



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Responsabilidad Social Empresarial para lograr la mayor identificación de los Clientes Internos de la Empresa Ransa Comercial S.A. Paita – 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Rentería Chuqui huaccha, Juana Silvia (ORCID: 0000-0001-6296-0902)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID: 0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

PIURA - PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios y a mi Sr. Cautivo de Ayabaca, por darme las fuerzas necesarias para no rendirme y seguir en la culminación de mis estudios superiores.

A mis amados padres y hermanos por el apoyo incondicional, económico y por su confianza y dedicación entera entregada en mí.

Agradecimiento

A Dios, por darme la vida, por guiarme en todo mi trayecto de estudiante y por estar a mi lado en cada momento.

A mi familia, por ser el impulso día a día para salir adelante.

A mis amistades por sus palabras de aliento, y por no dejarme sola cuando intenté rendirme.

A mi asesor quien me guio y orientó durante todo el proceso de investigación.

Página del Jurado

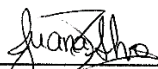
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Juana Silvia Renteria Chuquihuaccha con N° DNI 44661968, 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 Administración declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Piura, Diciembre del 2019.



JUANA SILVIA RENTERIA CHUQUIHUACCHA
DNI: 44661968

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Índice	vi
Índice de Tablas	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	11
2.1. Diseño de investigación	11
2.2. Variables, Operacionalización	11
2.2.1. Responsabilidad Social Empresarial	11
2.2.2. Cliente Interno.....	11
2.2.3. Operacionalización de variables	12
2.3. Población y muestra	14
2.3.1. Población	14
2.3.2. Muestra.....	14
2.3.3. Criterios de Selección.....	14
2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
2.4.1. Técnicas	15
2.4.2. Instrumentos	15
2.4.3. Validez	15
2.4.4. Confiabilidad	15
2.4.5. Procedimiento.....	16
2.5. Métodos de análisis de datos	16
2.6. Aspectos Éticos	16
III. RESULTADOS	17
IV. DISCUSIÓN.....	24
V. CONCLUSIONES.....	31
VI. RECOMENDACIONES.....	33
VII. PROPUESTA.....	34
REFERENCIAS	58
ANEXOS	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 – Resumen descriptivo de las prácticas de responsabilidad social interna	17
Tabla 2 – Resumen descriptivo de las prácticas de responsabilidad social externa.....	18
Tabla 3 – Resumen descriptivo de los aspectos relacionados a los lazos económicos y legales ...	19
Tabla 4 – Resumen descriptivo de los aspectos relacionados a los lazos estructurales y de servicios	20
Tabla 5 – Resumen descriptivo de los aspectos relacionados a los lazos emocionales	21
Tabla 6 – Nivel de responsabilidad Social de la empresa Ransa.....	22
Tabla 7 – Percepción promedio de los colaboradores por la Responsabilidad Social	22

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo proponer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para promover la mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita. El tipo de investigación según la finalidad fue aplicado; según el alcance fue descriptiva y según la temporalidad fue transversal; mediante un diseño no experimental, ya que no se manipularon las variables. Las técnicas de recolección de datos fueron; encuestas aplicadas a los colaboradores de la Empresa Ransa Comercial S.A. mediante un cuestionario y mediante entrevistas aplicadas a los Jefes de Operaciones de la empresa. Se concluyó que Ransa Comercial S.A. Paita desarrolla prácticas de responsabilidad social empresarial de manera interna y externa, sin embargo, no son lo suficiente para lograr la mayor identificación de los clientes internos, esto se debe a que existen debilidades que afectan directamente a los colaboradores y a la población. De manera interna la empresa no desarrolla los suficientes programas de integración y recreación al personal, no brinda incentivos salariales al personal, no brinda capacitaciones, financiamiento para estudios, ni ofrece línea de carrera. Por su parte de manera externa la empresa actualmente no participa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente, no desarrolla de manera constante campañas de ayuda social, y no tiene buenas prácticas para fidelizar al cliente. Desarrollando estas prácticas de RSE se obtendrá beneficios tanto para la empresa como para la sociedad y sus colaboradores.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, Cliente Interno, Responsabilidad Social Interna, Responsabilidad Social Externa.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to propose Corporate Social Responsibility strategies to promote greater identification of internal customers of the company Ransa Comercial S.A., Paita 2019. The type of research according to the purpose was applied; according to the scope it was a descriptive investigation and according to the temporality it was transversal; by a non-experimental design, since the variables were not manipulated. The data collection techniques were; surveys applied to the employees of the Company Ransa Comercial S.A. through a questionnaire and through interviews applied to the Chiefs of Operations of the company. Finally, it was concluded that the company Ransa Comercial S.A. Paita develops corporate social responsibility practices internally, however, they are not enough to achieve greater identification of internal clients, and this is due to weaknesses that directly affect employees and the population internally, the company does not provide salary incentives to personnel, does not provide training, financing for studies, not offers career line. Which is affecting the performance of employees and it is causing demotivation. For its part, externally, the company Ransa Comercial S.A. Paita also has weaknesses, for not participating with society in voluntary actions in favor of the environment, and referring to social assistance campaigns, these are not constant, with respect to the client, the company does not have Good practices for customer loyalty.

By developing RSE practices in an appropriate manner, positive benefits will be obtained for all the interest groups that participate in the company.

Keywords: Corporate Social Responsibility, employee, Internal Social Responsibility, External Social Responsibility.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente el comercio internacional viene incrementando sus operaciones de importación y exportación, es así que los desafíos del mundo moderno generan que las organizaciones se involucren más con el medio ambiente y muestren interés por conocer y ser parte de una empresa socialmente responsable. La preocupación por este tema, no es nuevo; sin embargo, hasta hace muy poco tiempo aún no se tenía claro de cómo una empresa socialmente responsable y en conjunto con sus clientes internos totalmente identificados, pueden influir en los resultados económicos y en la sostenibilidad en el mercado.

En el contexto internacional se encuentra la empresa Starbucks, compañía de café más grande a nivel mundial, empresa que gracias a sus clientes internos ha crecido. Asimismo, con la filosofía de ser una empresa que se preocupa por sus colaboradores. Starbucks es una empresa socialmente responsable pues desarrolla diferentes programas basados en RSE. De manera externa, está enfocada en el medio ambiente y en brindar oportunidades ofreciendo trabajos significativos a grupos vulnerables de la tercera edad o personas con alguna discapacidad.

Starbucks es una empresa que se involucra notablemente con el personal y se solidariza con ellos, es por eso que dentro de los programas que brinda de manera interna, ayuda a sus colaboradores brindándoles programas gratuitos universitarios, los cuales les ayuda a su superación profesional. Starbucks se ha convertido en el líder mundial de cafeterías, pues desarrolla diferentes actividades sociales que se han convertido en su marca corporativa, poniendo especial interés en los programas de sostenibilidad y medio ambiente. (Expok, 2017)

Jhon Kelly, Vicepresidente de Impacto Social Global de la empresa Starbucks indica que su estrategia no necesariamente es operativa, es un ejemplo de Responsabilidad Social Empresarial que abre paso al compromiso con sus clientes internos y clientes externos. Cabe destacar que, si una empresa muestra interés por su gente y se involucra en hacer cambios positivos para la sociedad, sus consumidores se sentirán seguros y satisfechos y por ende conseguirá fidelizarlos. (Expok, 2017)

Las empresas nacionales vienen creciendo a través del tiempo de diferentes maneras, una de ellas desarrollando actividades de beneficio social de manera más efectiva, estas

prácticas de RSE generan un valor agregado a la organización, diferenciándolo de la competencia, es así que, las empresas obtienen una buena reputación y fidelización de sus clientes externos e internos generando lealtad y confianza con el público.

Según el portal Perú 2021 (s.f), la responsabilidad social empresarial ha venido incrementando notablemente a nivel nacional , es por eso que hasta el año 2015 se ha reconocido a 65 empresas peruanas que se destacan por ser socialmente responsables entre ellas las más conocidas BCP, BBZ Energy, Cementos Pacasmayo, Cía. Buenaventura, Coca-Cola, Copeinca, EXSA, Ferreyros, Graña y Montero, etc.) , estas empresas han tomado conciencia que la RSE es una nueva estrategia de corto mediano y largo plazo que ayudarán a aumentar su sostenibilidad en el mercado.

Sin embargo, a nivel nacional muchas empresas aún no se involucran con la Responsabilidad Social Empresarial, pues es voluntario y no existen normas que sancionen u exijan a las organizaciones a que tomen conciencia de la importancia de ser socialmente responsables.

Ransa Comercial S.A. pertenece al Grupo Romero fundada en 1939, dedicándose al sector logístico; cuenta con oficinas a nivel nacional e internacional, brindando servicios de valor agregado a las empresas con actividades relacionadas con almacenaje, carga, transporte, agenciamiento, Servicio Integral Logístico, Depósito Temporal. Es una empresa que se siente comprometida con la sociedad, pues desarrolla diferentes programas de responsabilidad social en la ciudad de Lima, sin embargo, en la filial Paita no se aplica, logrando observar que existen trabajadores de Ransa Paita que no se sienten muy comprometidos con la empresa, ni motivados y desconocen de estos términos y programas de RSE. Asimismo, se ha logrado observar de manera interna que existen debilidades que generan el descontento de gran parte del personal, ya que las posibilidades de ascenso salarial y profesional son limitadas. A su vez las capacitaciones no son muy continuas, se dan estrictamente para actividades especiales; muchas de estas falencias existen por no contar con los recursos necesarios, a pesar de ser una de las sedes con mayor número de servicios, no cuenta con apoyo por parte de las gerencias principales para su mejora.

En razón a lo expuesto anteriormente, es importante tener siempre en mente la idea de que las organizaciones están constituidas principalmente por personas que son el recurso más importante de la empresa, sobre todo para entender la importancia de la comunicación,

del trato, y de los diferentes programas de RSE tanto interna como externa para el logro de metas fijadas por la directiva.

Para la realización de la presente investigación se ha tomado como antecedentes las siguientes investigaciones internacionales, nacionales y locales:

Fernández (2016) presentó la tesis “Responsabilidad Social Corporativa Estratégica de los Recursos Humanos basada en alto compromiso y resultados organizativos: un modelo integrador” tesis presentada para obtener el Título profesional en Ciencias Económicas y Empresariales, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid. El objetivo fue analizar la integración de la RSE dentro de la gestión estratégica de Recursos Humanos para el fomento de buenas relaciones y dirección responsable. Fue una investigación con enfoque cualitativo, asimismo transversal, correlacional, exploratorio y predictivo. Concluye que los resultados alcanzados corroboran las hipótesis planteadas, pues demuestra que existe una relación significativa de sus dimensiones, los cuales componen la Responsabilidad Social Corporativa como Estratégica de la Gestión Humana.

Herrera (2015) presentó la tesis titulada “Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva en los Hoteles de Cuatro Estrellas de la Cabecera Departamental de Huehuetemango, Guatemala” investigación presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Rafael Landívar. El objetivo general fue fomentar el desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial para lograr la diferenciación dentro de los hoteles de la ciudad de Huehuetenango, la investigación que realizó fue de tipo descriptivo con una población de 89 personas, de los cuales 64 eran conformados por los colaboradores de los hoteles de la ciudad y los 25 restantes conformados por clientes potenciales.

Concluye, que, en el área administrativa, se llevan a cabo todas las normas laborales, asimismo se considera el trabajo de todo su personal y las condiciones de trabajo son las adecuadas y seguras para todo su personal.

Hernao (2014) sustentó la tesis “La Responsabilidad Social como Estrategia de Gestión de la Organización Pranha S.A.” Tesis presentada para obtener el Título de Magister en Administración, Facultad de Ciencias y Administración de la Universidad Nacional de Colombia. El objetivo principal de su investigación ha sido proponer una estrategia de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial para la organización Pranha S.A., de manera

que la implementación de una estrategia de organización buscará lograr el equilibrio de manera externa e interna en la organización, impactando de manera positiva en las comunidades donde se desarrolla. Concluye que muchas de las actividades que se vienen desarrollando en la organización de manera esporádica, se ejecuten a través de la Fundación que la presidencia pretende crear; el cual sería un mecanismo idóneo para llevar a cabo gran parte de la estrategia siendo ventaja competitiva por cuanto puede incorporar en sus proyectos a los colaboradores de la organización como voluntarios.

Hernández (2017) en su investigación “La Responsabilidad Social Empresarial y su Influencia en el Éxito Competitivo de las Empresas Agroexportadoras de Uva Fresca” tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciado en International Business, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad San Ignacio de Loyola – Lima. Cuya hipótesis indica que la RSE mediante sus dimensiones social, económica y medioambiental influye positivamente en el éxito de las empresas agroexportadoras de uva fresca. El diseño de esta investigación se realizó de manera no experimental transversal cuantitativa. Concluye que mediante este estudio se analizó la RSE a todas las empresas que conforman al rubro alimenticio, referente a las actividades de responsabilidad social que realizan, así como a los posibles problemas que se enfrentarán si no son socialmente responsables.

Niño de Guzmán (2015) sustentó la tesis titulada “Influencia de los Valores Personales en el Comportamiento hacia la Responsabilidad Social de los Profesionales Adventistas”, tesis presentada para optar el Grado Académico de Doctor en Administración, Escuela de Post Grado de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega - Lima. El objetivo de la investigación ha sido determinar cómo influyen los valores personales en el comportamiento responsable social y medioambiental de los mismos. Fue una investigación no experimental, y correlacional, con una muestra de 250 personas que pertenecen a la religión adventista. Concluye que los valores personales, influyen positivamente en el comportamiento de los adventistas al ser socialmente responsables, lo que significa que muchos de ellos prefieren adquirir productos o servicios producidos por organizaciones que desarrollan programas de responsabilidad social.

Santillán (2014) en su tesis “Influencia de las Acciones de Responsabilidad Social Interna de la empresa Don Pollo Tropical S.A.C en el Bienestar de los Trabajadores en el periodo Setiembre 2012” tesis presentada para optar el Título Profesional de Licenciado en Trabajo Social, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Trujillo. Su objetivo fue identificar los diferentes programas de RSI que ejecuta la empresa. Fue una

investigación de tipo descriptiva no experimental, con una población conformada por 277 colaboradores de la empresa Don Pollo Tropical, donde se aplicó como instrumento una entrevista para conocer el desarrollo de los programas preventivos de la RSI. Concluye que el 73.47% de la población manifiesta que la empresa apoya significativamente al desarrollo profesional de sus colaboradores, mientras que un 18.37% manifiesta que no hay apoyo económico e interés en el desarrollo de actividades de desarrollo profesional y de bienestar laboral.

