la empresa.	/			
	ESTRATEGIA COMPETITIVA	Poder de negociación	La negociación del salario es la adecuada de acuerdo al puesto que ocupa.	/			
		Productos sustitutos	Se puede sustituir con facilidad las funciones que realiza.	/			
		Valor agregado	Está de acuerdo que cuenta con un valor agregado.	/			

Firma del experto:

Fecha *11/12/2019*

Mg. Lic. Adm. Victor H. Fernandez Bedoya



INVESTIGADOR EN CIENCIAS EMPRESARIALES
CLAD REGUC 019324

ANEXO 2: Validación por criterio de expertos

Título de la investigación: "Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad de los Colaboradores de la Empresa Semmaq, S.M.P. 2019"										
Apellidos y nombres del investigador: Rocio Gladis, Arbieta Espinoza										
Apellidos y nombres del experto: Vasquez Espinoza, Juan										
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO					
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS			
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	RESPONSABILIDAD SOCIAL	Selección de personal	Valora la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial.	TD = Totalmente en desacuerdo D = En desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TA = Totalmente de acuerdo	/					
		Calidad laboral	Está de acuerdo con el ambiente laboral dentro de la empresa.							
		Línea de carrera	En la empresa puede realizar una línea de carrera.							
	RESPONSABILIDAD ECONOMICA	Precios de acuerdo al mercado	Los servicios que ofrece son competentes en el mercado.					/		
		Salario de acuerdo al mercado	El salario que percibe está dentro de los precios del mercado promedio.					/		
			Tus expectativas salariales están de acuerdo al precio del mercado.					/		
			El salario que percibe es el adecuado de acuerdo a las funciones que realiza.					/		
		Productos de alta calidad	La empresa cuenta con servicios de alta calidad.					/		
			Esta de acuerdo con los servicios que brinda la empresa.					/		
Consideras que brindas un servicio de alta calidad de manera inmediata.	/									
COMPETITIVIDAD	PRODUCTIVIDAD	Innovación	Su jefe muestra satisfacción sobre la innovación de su trabajo.	/						
		Eficacia	Es reconocido por su superior por el compromiso y la eficacia de su trabajo.	/						
		Eficiencia	El trabajo que realiza contribuye a lograr los objetivos de la institución con eficiencia.	/						
	RENTABILIDAD	Rendimiento	El rendimiento obtenido en los últimos años es el esperado.	/						
		Utilidades	Las utilidades que tiene la empresa son repartidas de manera correcta por la empresa a los colaboradores.	/						
			Está de acuerdo que los productos que tiene la empresa, le permite tener una utilidad positiva	/						
	Bonos	Está de acuerdo con los bonos por productividad que tiene la empresa.	/							
	ESTRATEGIA COMPETITIVA	Poder de negociación	La negociación del salario es la adecuada de acuerdo al puesto que ocupa.	/						
		Productos sustitutos	Se puede sustituir con facilidad las funciones que realiza.	/						
Valor agregado		Está de acuerdo que cuenta con un valor agregado.	/							
Firma del experto:				Fecha 12/12/19						

.....
R. VASQUEZ ESPINOZA, JUAN MANUEL

ANEXO 2: Validación por criterio de expertos

Título de la investigación: "Responsabilidad Social Empresarial y la Competitividad de los Colaboradores de la Empresa Semmaq, 2019"								
Apellidos y nombres del investigador: Rocio Gladis, Arbieta Espinoza								
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. CAROLINA SALVEDOR ABRAHAM</i>								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	RESPONSABILIDAD SOCIAL	Selección de personal	Valora la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial.	TD = Totalmente en desacuerdo D = En desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TA = Totalmente de acuerdo	✓			
		Calidad laboral	Está de acuerdo con el ambiente laboral dentro de la empresa.					
		Línea de carrera	En la empresa puede realizar una línea de carrera.					
	RESPONSABILIDAD ECONOMICA	Precios de acuerdo al mercado	Los servicios que ofrecen son competentes en el mercado.			✓		
		Salario de acuerdo al mercado	El salario que percibe está dentro de los precios del mercado promedio.			✓		
		Productos de alta calidad	La empresa cuenta con servicios de alta calidad.			✓		
	RESPONSABILIDAD AMBIENTAL	Políticas	Las políticas de flexibilidad laboral armonizan la vida laboral con la vida personal.			✓		
		Estrategias medioambientales	Las estrategias ambientales brindar beneficios a la empresa.			✓		
		Actividades	Participa en actividades sociales destinadas a la comunidad. Está de acuerdo con las actividades de integración que tiene la empresa			✓		
COMPETITIVIDAD	PRODUCTIVIDAD	Innovación	Su jefe muestra satisfacción sobre la innovación de su trabajo.		✓			
		Eficacia	Es reconocido por su superior por el compromiso y la eficacia de su trabajo.		✓			
		Eficiencia	El trabajo que realiza contribuye a lograr los objetivos de la institución con eficiencia.		✓			
	RENTABILIDAD	Rendimiento	El rendimiento obtenido en los últimos años es el esperado		✓			
		Utilidades	Las utilidades que tiene la empresa son repartidas de manera correcta por la empresa a los colaboradores. Esta de acuerdo que los productos que tiene la empresa, le permite tener una utilidad positiva		✓			
		Bonos	Está de acuerdo con los bonos por productividad que tiene la empresa.		✓			
	ESTRATEGIA COMPETITIVA	Poder de negociación	La negociación del salario es la adecuada de acuerdo al puesto que ocupa.		✓			
		Productos sustitutos	Se puede sustituir con facilidad las funciones que realiza.		✓			
		Valor agregado	Esta de acuerdo que cuenta con un valor agregado.		✓			
Firma del experto: <i>Carolina Salvedor Abraham</i>			Fecha: <i>21/07/19</i>					

Anexo 5: Pantallazo del Turnitin

feedback studio Rocio Arbieto Espinoza Responsabilidad social empresarial y la competitividad

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Responsabilidad social empresarial y la competitividad de los colaboradores de la empresa
Semmaq, S.M.P. 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:
Arbieto Espinoza Rocio Gladis (ORCID: 0000-0001-5796-5477)

ASESOR:
Mgr. Casma Zárate, Carlos Antonio (ORCID: 0000-0002-4489-8487)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de organizaciones



Resumen de coincidencias
26 %

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	10 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de internet	8 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
4	repositorio.uladech.edu... Fuente de internet	1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
6	repository.lasalle.edu.co Fuente de internet	1 %
7	el-observatorio-politico... Fuente de internet	1 %
8	www.scribd.com Fuente de internet	<1 %
9	theibfr.com Fuente de internet	<1 %
10	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
11	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
12	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %

Yo, CARLOS CASMA ZÁRATE , docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Filial LIMA NORTE, revisor de la tesis titulada

"RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SEMMAQ, S.M.P. 2019" de la estudiante: Arbieta Espinoza, Rocio Gladis, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Los Olivos, 28 de noviembre del 2019



.....
 DNI: 06153553

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