León (2017) presentó su tesis titulada “Propuesta de Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para orientar la Gestión de la Empresa Refrigerados Fisholg & Hijos S.A.C., Paita 2017”, tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo de Piura. El objetivo de su investigación ha sido proponer estrategias de responsabilidad social empresarial para orientar la gestión de la empresa Refrigerados Fisholg & Hijos SAC. Paita 2017. El diseño de la investigación fue aplicada, transversal, descriptivo con un enfoque mixto, mediante la aplicación de cuestionario y entrevista. Su investigación concluye que la empresa actualmente no cumple con ser socialmente responsable de manera externa, pues solo se basa en generar puestos de trabajo en temporadas altas, y no toma acciones importantes para mantener una buena relación con los grupos de interés externos, lo cual está causando insatisfacción de la sociedad por no contar con su apoyo.

Cruz (2015) presentó la tesis titulada “Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Productora Andina de Congelados (PROANCO) S.R.L, Sullana – año 2015”, tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Alas Peruanas de Piura. Su objetivo ha sido proponer programas Socialmente Responsables referidas al entorno interno y externo de la empresa. El diseño de esta investigación es no experimental transversal, desarrolló como técnica la encuesta, entrevista y revisión documental. Concluye de manera interna que la empresa brinda programas de seguridad y salud limitados a todos sus colaboradores. Además, indica con respecto a las prácticas de RS externa que la empresa no mantiene una buena relación con sus grupos de interés externos, ni interactúa con los pobladores de la ciudad para evitar ocasionar molestias generadas por sus operaciones realizadas.

La base teórica que se utilizó para reforzar la presente investigación acerca de Responsabilidad Social Empresarial es la siguiente:

Maravi (2014) define RSE como una táctica de administración, que permite generar valor agregado haciendo adecuadamente el bien y a cambio las empresas reciben reconocimientos, como una mejor reputación, disminución de riesgos, sostenibilidad, acceso a mercados nuevos y retención de capital humano. Asimismo, indica que la RSE percibe diferentes tareas a las organizaciones como: (a) Respeto a los derechos laborales de los colaboradores, (b) Trato adecuado a los proveedores pagándoles oportunamente, (c) Protección del medio ambiente, (d) Buen trato a los clientes brindándoles un servicio de calidad y por último (e) Aporte financiero para los diferentes programas de índole social el cual brinden el bienestar para la población dentro del ámbito donde se desempeña.

Asimismo, existen diferentes definiciones de Responsabilidad Social Empresarial entre las cuales destacan las siguientes.

Muchas empresas refieren que la Responsabilidad Social Empresarial es un asunto que no solo se refiere a las acciones sociales o medioambientales que desarrollan a la comunidad, sino que también implica la comunicación y la participación de todos los miembros que conforman la organización. (Fernández, 2014)

La RSE se divide en dos dimensiones: Interna, que incluye a las personas, al cumplimiento de sus objetivos, problemas y necesidades que presente. Y externamente, considera a la comunidad, los proveedores y los clientes. Es así que, la RSE debe iniciarse con sus colaboradores, generando compromiso de ayudar a remediar sus problemas profesionales, familiares y personales. Esto incluye también las condiciones saludables de sus áreas de trabajo para que su desempeño sea el mejor. (Unión Europea, 2015)

Hernández y Gallardo (2015) definen la RSE como el voluntariado, que implica el cumplimiento de las obligaciones legales a las que esté sujeta la empresa, a contribuir a un desarrollo económico armónico y sostenible, y a desarrollar buenas prácticas de RSE a lo largo de la cadena de valor, teniendo en cuenta a todos los individuos implicados o agentes de interés que lo conforman.

Es importante tener en cuenta que la RSE facilita la elaboración de utilidades competitivas, obteniendo grandes beneficios como, por ejemplo: disminución de costos, aumento de la productividad, esto debido a que los trabajadores se sienten identificados con las diferentes actividades de RSE, logrando su permanencia y compromiso con la empresa. Además, favorece el entorno interno de la empresa al valorar a cada miembro de la empresa.

Lo mismo ocurre con el entorno externo al tener en cuenta el impacto social de las acciones que ejecute. (Fernández, 2014)

La teoría de la Pirámide de Carroll, citado por Fernández (2014) describe la noción de la RSE, a través de cuatro tipos de componentes de responsabilidad de la empresa, interpretadas mediante una pirámide: ubicada en la base de la pirámide se encuentra Responsabilidad Económica, la cual se refiere al manejo financiero de la empresa con el fin de proporcionar un buen servicio a sus consumidores, segundo detalla la Responsabilidad legal, refiriéndose a las reglas que determinan el cumplimiento y desenvolvimiento adecuado de la empresa., tercero responsabilidad ética, la cual se refiere al comportamiento justo desarrollando principios morales que los gerentes y trabajadores desarrollan respecto a la RSE., para finalizar indica responsabilidad filantrópica, refiriéndose a las acciones que nacen del deseo desinteresado de la empresa, involucrándose junto con la sociedad promoviendo una mejor calidad de vida a la población donde desempeñan sus labores.

Ser socialmente responsable es innovar en su capital humano, satisfaciendo sus necesidades, como principal activo de la empresa, es así que su lugar de trabajo se convierte en un mejor lugar, incrementando la confianza y el compromiso de los trabajadores cumpliendo en mayor medida con los objetivos de la organización. (Hernández y Gallardo, 2015)

La variable Responsabilidad Social Empresarial se dimensiona con Responsabilidad Social Interna y Responsabilidad Social Externa, para la cual se ha tomado como referencia las siguientes definiciones:

Según Fernández (2014) indica que la Responsabilidad Social Interna es la que afecta a sus colaboradores (clientes internos), a su impacto medioambiental, a sus condiciones de trabajo y a la seguridad de la persona. Asimismo, indica que las retribuciones de los colaboradores deben ser dignas, si se trata de una empresa socialmente responsable, cuidando así su principal recurso humano para lograr su motivación y por ende su retención en la empresa.

Hernández y Gallardo (2015) interpretan la RSE interna como el desarrollo de prácticas socialmente responsables vinculadas directamente con el recurso humano dentro de la empresa, abarca la prevención, la salud, las prácticas de reclutamiento, seguridad, conciliación de la vida familiar y profesional, evaluación del rendimiento, remuneración, formación, motivación, liderazgo, y desarrollo del personal.

Moreno, A. Uriarte, L. Topa, G. (2012) La RS interna es el antecedente de la responsabilidad social externa, es la causante y facilitadora. Para lograr una buena estrategia de RS se empieza por la RS interna como principal fuente de ventaja competitiva, esto es así porque en el camino al crecimiento de la empresa, es importante la satisfacción de las necesidades de los colaboradores.

Estos autores quieren decir que, si las empresas tienen empleados motivados, se logrará el logro de excelentes resultados para la empresa. Por ende, un cliente interno satisfecho genera satisfacción de sus clientes externos, logrando el crecimiento y proceso de mejora continua. Bajo el enfoque de la RSE interna, sin una gestión responsable de los grupos de interés internos no se puede hablar de una empresa socialmente responsable

Referente a la segunda dimensión, responsabilidad social externa de ha tomado en cuenta la siguiente definición:

Hernández y Gallardo (2015) refieren que responsabilidad social externa, hace referencia a las funciones fuera de la empresa que se relaciona con los clientes, proveedores, y con los grupos que respetan los derechos humanos, la cooperación al desarrollo y la lucha contra la corrupción, entre otros.

Se entiende que la RSE es una estrategia que hoy en día se está poniendo en práctica en muchas organizaciones, lo cual ayuda a las empresas a ser más competitivas, es así que al ser socialmente responsable de manera interna como externa, las empresas lograrán cumplir sus objetivos.

Para la segunda variable se ha tomado como referencia algunos autores quienes indican lo siguiente:

Regalado, Allpaca y Baca (2014) define como cliente interno a la persona dentro de la organización que desempeña labores propias, de otro departamento, o de un compañero de trabajo y es así que el trato que se les brinda a los clientes internos depende mucho para poder ofrecer un producto o servicio de calidad al cliente externo, de modo que si un cliente interno no se siente identificado tendrá como resultado productos o servicios deficientes. Asimismo, presentan tres tipos de lazos motivacionales del cliente interno que serán tomados como dimensiones, los cuales ayudarán al direccionamiento de la segunda variable cliente interno: (a) Lazos económicos y legales: se refiere a un salario justo, puntual y suficiente

para el trabajador, (b) Lazos estructurales y de servicios: hace referencia a la posibilidad de desarrollo mediante estudios especializados y capacitaciones, (c) Lazos emocionales: abarca todos los aspectos de comunicación y buenas relaciones entre el personal y jefe directo mostrando preocupación por el colaborador.

En conclusión, el cliente interno es aquella persona del interior de la empresa, que requiere ser atendida, satisfacer sus necesidades y cumplir con sus requerimientos y especificaciones para disminuir los problemas, quejas y devoluciones de los clientes externos.

Chiavenato (2016) indica que cliente interno es aquella persona que es seleccionada mediante un reclutamiento de personal y mediante una entrevista. Estas personas son seleccionadas con el fin de desarrollar una labor específica en un puesto de trabajo dentro de la organización, quienes tendrán un jefe directo al cual rendirán sus resultados.

Considerando la información encontrada, contrastándola con la realidad de la empresa Ransa Comercial S.A., se formula la pregunta principal: (a) ¿Qué estrategias de Responsabilidad Social Empresarial son necesarias para promover la mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019? Asimismo, se plantean las siguientes preguntas específicas: (b) ¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Interna se lleva a cabo en la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019?, (c) ¿Cómo se ejecuta la Responsabilidad Social Externa en la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019?, (d) ¿Qué lazos económicos y legales existen con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019?, (e) ¿Cómo se gestionan los lazos estructurales y de servicios con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019?, (f) ¿Qué lazos emocionales se promueven con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019?

Es importante tener en cuenta que la RSE es una estrategia que orienta a una buena gestión dentro de la empresa, involucrándose también con el compromiso voluntario de las empresas para contribuir en el beneficio de sus grupos de interés, con la finalidad de obtener un bien común.

La presente investigación posee una justificación de tipo social, debido a que a través de esta investigación se va proponer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, que pueden contribuir a una mejor identificación y relación con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., para así lograr un beneficio común tanto para la sociedad como para la organización.

Por otro lado, posee una justificación de tipo práctica, pues permitirá tomar como referencia todos los conceptos de responsabilidad social empresarial aplicados en la presente investigación y servirán como guía para realizar una buena gestión y así conseguir una mejora de la realidad problemática que afronta la empresa.

Según las preguntas de investigación, se detalla el objetivo general de la presente investigación: (a) Proponer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para promover la mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019. Asimismo, se detalla los objetivos específicos: (b) Determinar las prácticas de Responsabilidad Social Interna de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019., (c) Establecer las prácticas de Responsabilidad Social externa de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019., (d) Determinar los lazos económicos y legales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019., (e) Reconocer los lazos estructurales y de servicios con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019., (f) Establecer los lazos emocionales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.

II. MÉTODO

2.1. **Diseño de investigación**

Se trató de una investigación tipo aplicada, debido a que se llevó a cabo el método científico tomando en cuenta las falencias de la empresa, con el fin de proponer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que permitan una mejora para la empresa. Presenta un diseño no experimental, puesto que las respuestas investigadas no se manipulan con respecto a los indicadores planteados. A parte de ello es transversal, debido a que se tuvo que recoger información en un mismo espacio de tiempo.

También se trató de una investigación descriptiva, puesto que describe las características de una población e indagar los acontecimientos de las variables, en otras palabras, su característica principal es solo describir lo que observa más no tratar de comprobar o explicar el porqué de los hechos, ni mucho menos predecir. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Para finalizar, se trató de una investigación de enfoque mixto porque se aplicará instrumentos cuantitativos y cualitativos, como las encuestas y entrevistas, para así recaudar la información real.

2.2. **VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN**

2.2.1. **Responsabilidad Social Empresarial.**

La Responsabilidad Social Empresarial es una táctica de administración, que permite generar valor agregado haciendo adecuadamente el bien y a cambio las empresas reciben reconocimientos, como una mejor reputación, disminución de riesgos, sostenibilidad, acceso a mercados nuevos y retención de capital humano. (Maravi, 2014)

2.2.2. **Cliente Interno.**

Se refiere a la persona dentro de la organización que desempeña labores propias, de otro departamento, o de un compañero de trabajo. (Regalado, Alpaca y Baca 2014)

2.2.3. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
V1: Responsabilidad Social Empresarial	Maravi, (2014) Es una táctica de administración, que permite generar valor agregado haciendo adecuadamente el bien y a cambio las empresas reciben reconocimientos, como una mejor reputación, disminución de riesgos, sostenibilidad, acceso a mercados nuevos y retención de capital humano.	Interna	Se medirá el nivel interno de las distintas actividades vinculadas directamente con la gestión de recurso humano, a través de nivel de capacitaciones, nivel valorativo, incentivos, y salud, aplicando encuestas y mediante la observación.	Actividades de integración y recreación del personal	Ordinal
				Capacitación del personal	
				Incentivos laborales	
				Prácticas de seguridad y salud ocupacional	
		Externa	Se medirá el nivel externo mediante cuestionario, para determinar la participación, satisfacción, con respecto a la RSE.	Participación voluntaria en acciones de cuidado del medio ambiente	Ordinal
				Campañas de apoyo social a la comunidad	
Satisfacción del cliente					

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
V2: Cliente Interno	(Regalado, Alpaca y Baca 2014) Se refiere a la persona dentro de la organización que desempeña labores propias, de otro departamento, o de un compañero de trabajo.	Lazos económicos y legales	Se medirá el nivel de remuneraciones de los colaboradores mediante el cuestionario aplicado en las encuestas.	Suficiencia Salarial	Ordinal
				Cumplimiento de leyes laborales	
				Puntualidad en el pago de sueldos	
		Lazos estructurales y de servicios	Se medirá el nivel de ayuda para el crecimiento profesional de los colaboradores a través de las encuestas a aplicar.	Financiamiento de estudios	Ordinal
		Lazos emocionales	Se medirá el nivel de satisfacción laboral y nivel de comunicación mediante encuestas.	Satisfacción Laboral	Ordinal
				Comunicación	

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La unidad de análisis de la presente investigación estuvo conformada por 150 colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. filial Paita.

2.3.2. Muestra

Según Kotler y Armstrong (2012) indican que una muestra es una pequeña parte de la población en general. Debido a esto se aplicó la fórmula de población finita, tal como sigue:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra.

α : nivel de significación 95%.

Z_{α}^2 : nivel significativo 1.96.

p: 0.5 porcentaje de la población con las características deseadas.

q: 1-p

e: error muestral 5%.

N: Tamaño de población

$$n = \frac{1.96^2 (0.5) (0.5) (150)}{0.05^2 (150 - 1) + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 108 \text{ encuestas}$$

2.3.3. Criterios de Selección

Trabajadores de la Empresa Ransa Comercial S.A Paita. Respecto a los criterios de exclusión, estuvieron conformados por personal con menos de tres meses de antigüedad en la empresa.

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

2.4.1. Técnicas

Encuesta: Kotler y Armstrong (2012) La encuesta es aquella que sirve para obtener datos fundamentales mediante diversas preguntas aplicadas a personas acerca de sus conocimientos y conductas. Esta técnica recolecta datos cuantitativos. La encuesta fue aplicada a los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita.

Entrevista: Hernández, Fernández & Baptista (2014) esta es una herramienta muy importante para el desarrollo de una investigación la cual consiste en hacer una serie de preguntas al objeto en estudio, con el fin de recopilar información verbal de primera fuente, las cuales ayudan a resolver las dudas del problema investigado.

2.4.2. Instrumentos

Cuestionario: Es un instrumento cuantitativo clave al momento de realizar una encuesta, los resultados obtenidos dependen de su correcta elaboración. Asimismo, permite efectuar preguntas abiertas o cerradas que ayudan a recolectar datos estadísticos en base a los hechos para resolver las incógnitas. Este instrumento fue desarrollado mediante una serie de preguntas las cuales fueron aplicadas a los colaboradores de la empresa Ransa Comercial, Paita.

Guía de Entrevista: Es una técnica elemental de la entrevista, la cual sirve de guía para el investigador, dentro del contenido se encuentran diferentes preguntas y aspectos a analizar, relacionados con las variables de investigación con el fin de obtener respuestas referentes al estudio investigado. Se aplicó mostrando una actitud de atención y comprensión hacia los entrevistados con el fin de facilitar la comunicación e interacción.

2.4.3. Validez

Para dar validez y confiabilidad de los instrumentos, se tuvo en cuenta la revisión y opinión de expertos respecto a lo siguiente: El instrumento empleado tiene relación lógica con las variables, dimensiones e ítems mencionados en la presente investigación. Los instrumentos empleados tienen coherencia con los objetivos. Asimismo, tienen relación con cada indicador.

2.4.4 Confiabilidad

Con el fin de determinar el nivel de fiabilidad o el nivel de comprensión del instrumento empleado para cada uno de los ítems, se aplicó el coeficiente de Alfa de Cronbach, aplicado a los trabajadores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, para la cual se aplicó una prueba piloto del 10% de la muestra estudiada, arrojando

un resultado de 0.87 (altamente confiable) y 0.904 (altamente confiable) para el cuestionario aplicado a los trabajadores, demostrando que los instrumentos son bastante confiables.

2.4.5. Procedimiento

El proceso para el desarrollo de las encuestas aplicadas a los trabajadores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paíta, estuvo dividido en dos partes: la primera se desarrolló dentro de las oficinas, reuniendo al personal administrativo, a los cuales se les explicó el motivo de la encuesta a desarrollar; la segunda parte se desarrolló en las oficinas de terminal, reuniendo al personal operativo, a los cuales también se les explicó el motivo de la encuesta; logrando así el desarrollo de todas las encuestas para la muestra final. Asimismo, el procedimiento para la aplicación de las entrevistas se desarrolló dentro de la empresa, solicitando previamente permiso y explicándoles el motivo de la presente entrevista.

2.5. Métodos de análisis de datos

Este método de análisis de datos se desarrolló para analizar la información obtenida mediante el cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paíta los cuales fueron presentados por medio de tablas estadísticas para ser interpretados. Esta interpretación se realizó mediante el procesamiento de datos en el programa SPSS v.24.

2.6. Aspectos Éticos

En la presente investigación, se tuvo en cuenta aspectos éticos en el desarrollo de los instrumentos, así mismo en el desarrollo de las teorías relacionadas y marco teórico: Confiabilidad de los datos brindados por la empresa Ransa Comercial S.A. Paíta., Respeto a la privacidad y anonimato de los colaboradores., Respeto y honestidad, aplicando adecuadamente las normas APA en el desarrollo de la realidad problemática y teorías relacionadas., Responsabilidad y compromiso en la manipulación de la información recolectada, los cuales solo fueron utilizados con fines estrictamente para la investigación.

III. RESULTADOS

Con el fin de cumplir con los objetivos del estudio se aplicó un cuestionario estructurado en escalas de Likert, donde incluyen preguntas sobre las dos variables de la investigación; los ítems tienen cinco alternativas de respuesta, las que expresan la concordancia con los aspectos investigados, a las que se les asignó valores del 1 al 5; el resumen y descripción de los resultados se realizó utilizando la percepción promedio, de manera que si éste tiene un valor de 4 o 5 implica que los sujetos investigados tienen una valoración positiva, sucediendo lo contrario cuando el promedio es de 3 puntos o menos. Asimismo, la guía de entrevista se aplicó a tres miembros representativos quienes tienen cargo de Jefes de Operaciones de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita y así poder evaluar las prácticas de Responsabilidad Social.

Los resultados se presentan a continuación teniendo en cuenta los objetivos de la investigación.

3.1. Caracterización de las prácticas de Responsabilidad Social Interna de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019

Tabla 1. Resumen descriptivo de las prácticas de responsabilidad social interna

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
1. Considera que la empresa realiza suficientes programas de integración y recreación para el personal.	2,8	1,3
2. Le gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación.	4,1	1,1
3. La empresa le capacita a Usted en temas relacionados a las labores que desempeña.	3,2	1,3
4. La empresa brinda incentivos laborales a sus colaboradores.	2,6	1,1
5. Le gustaría recibir incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral.	4,2	1,2
6. Prefiere los incentivos financieros(dinero) en lugar de los incentivos no financieros (reconocimientos diplomas, descanso)	4,1	1,0
7. Su área de trabajo presenta las medidas de seguridad y salud necesarias para su desempeño.	3,6	1,0
8. La empresa le brinda los equipos de protección personal necesarios para su seguridad.	3,7	1,2
9. Considera Usted que son necesarias e importantes las capacitaciones en buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional.	4,2	1,3
10. La empresa brinda capacitaciones acerca de las prácticas de seguridad y salud ocupacional.	3,6	1,1

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Los resultados dan cuenta de la percepción promedio de los colaboradores por los aspectos de la responsabilidad social interna de la Empresa Ransa Comercial S.A. Paita – 2019. Los promedios de alrededor de 4 puntos o más indican que a los colaboradores les gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación. Asimismo,

recibir incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral; y éstos deberían ser de tipo financieros(dinero) en lugar de los incentivos no financieros (reconocimientos). Los colaboradores consideran además que en su área de trabajo mayormente se implementan medidas de seguridad y salud necesarias para su desempeño, para lo cual la empresa le brinda los equipos de protección personal necesarios, aunque los investigados refieren que son necesarias e importantes las capacitaciones en buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional; además consideran que la empresa brinda capacitaciones acerca de las prácticas de seguridad y salud ocupacional. Por el contrario, los promedios de alrededor de 3 puntos indican que la empresa no realiza suficientes programas de integración y recreación para el personal, no los capacita en temas relacionados a las labores que desempeña y tampoco brinda incentivos laborales a sus colaboradores.

La responsabilidad social interna es fundamental para el funcionamiento de la organización, donde el trabajador tiene una participación estratégica fundamental como apoyo de la gestión y de la consecución de las metas y objetivos. Es un factor que potencializa el compromiso del trabajador con la organización, alineando a los empleados con los objetivos planteados; es un elemento cohesionador y motivador que permite crear un clima laboral adecuado a fin de lograr una mayor productividad. En este aspecto, la empresa investigada lo cumple bastante bien, aunque se debe mejorar y sobre todo en lo relacionado a los programas de integración y recreación para el personal, en la capacitación específica para el puesto que desempeñan y en los incentivos laborales.

3.2. Descripción de las prácticas de Responsabilidad Social externa de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.

Tabla 2. Resumen descriptivo de las prácticas de Responsabilidad social externa

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
11. La empresa participa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente.	3,1	,9
12. La empresa participa activamente en campañas de apoyo social a la comunidad.	3,2	1,0
13. Le gustaría participar en las campañas de apoyo social a la comunidad.	3,8	1,1
14. Considera Usted que el cliente es importante para la empresa.	4,2	1,2
15. Cree Usted que los servicios que brinda la empresa satisfacen las necesidades de sus clientes.	3,5	1,1
16. Considera que la empresa brinda una buena atención a sus clientes.	3,5	1,1
17. La empresa tiene buenas prácticas para fidelizar a los clientes.	3,3	1,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

En cuanto a la responsabilidad social externa, hay también opiniones discrepantes; los promedios de alrededor de 4 puntos indican que al personal le gustaría participar en las campañas de apoyo social a la comunidad; éstos además consideran que los clientes son importantes para la empresa y que los servicios que brinda la empresa satisfacen sus necesidades. También evidencian estar de acuerdo en que la empresa brinda una buena atención a sus clientes. Por el contrario, los promedios de alrededor de 3 puntos indican que, desde la perspectiva del trabajador, la empresa participa poco en acciones voluntarias a favor del medio ambiente y en campañas de apoyo social a la comunidad, lo que se traduce en que no tienen buenas prácticas para fidelizar a sus clientes

La responsabilidad social externa es el papel que cumple la empresa con la sociedad en su conjunto, incluyendo los proveedores, clientes y público en general, entre otros. Las empresas modernas tienden a integrarse al entorno donde se desarrollan, contribuyendo a su desarrollo, a través de la generación de puestos de trabajo y pago de impuestos; es importante mantener un entorno favorable, para lo cual deben cumplir un rol activo, como lo hace la empresa investigada en la mayoría de aspectos. Es importante mantener este compromiso con el exterior, aunque se debe mejorar la participación en acciones voluntarias en favor del medio ambiente y en campañas de apoyo social a la comunidad.

3.3. Caracterización de los lazos económicos y legales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.

Tabla 3. Resumen descriptivo de los aspectos relacionados a los lazos económicos y legales

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
18. Considera Usted que el salario que percibe es acorde y justo al trabajo que realiza.	2,4	1,1
19. El sueldo que percibe satisface sus necesidades.	2,4	1,1
20. La empresa cumple con las leyes laborales.	3,6	1,1
21. Considera que las utilidades se distribuyen de acuerdo a ley.	2,1	1,3
22. Las remuneraciones salariales son puntuales.	3,8	1,2
23. Los beneficios que percibe se pagan puntualmente.	3,8	1,2

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Con relación a los lazos económicos y legales que tienen con la empresa, los promedios de alrededor de 4 puntos, indican que los trabajadores están de acuerdo en que la empresa cumple con las leyes laborales, así como con el pago puntual de sus remuneraciones y beneficios que perciben. Por otro lado, los promedios de menos de 3 puntos indican que los trabajadores no están de acuerdo con el salario que perciben, porque no está acorde y no

es justo para el trabajo que realizan; tampoco concuerdan en que el sueldo que perciben satisface sus necesidades, y que las utilidades que reciben no se distribuyen de acuerdo a ley.

Los lazos económicos y legales que tiene el trabajador con la empresa, son fundamentales para lograr que éste se mantenga motivado, integrado con sus actividades y sobre todo comprometido con la organización. Esta es la razón por la cual la empresa debe satisfacer las necesidades del cliente interno; los resultados indican que la empresa cumple las leyes laborales y con el pago puntual de las remuneraciones y de los beneficios, mientras que solo cumple parcialmente con brindar un salario acorde con el trabajo que realizan y con la distribución de utilidades de acuerdo a ley; esta es la razón por la que los investigados consideran que el salario que perciben no está de acuerdo con el trabajo que realizan.

3.4. Reconocimiento de los lazos estructurales y de servicios con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.

Tabla 4. Resumen descriptivo de los aspectos relacionados a los lazos estructurales y de servicios

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
24. La empresa le brinda financiamiento para estudios.	2,4	1,2
25. Le gustaría que la empresa le brinde beneficios o facilidades para su superación profesional.	4,1	1,2

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Con relación a los lazos estructurales y de servicios, el promedio de más de 4 puntos indica que los trabajadores se muestran de acuerdo en que la empresa brinde beneficios o facilidades para su superación profesional, aunque consideran que actualmente la empresa no brinda financiamiento para estudios, según el promedio de menos de 3 puntos.; Los colaboradores también deben mantener fuertes lazos estructurales con la empresa, recibiendo de esta una serie de beneficios que fortalezcan dichos lazos, a fin de establecer una relación sostenible en el tiempo; el estudio indica que la empresa no cumple con brindar financiamiento para los estudios, aunque a los trabajadores si les gustaría recibirlos, además de contar con las facilidades para su desarrollo profesional.

3.5. Descripción de los lazos emocionales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.

Tabla 5. Resumen descriptivo de los aspectos relacionados a los lazos emocionales

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
26. La empresa ofrece línea de carrera.	2,3	1,1
27. Se identifica con la empresa Ransa Comercial S.A. y con el logro de sus objetivos.	3,4	1,1
28. En los últimos siete días ha recibido reconocimientos o elogios por hacer un buen trabajo.	2,4	1,1
29. El supervisor directo se preocupa por sus problemas laborales y personales.	3,0	1,1
30. Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta.	3,2	1,1
31. Existe buena relación entre sus compañeros de área.	3,8	1,0
32. Considera que la comunicación entre los miembros de su área es fluida.	3,7	1,0
33. Recibo en forma oportuna la información que requiero para desarrollar mi trabajo.	3,5	1,0
34. Se comunica asertivamente con su jefe directo.	3,4	1,1

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Con respecto a los lazos emocionales, el estudio muestra que los trabajadores se identifican bastante con la empresa Ransa Comercial S.A. y con el logro de sus objetivos; éstos concuerdan en que existe una buena relación con sus compañeros de área y que la comunicación entre los miembros de la empresa es fluida; también refieren que reciben en forma oportuna la información que requieren para desarrollar su trabajo, como se deduce de la percepción promedio de alrededor de 4 puntos por cada uno de dichos aspectos. Por el contrario, los promedios de alrededor de 3 puntos indican que los trabajadores consideran que la empresa prácticamente no ofrece línea de carrera y que en los últimos siete días no han recibido reconocimientos o elogios por hacer un buen trabajo; el supervisor directo tampoco se preocupa mucho por sus problemas laborales y personales. Los resultados indican además que las opiniones de los investigados prácticamente no son tomadas en cuenta, y no se comunican asertivamente con su jefe directo.

Los lazos emocionales del trabajador con la empresa son fundamentales para lograr un mayor compromiso e identificación con la organización; los trabajadores que mantienen lazos emocionales positivos hacia la empresa, ayudan a conseguir los objetivos y metas organizacionales, por lo que ésta debe procurar no solo mantenerlos, sino incrementarlos. Si bien los colaboradores se identifican con la organización y con el logro de sus objetivos, hay una buena comunicación y relación dentro de ella, sin embargo, se debe mejorar algunos aspectos; la empresa debería ofrecer una línea de carrera al trabajador, reconocer los logros

en el trabajo, preocuparse por los problemas laborales y personales y tomar en cuenta sus opiniones.

3.6 Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para promover la mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019

Tabla 6. Nivel de responsabilidad social de la empresa RANSA

Variable/Dimensiones	Baja		Muy baja		Moderada		Alta		Muy alta		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Responsabilidad social empresarial	0	0,0%	12	11,0%	27	24,8%	66	60,6%	4	3,7%	109	100,0%
Responsabilidad interna	0	0,0%	13	11,9%	17	15,6%	72	66,1%	7	6,4%	109	100,0%
Responsabilidad externa	1	0,9%	16	14,7%	22	20,2%	68	62,4%	2	1,8%	109	100,0%
Cliente interno	1	0,9%	15	13,8%	70	64,2%	22	20,2%	1	0,9%	109	100,0%
Lazos económicos empresariales	1	0,9%	13	11,9%	69	63,3%	23	21,1%	3	2,8%	109	100,0%
Lazos estructurales y de servicio	1	0,9%	8	7,3%	51	46,8%	40	36,7%	9	8,3%	109	100,0%
Lazos emocionales	3	2,8%	15	13,8%	58	53,2%	30	27,5%	3	2,8%	109	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

En términos generales, la responsabilidad social de la empresa es bastante buena, según la opinión de los investigados el 64.3%, lo califica como alta o muy alta; este nivel se explica por la responsabilidad interna y externa, que también son valoradas por la mayoría en dichos niveles. No obstante, se debe tener en cuenta que más del 30% de trabajadores consideran que la responsabilidad externa es moderada a muy baja. Con relación al trato del cliente interno, la percepción es que éste solo alcanza un nivel moderado, de acuerdo a la opinión del 64.2%, evidenciando problemas en cuanto a los aspectos económicos, a los lazos estructurales y de servicio y a los lazos emocionales, que son calificados en el mismo nivel por la mayoría de colaboradores (63.3%, 46.8% y 53.2%, respectivamente).

Tabla 7. Percepción promedio de los colaboradores por la responsabilidad social de la empresa RANSA

Variable/Dimensiones	Promedio	Desviación estándar
Responsabilidad social empresarial	3,6	,7
Responsabilidad interna	3,6	,7
Responsabilidad externa	3,5	,8
Cliente interno	3,1	,6
Lazos económicos empresariales	3,0	,6
Lazos estructurales y de servicio	3,2	,7
Lazos emocionales	3,2	,7

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Se observa la percepción que tienen los colaboradores con respecto a la responsabilidad social, desde otra perspectiva; en términos generales se corrobora que la responsabilidad social es bastante buena, como se infiere del promedio de casi 4 puntos; ésta se explica por la buena responsabilidad interna y externa en la empresa. En cuanto al cliente interno, la valoración es poco favorable, situación que se explica por los lazos económicos empresariales, lazos estructurales y de servicio y lazos emocionales, poco favorables, según se deduce de los promedios de alrededor de 3 puntos. En términos generales la responsabilidad social es un elemento diferenciador en las empresas modernas, comprometidas con un desarrollo sostenible del entorno donde funcionan, razón por la cuál es importante que la empresa cumpla con todos los aspectos que ésta implica, es decir, tanto con los colaboradores internos, como con el entorno externo. Los resultados indican que la empresa cumple bastante bien con ambos, aunque hay muchos aspectos por mejorar; es importante que la empresa no solo mantenga una buena imagen hacia el exterior, sino que también debe cuidar al recurso humano, que es el pilar de su funcionamiento.

IV. DISCUSIÓN

Para la presente investigación se tomó en cuenta los resultados obtenidos mediante los instrumentos de la investigación, los cuales fueron dos: guía de entrevista, aplicada a los jefes de operaciones de la empresa Ransa Comercial S.A y cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa, con el fin de recopilar información acerca de la responsabilidad social empresarial que prevalece actualmente. Estos instrumentos fueron confrontados mediante las teorías de autores especialistas en el tema expuesto, asimismo, en base a los antecedentes mencionados anteriormente.

Teniendo en cuenta el **primer objetivo**: Determinar las prácticas de Responsabilidad social interna de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019, Hernández y Gallardo (2015), interpretan la RSE de manera interna, como el desarrollo de prácticas socialmente responsables vinculadas directamente con el recurso humano dentro de la empresa, de manera que abarca la prevención, la salud, las prácticas de reclutamiento, seguridad, evaluación de rendimiento, remuneración, formación, motivación y desarrollo personal del colaborador.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, se muestran promedios de alrededor de (4) puntos, con una percepción promedio de 3.6 puntos dentro de la escala y un porcentaje de 66.1% que lo califica como alta, Se interpreta que en la empresa Ransa Comercial S.A., si existen prácticas de responsabilidad social interna, dado que se realizan actividades que lo demuestran. Los colaboradores indicaron que la empresa les brinda los equipos de protección personal necesarios para el desarrollo de sus labores y consideran que la empresa les brinda capacitaciones en buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional. Por lo contrario, existe un 27.5% que considera que la responsabilidad social interna de la empresa es de moderada a muy baja con un promedio de alrededor de (3) puntos. Es así que consideran que la empresa no realiza los suficientes programas de integración y recreación para el personal, no se les capacita en temas relacionados a las labores que desempeñan ni se les brinda incentivos laborales como parte de su buen desempeño. Los colaboradores indicaron también, que les gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación y recibir incentivos salariales de tipo financiero.

Los resultados coinciden con lo que manifiesta Santillán (2014), quien concluye en su investigación que la responsabilidad social interna pretende mejorar las condiciones de

quienes trabajan en la empresa, logrando obtener a cambio diferentes beneficios como: satisfacción laboral, fidelización de clientes y mayor productividad. Es así que los resultados obtenidos mostraron que la empresa Don Pollo Tropical S.A.C. apoya significativamente en el desarrollo profesional de sus colaboradores influyendo positivamente en el bienestar de todos. Asimismo, lo indica Fernández (2016), quien manifiesta en su investigación que las empresas con altos niveles de RSC basándose de manera interna, son más atractivas para los empleados y, por ello, logran una capacidad superior para atraer y retener los recursos humanos más competentes, alcanzando la plena confianza de los trabajadores y de esa manera reduce costes, aumenta la productividad, mejora el clima laboral y reduce el absentismo.

En cuanto a la entrevista realizada al jefe de almacenes de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, manifestó que la empresa si realiza acciones de responsabilidad social interna, y que estas prácticas son importantes puesto que garantiza a la organización un equipo de trabajo motivado, feliz, saludable, proporcionando un entorno laboral favorable; lo cual ha sido corroborando con los resultados obtenidos mediante el cuestionado aplicado a los colaboradores.

La responsabilidad social interna es fundamental para el buen funcionamiento de las organizaciones, pues una empresa socialmente responsable innova en su capital humano, satisfaciendo sus necesidades, tomando como principal activo a su personal, incrementando la confianza, el compromiso y su retención en la empresa. Es así que la empresa Ransa Comercial S.A., viene desarrollando diferentes programas de responsabilidad social, sin embargo, estos no son los suficientes para lograr el bienestar de todos sus colaboradores.

Respecto al **segundo Objetivo**: Establecer las prácticas de Responsabilidad Social externa de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019, Hernández y Gallardo (2015), señalan que la responsabilidad social externa, hace referencia a las funciones fuera de la empresa que se relacionan directamente con los clientes, proveedores, la sociedad y medio ambiente.

Los resultados obtenidos, muestran que la empresa también desarrolla prácticas de responsabilidad social externa, calificándolo con una percepción promedio de 3.5 puntos dentro de la escala y un porcentaje de 64.2 % que lo califica como alta; lo cual corrobora que la empresa Ransa Comercial S.A si desarrolla prácticas de responsabilidad social externa. Sin embargo, existe un 35.8% que considera que no son lo suficientes y lo considera

en un nivel moderado y muy bajo. Los colaboradores indicaron que la empresa Ransa Comercial S.A. no brinda las suficientes prácticas de responsabilidad social externa, pues, expresan que la participación que realiza Ransa Comercial S.A., es mínima en cuanto a las acciones voluntarias a favor del medio ambiente y ayuda social a la comunidad; pero les gustaría participar en estas campañas de apoyo social y ambiental que se vienen realizando actualmente con recursos de los colaboradores. Consideran también que el cliente es muy importante para la empresa y que se necesita realizar buenas prácticas de responsabilidad social externa para lograr fidelizar a sus clientes. Por su parte Cruz (2015), concluye en su investigación que la empresa PROANCO S.R.L, mediante su dimensión externa, no interactúa con la sociedad para evitar ocasionar molestias generadas por sus operaciones y tampoco existe una buena relación con sus grupos de interés externos ni participa en actividades relacionadas al cuidado del medio ambiente.

Asimismo, León (2017), en su investigación coincide con los resultados obtenidos en la presente investigación, puesto que la empresa Refrigerados Fisholg e Hijos SAC. Actualmente no realiza las suficientes prácticas de RS externa y no toma acciones importantes que logren mantener una buena relación con la sociedad, lo cual está generando que la empresa no se considere como socialmente responsable.

Lo que concierne a la entrevista realizada, los entrevistados indicaron, que la empresa cuenta con programas de labor social y de voluntariado y que se brindan mediante un plan anual de Gestión ambiental. Asimismo, consideran que son importantes estas acciones de apoyo social a la comunidad, es así que actualmente en la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, y con recursos de los colaboradores del área de almacén se vienen realizando obras de bienestar social para los niños de escasos recursos cada fin de año, de esa manera se genera una política de bienestar a la sociedad para lograr su apoyo y confianza. Respecto a la pregunta si consideran que el cliente es importante para la empresa, indicaron que el cliente es una de las partes fundamentales de la empresa, sin embargo, consideran que la base principal es el recurso humano (colaboradores), pues si existe un buen clima laboral se logrará conseguir, atraer y mantener a los clientes actuales.

La responsabilidad social externa juega también un papel importante para la empresa y la sociedad en la cual desarrolla sus actividades; llevar una buena relación con los proveedores y clientes, beneficia la imagen, el posicionamiento y el prestigio de la empresa. A pesar que los resultados muestran que la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, desarrolla actividades de RSE de manera externa aún no se logra el 100%, lo cual desea alcanzar.

El **tercer objetivo** está orientado a: Determinar los lazos económicos y legales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019. Regalado, Alpaca y Baca (2014), refieren que los lazos económicos y legales hacen referencia a un salario justo, digno, puntual y suficiente para el trabajador.

Los resultados obtenidos no coinciden con lo indicado anteriormente, dado que el puntaje obtenido mediante la encuesta realizada está por debajo de 4 puntos en la escala, con un porcentaje de 63.3% y 11.9% que lo califica como moderada y muy baja. Este promedio explica que la empresa Ransa comercial S.A. Paita no desarrolla lazos económicos y legales con los colaboradores. Es así que los colaboradores refieren no estar de acuerdo con el salario que perciben, pues este no es acorde ni justo con las labores que realizan, alcanzando solo un promedio de 2.4. A pesar que la empresa cumple con las leyes laborales, los colaboradores manifiestan que la empresa no distribuye las utilidades de acuerdo a ley. Por su parte Hernao (2014), en su investigación muestra lo contrario, indicando que la empresa Pranha SAC desarrolla estos lazos económicos y legales con sus colaboradores, es así que considera que son muy importantes para la empresa, puesto que al aplicarlos se está cumpliendo con ser socialmente responsable. Mediante las estrategias de RSE que la empresa pretende desarrollar se beneficiarían, tanto los clientes internos y externos, estos grupos de interés serán tenidos en cuenta a través de canales de comunicación más directos, con acciones y programas que potencien sus actividades y la preocupación siempre por parte de la empresa por contribuir al mejoramiento de la calidad y nivel de vida cumpliendo con las leyes laborales.

Todo lo anteriormente expuesto, lo afirma el Jefe de Depósito Temporal en la entrevista realizada, quien indica que la empresa Ransa Comercial S.A. Paita estandariza los salarios de acuerdo a la demanda existente del mercado, sin embargo, esto no confirma que sean suficiente para el trabajador. Es así que indicó que es importante incentivar los elementos que sumen a lograr objetivos de la empresa ya sea mediante un aumento salarial o ayuda profesional. También indicó que la empresa actualmente ya no brinda utilidades, lo cual está causando el descontento de los colaboradores.

Los lazos económicos y legales que tiene el empleador con los colaboradores son fundamentales para lograr que los colaboradores se mantengan motivados, brindando un salario justo, puntual y suficiente para llevar una vida digna. Es así que el colaborador siente que obtiene ventajas económicas en la empresa. Como lo indica Chiavenato (2016) La administración de salarios intenta no solo obtener el equilibrio interno de salarios dentro de

la organización, sino también el equilibrio externo de salarios en relación con el mercado de trabajo, es por eso que es conveniente investigar y analizar los salarios de la comunidad antes de definir las estructuras salariales. Por otro lado, la empresa también, debe actuar de acuerdo a las leyes laborales y las normas que regulan el buen funcionamiento de la empresa en el mercado y la sociedad de la que forma parte, a cambio el colaborador se asegurará de cumplir diligentemente las funciones para las cuales se le contrató, así como los objetivos y metas que han sido asignadas, y al hacerlo contribuye al bienestar económico de la empresa.

Respecto al **cuarto Objetivo** está dirigido a: Reconocer los lazos estructurales y de servicios con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019. Regalado, Alpaca y Baca (2014), manifiestan que los lazos estructurales y de servicios son las posibilidades de desarrollo profesional mediante estudios especializados y capacitaciones dentro y fuera de la empresa.

Los resultados obtenidos en base al cuarto objetivo contradicen la teoría expuesta por los autores, puesto que, según los resultados se obtuvo un promedio de 3.2 puntos en la escala con un 46.8% y 7.3% que lo califica como moderada y muy baja. Con un puntaje de 2.4 de promedio, los colaboradores indicaron que la empresa no les brinda financiamiento para estudios, asimismo un puntaje de 4.1 promedio, los colaboradores indicaron que les gustaría que la empresa les apoye y brinde beneficios o facilidades para su superación profesional. Tal como lo indica Hernández (2017) quien manifiesta en su investigación que el desarrollo profesional de cada colaborador es primordial para el buen desempeño de la empresa, pues un personal capacitado disminuirá el porcentaje de error al ejecutar sus labores. Es así que mediante los resultados se logró concluir que la empresa Agroexportadora de uva fresca, considera que la RSE debe ser considerada como un motor de competitividad empresarial y desarrollo, involucrando al personal y apoyándolo significativamente en su desarrollo profesional.

En lo que concierne a la entrevista realizada a la jefa de transporte, se evidencia que los resultados concuerdan con lo indicado por los colaboradores ya que la empresa debería apoyar el financiamiento de estudios para el crecimiento del colaborador, puesto que, esto redundaría en beneficio para la empresa y contribuye al desarrollo del país con personal más calificado.

Es importante que la empresa mantenga fuertes lazos estructurales con los colaboradores, recibiendo de esta, una serie de beneficios que fortalezcan dichos lazos, a fin

de establecer una relación duradera y sostenible en el tiempo con el colaborador. Tal como lo manifiesta Chiavenato (2016), quien refiere lo siguiente: las capacitaciones son como el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos de personas con experiencia, los cuales ayudará al cumplimiento de funciones. Asimismo, indica que “capacitación es el acto de aumentar el conocimiento y la pericia de un empleado para el desempeño de determinado puesto de trabajo”. Mediante las capacitaciones se logrará mejorar los niveles de desempeño, lo cual será beneficioso para la empresa y la hará más competitiva en el mercado actual.

El **quinto objetivo** indica: Establecer los lazos emocionales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019. Regalado, Alpaca y Baca (2014), manifiestan que este tipo de lazo abarca todos los aspectos de comunicación y buenas relaciones entre el personal y su jefe directo dentro de la organización.

Los resultados obtenidos contradicen lo indicado por el autor, puesto que se obtuvo como resultado una percepción promedio menor a 4 puntos, alcanzando solo 3.2 puntos en la escala, con un porcentaje de 53.2 % y 13.8 % que lo califica como moderada y muy baja. Estos resultados muestran que no existe una buena comunicación con su jefe directo. Asimismo, los colaboradores indicaron que la empresa no establece lazos emocionales, puesto que no se les ofrece línea de carrera, no reciben reconocimientos ni elogios de sus jefes directos por hacer un buen trabajo, indicaron también que su jefe directo muchas veces no muestra interés por sus problemas ya sea laborales o personales y sus opiniones no son tomadas en cuenta como aporte para la empresa.

Respecto a la entrevista realizada al jefe de Depósito temporal, confirmó que en la empresa la línea de carrera es muy limitada, pues las áreas de trabajo ya son estables y no existe una política de crecimiento en la empresa, lo cual hace que muchas veces el personal migre a otras empresas con mayores oportunidades. Referente a la comunicación que existe con los colaboradores que tiene a cargo, el jefe de depósito temporal indicó que, si existe una buena relación con su personal a cargo, sin embargo, considera que no siempre se preocupa por el bienestar de sus colaboradores, lo cual necesita mejorar.

Los lazos emocionales con el colaborador son fundamentales para lograr su compromiso e identificación con la organización. De modo que si estos lazos son tomados en cuenta se logrará conseguir los objetivos y metas organizacionales de la empresa. Es importante acercarse, saber escuchar, comprender, pues estas actitudes ayudan a romper las barreras e incomprensiones en las relaciones individuales y colectivas dentro de la

organización. Un diálogo responsable exige una serie de atributos: estar dispuesto a dedicar tiempo, apertura mental para escuchar y comprender las aspiraciones de los demás, y una voluntad decidida para dar una respuesta a todas las necesidades que se presenten.

Finalmente, el **objetivo general** está orientado a Proponer estrategias de responsabilidad social empresarial para promover la mayor identificación de los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2018. Maravi (2014), indica que la responsabilidad social empresarial es una táctica de la administración, que permite generar valor agregado haciendo adecuadamente el bien y a cambio las empresas reciben reconocimientos, como una mejor reputación, disminución de riesgos, sostenibilidad en el mercado, acceso a nuevos clientes y lo principal, retención del capital humano. Por su parte Fernández (2014) manifiesta que la RSE facilita la elaboración de utilidades competitivas, obteniendo así grandes beneficios para la empresa tales como: reducción de costos, aumento de productividad., consiguiendo así la permanencia en el mercado.

Los resultados obtenidos son favorables puesto que, en la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, el nivel de responsabilidad social empresarial según los encuestados alcanza el 60.6% que lo califica como alta. Sin embargo, no se llega al 100% requerido y esto se debe a que aún existe diferentes problemas ligados al cliente interno, evidenciando problemas en cuanto a los diferentes lazos emocionales que van ligados directamente con el colaborador y que deberían trabajarse y ser mejorados para lograr el bienestar del trabajador obteniendo un bien común para ambas partes.

V. CONCLUSIONES

1. La empresa Ransa Comercial S.A. Paita desarrolla prácticas de responsabilidad social interna, considerándolo según los resultados como alta. Esto se debe a que la empresa ofrece a los colaboradores capacitaciones en prácticas de seguridad y salud ocupacional y brinda los equipos de protección para el desarrollo de sus labores, sin embargo, aún existen debilidades de manera interna, y esto se debe a que actualmente la empresa no realiza los suficientes programas de integración y recreación para el personal, tampoco les capacita en las labores que desempeñan, ni ofrece incentivos laborales como resultado de su buen desempeño.
2. Ransa Comercial S.A. Paita actualmente viene realizando prácticas de responsabilidad social externa limitadas y esto se debe a que la empresa no participa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente ni en campañas continuas de ayuda social. Asimismo, según los resultados obtenidos los colaboradores indicaron que actualmente la empresa no brinda buenas prácticas para fidelizar a sus clientes; a pesar que consideran que el cliente es importante para la empresa.
3. Los lazos económicos y legales que existen con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, son bajos, y esto se refleja en los resultados donde se alcanzó una percepción promedio de 3 puntos. Además, los colaboradores consideraron que el salario que perciben no es acorde, suficiente, ni justo con las labores que desempeñan, referente a las utilidades que perciben los colaboradores, estas no se están distribuyendo acorde a ley, causando el descontento de todo el personal.
4. Los lazos estructurales y de servicios que se desarrollan con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita son muy bajas, pues apenas alcanza una percepción promedio de 3 puntos. Los resultados muestran que la empresa no desarrolla buenas prácticas que ayuden a que los colaboradores se sientan comprometidos con la empresa y esto se debe a que no se les brinda financiamiento para estudios; sin embargo, lo colaboradores indicaron estar totalmente de acuerdo en que la empresa debería brindarles facilidades y beneficios para su superación profesional.

5. Los lazos emocionales con el personal de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita son buenos en cierta parte, ya que el estudio muestra que los colaboradores se sienten identificados con la empresa y que existe una buena relación con sus compañeros de trabajo, sin embargo aún falta que la empresa se involucre más con su personal, ya que se evidencia que la empresa Ransa Comercial S.A. Paita no ofrece línea de carrera ni existe buena comunicación entre jefe y colaborador, esto lleva a que las opiniones de los colaboradores y los problemas laborales o personales que presenten, no sean tomados en cuenta por sus jefes directos, lo que está causando desmotivación del personal.

6. En términos generales la responsabilidad social empresarial interna y externa de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita es buena, siendo considerada según los resultados obtenidos como alta, sin embargo, en cuanto al trato del cliente interno, la valoración es poco favorable, siendo calificado como moderada y baja, evidenciando problemas en cuanto a los lazos económicos y legales, a los lazos estructurales y de servicios y a los lazos emocionales que afectan directamente al cliente interno de la empresa.

VI. RECOMENDACIONES

1. Realizar evaluaciones de manera constante dentro de la empresa para reconocer los puntos más débiles en base a la responsabilidad social interna que presenta la empresa, y así lograr mejorarlos para conseguir una mayor identificación de los clientes internos.
2. Involucrarse más con la sociedad en las cuales desarrolla sus operaciones la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, así mismo llevar a cabo acciones que ayuden a interactuar más con la sociedad mediante las campañas de ayuda social que se pretenden desarrollar para contribuir con el bienestar de toda la población.
3. Mejorar los lazos económicos y legales con los colaboradores, mediante estrategias que ayuden a mantenerlos motivados y comprometidos con la empresa. La empresa debe desarrollar programas que ayuden a la promoción del colaborador, mediante sistemas de mérito, las cuales ayuden a cumplir sus metas personales.
4. La empresa debe evaluar acciones que permitan mejorar los lazos estructurales y de servicios con los colaboradores ya sea mediante financiamiento para estudios profesionales o facilidades para estudios. Este tipo de acción beneficiará a la empresa al contar con personal calificado y el personal se sentirá comprometido y sentirá que trabajar para la empresa Ransa Comercial S.A. Paita ha sido la mejor decisión.
5. La gerencia y los jefes de cada área de la empresa deben interactuar e involucrarse más con el personal, establecer acciones que ayuden a mejorar los lazos emocionales con todos los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita. Estas acciones pueden ser ofrecer línea de carrera mediante evaluaciones de desempeño al personal, también es importante que exista buena comunicación entre jefatura y subordinado y sepa reconocer y tomar en cuenta sus opiniones.
6. A partir de la presente investigación se recomienda realizar una segunda investigación, posterior a la ejecución de las estrategias propuestas para evaluar si se están desarrollando de manera adecuada y si se está obteniendo resultados positivos para la empresa. Es importante que la empresa tenga una percepción de que la responsabilidad social empresarial no solo debe generar una buena imagen hacia el exterior, sino que debe cuidar lo principal que es el recurso humano, el cual es el pilar del funcionamiento.

VII. PROPUESTA

7.1. Introducción.

Ransa Comercial SA., es una empresa perteneciente del Grupo Romero con más de 75 años en el mercado, fundada en 1939. Es un operador logístico que brinda diferentes servicios de valor agregado a las empresas con actividades relacionadas con almacenaje, carga, transporte y agenciamiento. En la actualidad Ransa Comercial S.A., diseña y gestiona soluciones especializadas para atender los requerimientos logísticos de todos sus clientes con el firme compromiso de optimizar sus operaciones a través de un servicio con alto valor agregado.

A través de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos obtenidos según la opinión de los colaboradores, muestra que la empresa Ransa Comercial S.A. Paita desarrolla prácticas de RSE mediante sus dimensiones interna y externa, alcanzando un porcentaje de 64.3 %, la cual lo califica como buena. Sin embargo, se considera necesario mejorar y desarrollar estrategias que logren alcanzar el 100%. No obstante, los resultados muestran en relación al trato del cliente interno que solo alcanza el 20%, mostrando que la empresa tiene algunas debilidades como: proyección social limitada, carencia de capacitaciones para los colaboradores, falta de programas de recreación y integración para el personal, falta de incentivos, salario insuficiente, carencia de financiamiento para estudios, falta de comunicación asertiva, falta de interés por parte de su jefe directo.

Ser una empresa socialmente responsable genera valor agregado ante la competencia, es así, que es necesario realizar una propuesta basada en los conceptos de RSE mencionados en la presente investigación, adaptándolos a la empresa para así obtener ventajas competitivas y conseguir la excelencia en el mercado, y de esa manera propicie el desarrollo del personal y contribuya en la interacción con el personal mediante los programas de proyección social y recreación del personal. De lograr esto, se conseguirá mantener el talento humano satisfecho y por ende mayor productividad en la empresa, beneficiándose también de manera externa la sociedad y los clientes.

7.2. Objetivos de la propuesta.

7.2.1. Objetivo general

Proponer estrategias de responsabilidad social empresarial para promover la mayor identificación de los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita.

7.2.2. Objetivos específicos

- Formular estrategias de responsabilidad social interna que promuevan la mayor identificación de los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita.
- Plantear estrategias de responsabilidad social externa que promuevan la mayor identificación de los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita.
- Proponer estrategias mediante los lazos emocionales que ayuden a promover la mayor identificación de los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita.

7.3. Justificación

La razón de proponer estrategias de responsabilidad social empresarial de manera interna y externa, tienen como finalidad promover la mayor identificación y motivación de todos los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita. Estas propuestas involucran directamente a los colaboradores y indirectamente a lo externo de la organización, con el fin de alcanzar un bien común para la empresa.

Para finalizar, se proponen estrategias de responsabilidad social empresarial, para lo cual serán beneficiados la empresa, la sociedad y lo principal el recurso humano de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, logrando mejorar los puntos más débiles que se vieron reflejados mediante los instrumentos aplicados. Con estas propuestas lo que se desea lograr es contribuir a una mejor calidad de vida y desarrollo sostenible para los involucrados. Para el colaborador la felicidad no solo depende del sueldo asignado, sino también depende del estado del entorno en el que desarrolla día a día sus tareas.

7.4. Análisis FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>INTERNO</p> <p>EXTERNO</p>	<p>F1. Empresa reconocida a nivel mundial.</p> <p>F2. Ambientes y condiciones seguras para operar.</p> <p>F3. Experiencia en el sector logístico.</p> <p>F4 Posicionamiento en el mercado actual.</p> <p>F5. Personal dispuesto a participar en labores de proyección social.</p>	<p>D1. Carencia de financiamiento para estudios especializados al personal.</p> <p>D2. Desmotivación del personal por falta de actividades de recreación e integración.</p> <p>D3. Limitado presupuesto asignado a actividades de RSE y proyección social.</p> <p>D4. Falta de interés y comunicación entre jefe – colaborador.</p> <p>D5. Carencia de capacitaciones para el personal.</p> <p>D6. Falta de reconocimientos por buen desempeño laboral.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<p>O1. Incremento de la actividad de importación y exportación a través del puerto de Paíta.</p> <p>O2. Mercado en crecimiento.</p> <p>O3. Disponibilidad en el mercado de nueva tecnología en máquinas y sistemas.</p> <p>O4. Incremento de la cartera de clientes y proveedores.</p> <p>O5. Aumento en el consumo de productos y servicios socialmente responsables.</p>	<p>F5. O2. O4. Solicitar aporte económico a clientes y proveedores potenciales para el desarrollo de actividades de proyección social por medio de los colaboradores.</p> <p>F5. O2. O5. Dictar charlas dirigidas a la comunidad y colaboradores acerca de la importancia del cuidado medio ambiente y de ser socialmente responsable.</p> <p>F1. F5. O2. Involucrar al RH en la generación de ideas y toma de decisiones para las campañas de apoyo social.</p>	<p>D3. O2. O4. Ejecutar programas de proyección social dirigida a niños con escasos recursos, logrando el involucramiento de los directivos en las actividades de apoyo social.</p> <p>D2. D4. O5. Desarrollar actividades recreativas y de integración socialmente responsable para el personal, involucrando a todas las áreas y jefes.</p> <p>D5. O2. Realizar capacitaciones y entrenamientos mensuales para mejorar el desempeño de las funciones y responsabilidades en la empresa.</p> <p>D1. D6. O2. Permitir la promoción de los colaboradores, mediante sistemas de mérito y competencias, previamente conocido por ellos.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<p>A1. Surgimiento de nuevos competidores en el rubro de operadores logísticos.</p> <p>A2. Clientes pueden optar por operadores logísticos con tarifas más bajas a nivel local.</p> <p>A3. Empresas de la competencia que incrementan sus acciones de RSE interna y externa.</p> <p>A4. Clientes antiguos migran a otros operadores logísticos por mejores condiciones de infraestructura y servicio.</p>	<p>F3. A1. A2. Desarrollar programas para fidelizar y retener al cliente.</p>	<p>D3. A1. A3. Diseñar un manual con criterios de selección de proveedores tomando como base la responsabilidad social empresarial.</p>

Fuente: Elaboración propia mediante la revisión de información y resultados de instrumentos aplicados.

7.5. Población objetiva

La población objetiva está conformada por los grupos de interés que intervienen de manera interna y externa con la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, quienes serán beneficiados con estas iniciativas de RSE, cuyo propósito es promover la mayor identificación del recurso humano de la empresa.

7.6. Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial

Estrategia FO1: *Solicitar aporte económico a clientes y proveedores potenciales para el desarrollo de actividades de proyección social por medio de los colaboradores.*

a) Descripción de la estrategia

A través de esta estrategia se busca involucrar a los clientes y proveedores en el desarrollo de campañas de apoyo social a la comunidad vulnerable. La empresa Ransa Comercial S.A. Paita, actualmente viene desarrollando campañas de apoyo social a la comunidad, pero con recursos de los mismos trabajadores, los cuales muchas veces son mínimos y no se logra cumplir con los objetivos; el propósito de esta estrategia es que se reúnan los suficientes recursos para el desarrollo de estas actividades y lograr llevar bienestar a la sociedad en la cual la empresa desempeña sus labores, consiguiendo así la participación de todos.

b) Tácticas

- Identificar al personal apto para solicitar el aporte económico a los clientes y proveedores.
- Enviar vía e-mail el sustento de los aportes recibidos, asimismo adjuntar fotos que demuestren el desarrollo de las actividades, para así mantenerlos informados.
- Invitarlos a participar de estas campañas que se desean realizar, las cuales serían dos veces por año.
- Hacer charlas semestrales con los involucrados para gestionar y designar labores en el desarrollo de las actividades.

c) Programa estratégico

Cabe señalar que el aporte económico que se recaude a través de los clientes y proveedores, será de gran utilidad para el desarrollo de las campañas de ayuda social a la comunidad, estas campañas se realizarán para empezar dos veces por año, en los meses de agosto y diciembre, con el apoyo de todos los involucrados.

d) Responsable

- Jefa de RR. HH
- Jefes de Operaciones
- Personal

e) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	AGOSTO				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Identificar al personal apto para solicitar el aporte económico.								
Hacer charlas semestrales con los involucrados para gestionar y designar labores en el desarrollo de las actividades.								
Invitar a participar en las campañas a realizar dos veces por año (julio y diciembre)								
Enviar vía e-mail el sustento de los aportes recibidos, asimismo adjuntar fotos que demuestren el desarrollo de las actividades realizadas.								

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Papel A4	Paquete	02	S/. 20.00	S/. 40.00
Lapiceros	Caja	02	S/. 15.00	S/. 30.00
Impresiones a color	Und	50	S/. 1.00	S/. 50.00
Viáticos (pasajes-refrigerio)	Persona	3	S/. 20.00	S/. 60.00
Teléfono	Mes	12	S/. 35.00	S/. 420.00
Internet	Mes	12	S/. 45.00	S/. 540.00
Cartucho color	Und	02	S/. 50.00	S/. 100.00
TOTAL				S/. 1240.00

g) Viabilidad

Implementar la estrategia: Solicitar aporte económico a los clientes y principales proveedores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita es viable, puesto que los recursos financieros y humanos que se emplearán para su desarrollo están disponibles dentro de la empresa. Es importante tener en cuenta que al implementar esta estrategia se fomentará una mayor comunicación con los clientes y proveedores y también de los colaboradores, consiguiendo una plena satisfacción de todos los involucrados.

h) Mecanismos de control

Los indicadores que permitirán medir si la estrategia implementada se está desarrollando de manera adecuada en la empresa son los siguientes:

- Número de clientes que aportaron.
- Número de proveedores que aportaron.
- Número de participantes.
- Nivel de satisfacción.

Estrategia FO2: *Dictar charlas dirigidas a la comunidad y colaboradores acerca de la importancia del cuidado medio ambiente y de ser socialmente responsable.*

a) Descripción de la estrategia

Mediante esta estrategia se busca invitar a la población y a los colaboradores a participar en las charlas de concientización de RSE, con el fin inculcar el cambio y fomentar el interés de todos los involucrados al cuidado del medio ambiente.

b) Tácticas

- Seleccionar al personal idóneo para dictar las charlas de RSE.
- Fomentar las buenas relaciones con la sociedad.
- Invitar a la comunidad a las charlas, mediante publicidad.
- Seleccionar el lugar adecuado para el desarrollo de las charlas.
- Lograr que Ransa Comercial S.A. Paita sea reconocida como una empresa socialmente responsable.

c) Programa estratégico

La presente estrategia se llevará a cabo de manera semestral, para la cual primero se seleccionará el personal capacitado en temas relacionados con RSE y cuidado del medio ambiente para que brinde las charlas en base a un cronograma de actividades previamente seleccionadas.

d) Responsable

- Supervisor de seguridad y salud ocupacional.
- Supervisora de calidad
- Jefe de área

e) **Cronograma de actividades**

PERIODO ACTIVIDADES	AGOSTO				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Seleccionar al personal idóneo para dictar las charlas de RSE								
Invitar a la comunidad a las charlas, mediante publicidad.								
Seleccionar el lugar adecuado para el desarrollo de las charlas.								
Lograr que Ransa Comercial S.A. Paíta sea reconocida como una empresa socialmente responsable.								

f) **Presupuesto**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Papel A4	Millar	1	S/. 50.00	S/. 50.00
Lapiceros	Caja	03	S/. 15.00	S/. 45.00
Impresiones a color	Und	50	S/. 1.00	S/. 50.00
Viáticos	Persona	3	S/. 25.00	S/. 75.00
Merchandancing	Und	50	S/. 10.00	S/. 500.00
TOTAL				S/. 720.00

g) **Viabilidad**

Poner en práctica esta estrategia es viable, ya que los recursos que se necesitan para su ejecución están disponibles dentro de la empresa, en cuanto al recurso humano, también se encuentra disponible para su ejecución. Además, al ejecutar esta estrategia se conseguirá que la empresa tenga mayor interacción con la comunidad.

h) **Mecanismos de control**

Los indicadores que ayudarán a medir la estrategia implantada para corroborar si está obteniendo resultados positivos o negativos en la empresa son los siguientes:

- Nivel de satisfacción de la población en la cual se desarrollan las operaciones de la empresa.

- Concurrencia de asistencia a las charlas brindadas.
- Número de nuevos clientes.

Estrategia DO1: *Ejecutar programas de proyección social dirigido a niños con escasos recursos, logrando el involucramiento de los directivos en las actividades a desarrollar.*

a) Descripción de la estrategia

Actualmente la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, realiza esporádicamente programas de proyección social a comunidad de Paita, estos programas de ayuda social se realizan solo con colaboradores que pertenecen al área de almacén. Por tal, mediante esta estrategia se alcanzará la participación de todos los colaboradores de todas las áreas, asimismo la participación de gerencia, estas campañas de proyección social se realizarán dos veces al año con la participación de todos los involucrados.

Cabe señalar que mediante la aplicación de los instrumentos aplicados a los colaboradores de la empresa y mediante la entrevista a los jefes de área, se obtuvo como resultado que el 50.5% de los colaboradores está de acuerdo en participar en las campañas de apoyo social a la comunidad, de la misma manera lo jefes de área indicaron que estas campañas son importantes porque generan una política de bienestar a la sociedad, para así lograr su apoyo y confianza.

b) Tácticas

- Identificar las personas y el lugar que serán beneficiado con las campañas de proyección social.
- Seleccionar a los líderes de cada área.
- Convocar a los involucrados a reuniones periódicas para planificar acciones a realizar al desarrollo de las campañas de ayuda social.
- Dar a conocer el motivo de esta estrategia, invitando a todo el personal, mediante el slogan “no podemos hacerlo solos, juntos podemos lograr todo” ya que trabajar en equipo es el pilar de una organización comunitaria.
- Generar recursos propios o de terceros, ya sea dinero efectivo, donaciones, etc.

c) Programa estratégico

Los programas de proyección social se ejecutarán de manera semestral, en los meses de agosto y diciembre, pues es ahí donde los colaboradores indicaron estar disponibles económicamente. Así mismo, las actividades se desarrollarán mediante un cronograma de actividades los cuales deben ser puestos en práctica por todos los involucrados.

d) Responsable

- Jefa de RR. HH
- Colaboradores
- Jefes de área
- Jefe Zona Norte- Paíta

e) Cronograma de actividades

PERIODO ACTIVIDADES	AGOSTO				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Identificar las personas y el lugar que serán beneficiado con las campañas de proyección social.								
Seleccionar a los líderes de cada área.								
Convocar a los involucrados a reuniones periódicas para planificar acciones a realizar al desarrollo de las campañas de ayuda social.								
Dar a conocer el motivo de esta estrategia, invitando a todo el personal, mediante el slogan “no podemos hacerlo solos, juntos podemos lograr todo”								
Generar recursos propios o de terceros, ya sea dinero efectivo, donaciones, etc. (venta de viandas, rifas)								

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Viáticos	Persona	4	S/. 25.00	S/. 100.00
Pancarta	Und	1	S/.250.00	S/250.00
Polos	Und	25	S/. 15.00	S/. 375.00
Gastos proyección social	Und	2	S/. 800	S/. 1600.00
Impresiones y copias	Und	30	S/. 1.00	S/. 30.00
Refrigerio	Persona	50	S/. 5.00	S/. 250.00
TOTAL				S/.2605 .00

g) Viabilidad

Implementar la estrategia de ejecutar programas de proyección social a la comunidad es viable, ya que se observa que el recurso humano que se requiere está disponible dentro de la empresa, con respecto a los recursos financieros, estos son accesibles de conseguir mediante diferentes actividades que serán desarrolladas dentro de la empresa, ya sea mediante donaciones, venta de rifas, venta de viandas, etc. Además, al implementar esta estrategia se logrará que Ransa Comercial S.A. Paita, adquiera mayor cantidad de clientes y mejor posicionamiento en el mercado, debido a que, en la actualidad muchas personas prefieren adquirir productos o servicios de empresas socialmente responsables.

h) Mecanismos de control

Los indicadores que ayudarán a evaluar si la estrategia implementada está impactando de manera positiva para la empresa son los siguientes.

- Programas de proyección social ejecutados.
- Grado de participación del personal.
- Número de clientes nuevos.
- Nivel de frecuencia de actividades de ayuda social
- Reconocimientos al personal por su participación y esfuerzo en la ejecución de las actividades.

Estrategia DO2: *Desarrollar actividades recreativas y de integración para el personal, involucrando a todas las áreas y jefes.*

a) Descripción de la estrategia

Actualmente la empresa no realiza suficientes programas de recreación e integración del personal, y esto se vio reflejado en la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, donde el 62.3 % indicó que actualmente la empresa no desarrolla estos programas. Asimismo, el 85% indicó estar totalmente de acuerdo con que la empresa realice estas actividades. Mediante esta estrategia se logrará potenciar el compromiso del trabajador con la organización, logrando el cumplimiento de los objetivos de la organización; ya que estos programas de recreación e integración del personal son esenciales, permitiendo crear un clima laboral adecuado a fin de lograr una mayor productividad para la empresa.

b) Tácticas

- Estudio previo de necesidades de la empresa y perfil de cada colaborador.
- Fijar los objetivos que se deseen alcanzar con esta estrategia.
- Seleccionar a los líderes de cada área para el desarrollo y guía de la estrategia.
- Desarrollo de programas personalizados y de actividades recreativas a realizar.
- Programación de las actividades recreativas planificadas mediante el calendario.
- Comunicar al personal mediante e-mail, llamadas, afiches.

c) Programa estratégico

La presente estrategia se llevará a cabo dentro de la empresa, puesto que Ransa Comercial S.A. Paita posee instalaciones amplias para el desarrollo de estas actividades. Asimismo, se ejecutarán quincena de cada mes por medio de los involucrados siguiendo un cronograma de actividades.

d) Responsable

- Jefe zona Norte- Piura
- Jefa de Recursos Humanos
- Líderes del programa.

e) Cronograma de actividades

PERIODO ACTIVIDADES	AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio previo de necesidades de la empresa y perfil de cada colaborador.																				
Fijar los objetivos que se deseen alcanzar con esta estrategia.																				
Seleccionar a los líderes de cada área para el desarrollo y guía de la estrategia.																				
Desarrollo de programas personalizados y de actividades recreativas a realizar.																				
Programación de las actividades recreativas planificadas mediante el calendario.																				
Comunicar al personal mediante e-mail, llamadas, afiches.																				

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Hojas A4	S/. 40.00
Juegos didácticos	S/150.00
Souvenir	S/. 500.00
Refrigerios	S/. 500.00
Honorario Persona especializada.	S/. 500.00
Gastos varios	S/. 250.00
TOTAL	S/. 1440.00

g) Viabilidad

Desarrollar actividades recreativas y de integración para el personal ayudarán a que mejore la calidad de vida de los colaboradores, así mismo la empresa mejorará su productividad, ya que existirá un buen clima laboral.

La presente estrategia se considera viable, puesto que la empresa dispone de los recursos físicos, humanos y financieros para su ejecución.

h) Mecanismo de control

- Satisfacción laboral.
- Índice de estrés laboral.
- Índice de ausentismo laboral.
- Número de incidencias.
- Incremento en el nivel de renuncias del personal.

Estrategia DO3: *Realizar capacitaciones mensuales acerca de las labores que se desempeñan en la empresa.*

a) Descripción de la estrategia

Es necesario que la empresa Ransa Comercial S.A. Paita realice capacitaciones mensuales acerca de las labores que se desempeñan en la empresa, ya que estas son de suma importancia para disminuir errores ya sea de manera administrativa como operativamente. Según los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los colaboradores, solo el 39% considera que la empresa le ha capacitado en las labores que desempeña.

Por otro lado, la estrategia DO3 tiene como objetivo lograr que el personal se sienta identificado con la empresa, asimismo aumentará la confianza en sí mismo, eliminando los temores a la incompetencia o a la ignorancia individual. Con esta estrategia se pretende también capacitar al personal para que sirva como apoyo cuando el personal salga de vacaciones y no quede personal para la ejecución de sus labores, que es lo que está pasando actualmente en la empresa.

b) Tácticas

- Estudio previo de las labores que desempeña cada trabajador.
- Establecer un cronograma de capacitaciones según los temas de interés durante cada mes.
- Seleccionar al personal acto para el desarrollo de las capacitaciones.
- Reunir al personal mensualmente en la sala de reuniones indicándoles los temas a tratar.

c) Programa estratégico

La presente estrategia se llevará a cabo dentro de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, cada mes, para lo cual se designará personal capacitado con experiencia en el manejo de las actividades de desarrolla la empresa, estas capacitaciones se brindarán a todo el personal de cada área incluido los jefes de área.

d) Responsables

- Jefa de RR. HH
- Jefes de área
- Jefe zona norte- Paita

e) Cronograma de actividades

PERIODO ACTIVIDADES	AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio previo de las labores que desempeña cada trabajador.																				
Establecer un cronograma de capacitaciones según los temas de interés durante cada mes.																				
Seleccionar al personal acto para el desarrollo de las capacitaciones.																				
Reunir al personal mensualmente en la sala de reuniones indicándoles los temas a tratar.																				

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Hojas A4	S/. 50.00
Refrigerios	S/150.00
Impresiones y copias	S/. 50.00
Honorarios capacitadores	S/.250.00
Lapiceros	S/. 25.00
TOTAL	S/. 525.00

g) Viabilidad

Brindar capacitaciones a los colaboradores es muy importante para la organización, puesto que logrará que la empresa sea más competitiva en el mercado actual; al contar con personal capacitado y profesional para el desarrollo de las actividades de la empresa se reducirá el margen de error e insatisfacción de los clientes. La presente estrategia es viable, puesto que los recursos financieros que se necesitan para su ejecución están disponibles para la organización, asimismo los recursos humanos y físicos que se requieren son accesibles de conseguir.

h) Mecanismos de control

Los indicadores que permitirán medir si la estrategia implementada se está desarrollando de manera adecuada y está afectando positivamente a la empresa son los siguientes:

- Margen de error en servicios brindados.
- Número de clientes satisfechos.
- Satisfacción laboral
- Rotación de personal.
- Número de capacitaciones brindadas.

Estrategia DO4: *Permitir la promoción de los colaboradores, mediante sistemas de mérito.*

a) Descripción de la estrategia

Actualmente la empresa Ransa Comercial S.A. Paita no realiza promoción a los colaboradores ni brinda incentivos como resultado de su buen desempeño, esto se refleja en la encuesta realizada donde el 39.4% considera estar en desacuerdo que la empresa les brinde incentivos de tipo financiero y no financiero, asimismo, el 56.9% indicó estar totalmente de acuerdo en que les gustaría recibir estos tipos de incentivos en merito a su buen desempeño día a día en la organización. Asimismo, mediante esta estrategia se logrará mantener al recurso humano satisfecho y la empresa incrementará su productividad.

b) Tácticas

- Estudio previo de las labores que desempeña cada trabajador.
- Cronograma de evaluaciones de desempeño al personal.
- Evaluación previa de las necesidades del personal.
- Diseñar un plan de incentivos para el personal.
- Definir un presupuesto para la puesta en marcha de esta estrategia.
- Comunicar al personal acerca del plan de incentivos a ejecutar.

c) Programa estratégico

Esta estrategia se ejecutará dentro de las instalaciones de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, los meses de agosto y diciembre, dos veces por año, previa evaluación y diseño de un plan de incentivos para su ejecución, el cual será brindado a todos los colaboradores de la empresa.

d) Responsable

- Jefa de RR. HH
- Jefe de áreas
- Je zona norte. Paita

e) **Cronograma de actividades**

ACTIVIDADES	AGOSTO				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Definir un presupuesto para la puesta en marcha de esta estrategia.								
Diseñar un plan de incentivos para el personal.								
Comunicar al personal acerca del plan de incentivos a ejecutar.								
Estudio previo de las labores que desempeña cada trabajador.								
Evaluación previa de las necesidades del personal.								
Cronograma de evaluaciones de desempeño al personal.								

f) **Presupuesto**

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Hojas A4	S/. 50.00
Diplomas	S/350.00
Diseño de plan de incentivos	S/. 400.00
Souvenir	S/.250.00
TOTAL	S/. 1050.00

g) **Viabilidad**

La estrategia: Permitir la promoción de los colaboradores mediante sistemas de mérito, ayudarán a que la empresa sea socialmente responsable de manera interna, al lograr que los colaboradores se sientan motivados y mejoren su desempeño, asimismo, se logrará la fidelización del trabajador y por ende su retención en la empresa. Es viable ya que los recursos financieros, físicos y humanos que se necesitan para la ejecución de la presente estrategia son accesibles de conseguir para la empresa.

h) Mecanismos de control

- Nivel de satisfacción del colaborador.
- Incremento de productividad.
- Número de incidencias.
- Nivel de reclamos por parte de los clientes.
- Aumento de eficiencia

Estrategia FA: *Desarrollar programas para fidelizar y retener al cliente.*

a) Descripción de la estrategia

A través de esta estrategia se busca fidelizar y retener a los clientes con los cuales cuenta la empresa Ransa Comercial S.A. Paíta, todo esto mediante diferentes programas, ya sea brindando un servicio de calidad, reestructura de tarifas, mejora en atención y reducción de tiempos en los procesos de atención. Es importante que se desarrollen estos programas ya que actualmente existe mucha competencia y muchos de los clientes prefieren irse con la competencia.

b) Tácticas

- Diseñar un plan de actividades para fidelizar al cliente.
- Hacer una comparación de tarifas acorde a la competencia.
- Evaluar los principales reclamos recibidos durante un mes.
- Evaluar los procesos actuales para su mejora.
- Brindar charlas al personal respecto a Modo C.
- Evaluar cartera de proveedores.

c) Programa estratégico

La presente estrategia se llevará a cabo durante todo el año, ya que actualmente existe mucha competencia en mismo rubro y dentro de la misma ciudad donde opera la empresa Ransa Comercial S.A. Paíta. Mediante esta estrategia se diseñarán diferentes actividades que se desarrollarán con el único fin de lograr fidelizar y retener a los clientes actuales; asimismo, mediante las diferentes tácticas indicadas anteriormente.

d) Responsable

- Jefe Zona Norte. Paita
- Jefe comercial
- Supervisor de operaciones

e) Cronograma de actividades

PERIODO ACTIVIDADES	AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseñar un plan de actividades para fidelizar al cliente.																				
Hacer una comparación de tarifas acorde a la competencia.																				
Evaluar los principales reclamos recibidos durante un mes.																				
Evaluar los procesos actuales para su mejora.																				
Brindar charlas al personal respecto a Modo C.																				
Evaluar cartera de proveedores.																				

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Hojas A4	S/. 50.00
Diseño de plan de actividades de fidelización	S/300.00
Souvenir	S/. 200.00
Viáticos	S/.180.00
Refrigerios	S/. 150.00
TOTAL	S/.880 .00

g) Viabilidad

Implementar la estrategia de diseñar programas para fidelizar al cliente es viable, puesto que la empresa Ransa Comercial S.A. Paita cuenta con los recursos financieros que se requieren para su ejecución, de la misma manera los recursos físicos y humanos que se requieren son accesibles. Además, al implementar esta

estrategia la empresa logrará satisfacer y retener a sus potenciales clientes obteniendo beneficios positivos para la empresa.

h) Mecanismos de control

Los indicadores que ayudarán a medir si la estrategia implementada está respondiendo de manera positiva para la empresa son los siguientes:

- Nivel de satisfacción del cliente
- Porcentaje de fuga de clientes
- Nivel de respuesta en los reclamos
- Número de clientes nuevos

Estrategia DA: *Diseñar un manual con criterios de selección de proveedores tomando como base la responsabilidad social empresarial.*

a) Descripción de estrategia

La presente estrategia logrará que la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, mediante su manual de criterios de selección logre trabajar con proveedores que desarrollen prácticas socialmente responsables, lo cual ayudará a que la empresa brinde un servicio de calidad a sus clientes. Algunos de los criterios de selección que tendrá en cuenta la empresa son los siguientes:

- Exigir el cumplimiento de planes de RSE y cumplimientos de políticas.
- Contar con estándares de calidad.
- Evaluación en de los proveedores en calidad de recursos humanos.
- Verificar que el proveedor no genere impactos ambientales.
- Contar con más de tres años en el mercado.
- Requisito indispensable que se encuentre homologado.
- Evaluar el nivel de especialización de sus colaboradores.

b) Tácticas

- Elegir a la persona responsable de diseñar el manual de selección de proveedores.
- Hacer una evaluación de los proveedores actuales.
- Diseñar formalmente criterios de selección de proveedores.

- Comunicar y capacitar a todo el personal a cargo de la contratación de proveedores.

c) Programa estratégico

El proceso de diseño del manual de criterios de selección de proveedores se desarrollará en los meses de setiembre y diciembre, a través del jefe de logística con supervisión del jefe de zona norte Paita. Estos criterios de selección se pondrán en práctica mediante un cronograma de actividades en los meses indicados.

d) Responsable

- Jefe zona norte Paita
- Jefe logística
- Jefa del área de pago de proveedores

e) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SETIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Elegir a la persona responsable de diseñar el manual de selección de proveedores.								
Hacer una evaluación de los proveedores actuales.								
Diseñar formalmente criterios de selección de proveedores.								
Comunicar y capacitar a todo el personal a cargo de la contratación de proveedores.								

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Hojas A4	S/. 30.00
Diseño de manual de criterios de selección	S/350.00
Lapiceros	S/.15.00
Refrigerios	S/. 90.00
TOTAL	S/.485 .00

g) Viabilidad

Diseñar e implementar estos criterios de selección de proveedores socialmente responsables es muy importante para la empresa ya que los proveedores son una pieza clave para el desarrollo de sus actividades, es así que la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, logrará conocer, verificar y monitorear el desempeño responsable de todas las empresas que contratará para el desarrollo de sus servicios. Cabe mencionar que esta estrategia es viable ya que la empresa cuenta con los recursos financieros que se requieren para su ejecución, asimismo, los recursos humanos y físicos son accesibles de conseguir.

h) Mecanismos de control

Los indicadores que permitirán medir si la estrategia está obteniendo resultados positivos para la empresa Ransa Comercial S.A. Paita son los siguientes:

- Nivel de cumplimiento en tiempo de desarrollo de los servicios.
- Nivel de responsabilidad social
- Nivel de comunicación empresa – proveedor
- Satisfacción del cliente

7.7. Resumen de estrategias

ESTRATEGIAS FODA	COSTO TOTAL
<i>Solicitar aporte económico a clientes y proveedores potenciales para el desarrollo de actividades de proyección social por medio de los colaboradores.</i>	S/. 1240.00
<i>Dictar charlas dirigidas a la comunidad y colaboradores acerca de la importancia del cuidado medio ambiente y de ser socialmente responsable.</i>	S/. 720.00
<i>Ejecutar programas de proyección social dirigido a niños con escasos recursos, logrando el involucramiento de los directivos en las actividades a desarrollar.</i>	S/. 2605.00
<i>Desarrollar actividades recreativas y de integración para el personal, involucrando a todas las áreas y jefes.</i>	S/. 1440.00
<i>Realizar capacitaciones mensuales acerca de las labores que se desempeñan en la empresa.</i>	S/. 525.00
<i>Permitir la promoción de los colaboradores, mediante sistemas de mérito.</i>	S/. 1050.00
<i>Desarrollar programas para fidelizar y retener al cliente.</i>	S/. 880.00
<i>Diseñar un manual con criterios de selección de proveedores tomando como base la responsabilidad social empresarial.</i>	S/. 485.00
TOTAL	S/. 8945.00

La inversión total para la aplicación de estrategias es de Soles (S/.8945.00)

7.8. Evaluación Costo – Efectividad

Para la puesta en marcha de las estrategias planteadas que direccionen a una empresa socialmente responsable, se requiere de una inversión de S/. 8945.00 soles, dinero que será manejado mediante una gestión adecuada, involucrando a los altos directivos de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita para su ejecución. Estas estrategias mencionadas tendrán un beneficio en un corto, mediano y largo plazo. Asimismo, los buenos resultados impactarán directamente a los colaboradores de manera interna y a la población y proveedores de manera externa.

REFERENCIAS

- Cruz, C. (2015). *Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Productora Andina de Congelados S.R.L. Sullana, año 2015. (Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias Administrativas). Universidad Alas Peruanas, filial Piura. Perú.*
- Chiavenato, E. (2016) *Administración de Recursos Humanos. Novena edición, Río de Janeiro, Brasil: Editoria Elsevier Ltda.*
- Chico, Racca y Maris (2013) *La Responsabilidad bien entendida empieza por casa, Argentina: Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial.*
- Fernández, M (2016). *Responsabilidad Social Corporativa Estratégica de los Recursos Humanos basada en el alto compromiso y resultados organizativos: un modelo integrador. (Tesis presentada para optar el grado de Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales) Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de.*
<https://eprints.ucm.es/40615/>
- Fernández, R. (2014) *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa, Madrid, España: By Thomson Editores.*
- Gómez y Correa (2012) *Logística inversa, un enfoque con responsabilidad social empresarial. Article Universidad Nacional de Colombia. Colombia*
https://www.researchgate.net/publication/254400152_Logistica_inversa_un_enfoque_con_responsabilidad_social_empresarial

- Hernao, J (2014). *La Responsabilidad Social como estrategia de Gestión de la Organización Pranha S.A. (Tesis presentada para optar el título de Magister en Administración) Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/12095/1/7711507.2013.pdf>.*
- Herrera, L (2015). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva en los Hoteles de cuatro estrellas de la cabecera Departamental de Huehuetemango-Guatemala. (Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas) Universidad Rafael Landívar de Guatemala. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Lopez-Ligia.pdf>.*
- Hernández y Morales (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca. (Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciado en International Business) Universidad San Ignacio de Loyola de la ciudad de Lima. Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2676/1/2017_Hernandez_La_responsabilidad_social_empresarial.pdf.*
- Herrera, F (2015) *Beneficios del marketing social en las empresas y la sociedad. Roastbrief University.*
- <https://www.roastbrief.com.mx/2015/03/beneficios-del-marketing-social-en-las-empresas-y-la-sociedad/>
- Kotler, P & Armstrong, G. (2012). *Marketing. (14° ed.). México: Pearson Educación.*
- León, S (2017). *Propuesta de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para orientar la gestión de la empresa Fisholg E hijos S.A.C. Paíta. (Tesis presentada para obtener el título profesional de Licenciado en Administración) Universidad César Vallejo de Piura.*

- Maravi, A (2014) *Responsabilidad Social Empresarial*, Lima, Perú: Fondo Editorial.
- Montoya y Martínez (2012) *Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales*, México: Editorial Rood Consultoría, comunicación y rp.
- Moreno, Uriarte y Topa, (2012). *La Responsabilidad Social Empresarial: Oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos*. Ediciones pirámide. Madrid.
- Niño de Guzmán, Juan (2015). *Influencia de los valores personales en el comportamiento hacia la Responsabilidad Social de los profesionales adventistas*. (Tesis presentada para optar el grado académico de Doctor en Administración) Universidad Inca Garcilaso de la Vega de la ciudad de Lima, Perú.
Recuperado de
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/460>.
- Ortiz, P (2013). *Responsabilidad Social Empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX*. (Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas) Universidad Pontificia Javeriana de la ciudad de Bogotá – Colombia. Recuperado de
<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis242.pdf>.
- Regalado, Alpaca, Baca (2014) *Endomárketing: Estrategias de relación con el Cliente Interno*, Lima – Perú, Esan Ediciones primera edición.
- Robbins y Judge (2013) *Comportamiento Organizacional*, México: By Pearson Educación Editorial.
- Rusca, A (2015) *Logística y Responsabilidad Social Empresarial*. By Escuela de Postgrado de la Universidad San Ignacio de Loyola y de la Escuela de Comercio Exterior de ADEX. Lima. Perú.
<https://peru.corresponsables.com/actualidad/logistica-y-responsabilidad-social-empresarial>

- Santillán, T (2014). *Influencia de las acciones de Responsabilidad Social interna de la empresa Don Pollo SAC en el bienestar de los trabajadores en el periodo setiembre 2012. (Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciado en Trabajo Social) Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/4278>*
- Sánchez y Gallardo (2013) *Responsabilidad Social de la A la Z, Universidad de Málaga, España.: Grupo Eumed.net.*
- Shimabuku, M (2014). *Estrategias de Responsabilidad Social orientadas a la promoción y cuidado de la Bahía de Paita. (Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciada en Administración) Universidad César Vallejo, Piura. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/>*
- Torres, O (2017). *Análisis de las Tendencias en la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas industriales privadas líderes de Colombia, según Merco y Great Place to Work, durante los años 2010 a 2016. (Tesis presentada para optar el título de Magister en Administración de Organizaciones) Universidad Nacional abierta y a distancia UNAD, Colombia. Recuperado de <https://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/13491/1/10300265.pdf>.*
- Vivas, G (2010) *Satisfacción del cliente, Buenos Aires, Argentina: By Universidad Belgrano.*
- Vargas, L (2016) *Logística con Responsabilidad Social. Bogotá. Colombia. Recuperado de <https://revistadelogistica.com/actualidad/4871/>*

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

“Responsabilidad Social Empresarial para Lograr la Mayor Identificación de los Clientes Internos de la Empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.

TEMA	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
<p>“Responsabilidad Social Empresarial para Lograr la Mayor Identificación de los Clientes Internos de la Empresa Ransa Comercial S.A. Paita – 2019”</p>	<p>Problema General:</p> <p>¿Qué estrategias de Responsabilidad Social Empresarial son necesarias para promover la mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué prácticas de Responsabilidad Social Interna se llevan a cabo en la empresa Ransa Comercial S.A. Paita – 2019? - ¿Cómo se ejecuta la Responsabilidad Social Externa en la empresa Ransa Comercial S.A. Paita – 2019? - ¿Qué lazos económicos y legales existen con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita – 2019? - ¿Cómo se gestionan los lazos estructurales y de servicios con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2019? - ¿Qué lazos emocionales se promueven con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. – Paita 2019? 	<p>Objetivo General:</p> <p>Proponer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para promover la mayor identificación de los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las prácticas de Responsabilidad Social Interna de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2019. - Establecer las prácticas de Responsabilidad Social Externa de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2019. - Determinar los lazos económicos y legales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2019. - Reconocer los lazos estructurales y de servicios con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2019. - Establecer los lazos emocionales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2019. 	<p>Tipo de Estudio</p> <p>Por su Finalidad:</p> <p>Aplicada</p> <p>Por su Nivel:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Por su Diseño</p> <p>No experimental Transversal</p> <p>Enfoque</p> <p>(Mixto)</p> <p>Población</p> <p>Colaboradores de la Empresa Ransa Comercial S.A., Paita</p> <p>Muestra</p> <p>108 colaboradores de Ransa Comercial S.A., Paita</p>

Anexo 2: Esquema del cuestionario



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

N° _____

Encuesta a Trabajadores

Señor (a): La aplicación de este cuestionario tiene como objetivo recoger información acerca de la Responsabilidad Social Empresarial que brinda la empresa, asimismo este cuestionario es de carácter anónimo.

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

Escala de medición consta:

(5) TOTALMENTE DE ACUERDO - (4) DE ACUERDO - (3) INDECISO - (2) EN DESACUERDO - (1) TOTALMENTE EN DESACUERDO

V.1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

ITEM		5	4	3	2	1
D1. RESPONSABILIDAD INTERNA						
1.	Considera que la empresa realiza suficientes programas de integración y recreación para el personal.					
2.	Le gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación.					
3.	La empresa le capacita a Usted en temas relacionados a las labores que desempeña.					
4.	La empresa brinda incentivos laborales a sus colaboradores.					
5.	Le gustaría recibir incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral.					
6.	Prefiere los incentivos financieros(dinero) en lugar de los incentivos no financieros (reconocimientos diplomas, descanso)					
7.	Su área de trabajo presenta las medidas de seguridad y salud necesarias para su desempeño.					
8.	La empresa le brinda los equipos de protección personal necesarios para su seguridad.					
9.	Considera Usted que son necesarias e importantes las capacitaciones en buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional.					
10.	La empresa brinda capacitaciones acerca de las prácticas de seguridad y salud ocupacional.					
D.2. RESPONSABILIDAD EXTERNA						
11.	La empresa participa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente.					
12.	La empresa participa activamente en campañas de apoyo social a la comunidad.					

13.	Le gustaría participar en las campañas de apoyo social a la comunidad.					
14.	Considera Usted que el cliente es importante para la empresa.					
15.	Cree Usted que los servicios que brinda la empresa satisfacen las necesidades de sus clientes.					
16.	Considera que la empresa brinda una buena atención a sus clientes.					
17.	La empresa tiene buenas prácticas para fidelizar a los clientes.					
V.2. CLIENTE INTERNO						
ITEM		5	4	3	2	1
D.1. LAZOS ECONÓMICOS Y LEGALES.						
18.	Considera Usted que el salario que percibe es acorde y justo al trabajo que realiza.					
19.	El sueldo que percibe satisface sus necesidades.					
20.	La empresa cumple con las leyes laborales.					
21.	Considera que las utilidades se distribuyen de acuerdo a ley.					
22.	Las remuneraciones salariales son puntuales.					
23.	Los beneficios que percibe se pagan puntualmente.					
D.2. LAZOS ESTRUCTURALES Y DE SERVICIO.						
24.	La empresa le brinda financiamiento para estudios.					
25.	Le gustaría que la empresa le brinde beneficios o facilidades para su superación profesional.					
D.3. LAZOS EMOCIONALES						
26.	La empresa ofrece línea de carrera.					
27.	Se identifica con la empresa Ransa Comercial S.A. y con el logro de sus objetivos.					
28.	En los últimos siete días ha recibido reconocimientos o elogios por hacer un buen trabajo.					
29.	El supervisor directo se preocupa por sus problemas laborales y personales.					
30.	Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta.					
31.	Existe buena relación entre sus compañeros de área.					
32.	Considera que la comunicación entre los miembros de su área es fluida.					
33.	Recibo en forma oportuna la información que requiero para desarrollar mi trabajo.					
34.	Se comunica asertivamente con su jefe directo.					

Anexo 3: Tablas de Resumen por variables y ítems.

Tabla 8. Concordancia con los aspectos relacionados a la variable responsabilidad social de la empresa Ransa Comercial S.A.

Aspectos (n=109)	Totalmente en		En				Totalmente de			
	desacuerdo		desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
1. Considera que la empresa realiza suficientes programas de integración y recreación para el personal.	20	18,3%	28	25,7%	20	18,3%	32	29,4%	9	8,3%
2. Le gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación.	8	7,3%	6	5,5%	2	1,8%	48	44,0%	45	41,3%
3. La empresa le capacita a Usted en temas relacionados a las labores que desempeña.	14	12,8%	23	21,1%	15	13,8%	43	39,4%	14	12,8%
4. La empresa brinda incentivos laborales a sus colaboradores.	18	16,5%	43	39,4%	22	20,2%	21	19,3%	5	4,6%
5. Le gustaría recibir incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral.	7	6,4%	8	7,3%	5	4,6%	27	24,8%	62	56,9%
6. Prefiere los incentivos financieros(dinero) en lugar de los incentivos no financieros (reconocimientos diplomas, descanso)	3	2,8%	6	5,5%	15	13,8%	40	36,7%	45	41,3%
7. Su área de trabajo presenta las medidas de seguridad y salud necesarias para su desempeño.	3	2,8%	18	16,5%	14	12,8%	57	52,3%	17	15,6%
8. La empresa le brinda los equipos de protección personal necesarios para su seguridad.	8	7,3%	17	15,6%	5	4,6%	53	48,6%	26	23,9%
9. Considera Usted que son necesarias e importantes las capacitaciones en buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional.	10	9,2%	6	5,5%	1	0,9%	27	24,8%	65	59,6%
10. La empresa brinda capacitaciones acerca de las prácticas de seguridad y salud ocupacional.	4	3,7%	17	15,6%	16	14,7%	49	45,0%	23	21,1%
11. La empresa participa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente.	7	6,4%	20	18,3%	41	37,6%	38	34,9%	3	2,8%
12. La empresa participa activamente en campañas de apoyo social a la comunidad.	6	5,5%	18	16,5%	41	37,6%	37	33,9%	7	6,4%
13. Le gustaría participar en las campañas de apoyo social a la comunidad.	5	4,6%	11	10,1%	11	10,1%	55	50,5%	27	24,8%
14. Considera Usted que el cliente es importante para la empresa.	10	9,2%	4	3,7%	5	4,6%	30	27,5%	60	55,0%
15. Cree Usted que los servicios que brinda la empresa satisfacen las necesidades de sus clientes.	5	4,6%	15	13,8%	24	22,0%	47	43,1%	18	16,5%
16. Considera que la empresa brinda una buena atención a sus clientes.	6	5,5%	18	16,5%	19	17,4%	50	45,9%	16	14,7%
17. La empresa tiene buenas prácticas para fidelizar a los clientes.	6	5,5%	17	15,6%	27	24,8%	53	48,6%	6	5,5%

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

Tabla 9. De concordancia con los aspectos relacionados a la variable cliente interno de la empresa Ransa Comercial S.A.

Aspectos (n=109)	Totalmente en		En				Totalmente de			
	desacuerdo		desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
18. Considera Usted que el salario que percibe es acorde y justo al trabajo que realiza.	20	18,3%	47	43,1%	19	17,4%	20	18,3%	3	2,8%
19. El sueldo que percibe satisface sus necesidades.	20	18,3%	50	45,9%	22	20,2%	10	9,2%	7	6,4%
20. La empresa cumple con las leyes laborales.	6	5,5%	13	11,9%	18	16,5%	49	45,0%	23	21,1%
21. Considera que las utilidades se distribuyen de acuerdo a ley.	49	45,0%	27	24,8%	16	14,7%	6	5,5%	11	10,1%
22. Las remuneraciones salariales son puntuales.	9	8,3%	8	7,3%	9	8,3%	49	45,0%	34	31,2%
23. Los beneficios que percibe se pagan puntualmente.	10	9,2%	6	5,5%	10	9,2%	50	45,9%	33	30,3%
24. La empresa le brinda financiamiento para estudios.	31	28,4%	37	33,9%	21	19,3%	11	10,1%	9	8,3%
25. Le gustaría que la empresa le brinde beneficios o facilidades para su superación profesional.	8	7,3%	9	8,3%	3	2,8%	31	28,4%	58	53,2%
26. La empresa ofrece línea de carrera.	26	23,9%	40	36,7%	26	23,9%	13	11,9%	4	3,7%
27. Se identifica con la empresa Ransa Comercial S.A. y con el logro de sus objetivos.	8	7,3%	14	12,8%	21	19,3%	56	51,4%	10	9,2%
28. En los últimos siete días ha recibido reconocimientos o elogios por hacer un buen trabajo.	24	22,0%	47	43,1%	16	14,7%	17	15,6%	5	4,6%
29. El supervisor directo se preocupa por sus problemas laborales y personales.	14	12,8%	21	19,3%	32	29,4%	38	34,9%	4	3,7%
30. Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta.	10	9,2%	15	13,8%	34	31,2%	43	39,4%	7	6,4%
31. Existe buena relación entre sus compañeros de área.	4	3,7%	12	11,0%	11	10,1%	60	55,0%	22	20,2%
32. Considera que la comunicación entre los miembros de su área es fluida.	3	2,8%	12	11,0%	18	16,5%	58	53,2%	18	16,5%
33. Recibo en forma oportuna la información que requiero para desarrollar mi trabajo.	5	4,6%	16	14,7%	23	21,1%	53	48,6%	12	11,0%
34. Se comunica asertivamente con su jefe directo.	6	5,5%	19	17,4%	22	20,2%	51	46,8%	11	10,1%

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

**INFORME DE RESULTADOS DEL CUESTIONARIO APLICADO A
LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA RANSA COMERCIAL S.A
PAITA.**

Con respecto a la primera variable, Responsabilidad Social Empresarial, de detalla lo siguiente:

Aspectos (n=109)	Totalmente en		En				Totalmente de			
	desacuerdo		desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
1. Considera que la empresa realiza suficientes programas de integración y recreación para el personal.	20	18,3%	28	25,7%	20	18,3%	32	29,4%	9	8,3%
2. Le gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación.	8	7,3%	6	5,5%	2	1,8%	48	44,0%	45	41,3%

En el ítem n° 1, se evidencia según los resultados que los colaboradores consideran estar de acuerdo y totalmente de acuerdo que la empresa realiza suficientes programas de integración y recreación para el personal con un porcentaje de 37.7 %, sin embargo, existe un 62.3% que muestra estar indeciso y totalmente en desacuerdo que la empresa brinde suficientes programas de integración y recreación laboral. En este punto es vital mejorar puesto que, estas actividades que se realizan dentro de la organización en los tiempos libres son muy importantes, brindando el disfrute de los colaboradores, lo que conseguirá la plena satisfacción e identificación de los colaboradores con la empresa, también ayudan a que los colaboradores se relajen de la rutina diaria de trabajo. De igual manera para el ítem n| 2, se evidencia que a los colaboradores les gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación, ya que actualmente son escasas, es así que el 85.3 % indicó estar de acuerdo y totalmente de acuerdo.

De no tomar las medidas respectivas, se corre el riesgo de que falta de estos programas de integración y recreación generen la desmotivación, la falta de atención a las tareas laborales y por ende el ausentismo y fuga de talento.

Aspectos (n=109)	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo				De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
	3. La empresa le capacita a Usted en temas relacionados a las labores que desempeña.	14	12,8%	23	21,1%	15	13,8%	43	39,4%	14

Referente al ítem n 3, los resultados muestran que el 52.2 % indica estar de acuerdo y totalmente de acuerdo que la empresa les capacite en temas relacionados a las labores que desempeña, sin embargo, el 47.7 % indica estar en desacuerdo, indeciso y totalmente en desacuerdo que la empresa les capacite, pues la empresa cuenta con pocos programas de capacitación a los colaboradores, lo que sería bueno en efecto a la necesidad de mejora para el buen desempeño de sus labores. A pesar de que más del 50% indique estar recibiendo capacitaciones, sería importante llegar al cien por ciento, para así lograr un beneficio común tanto para la empresa como para el trabajador, logrando ser más competitiva en el mercado actual.

Aspectos (n=109)	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo				De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
	4. La empresa brinda incentivos laborales a sus colaboradores.	18	16,5%	43	39,4%	22	20,2%	21	19,3%	5
5. Le gustaría recibir incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral.	7	6,4%	8	7,3%	5	4,6%	27	24,8%	62	56,9%
6. Prefiere los incentivos financieros(dinero) en lugar de los incentivos no financieros (reconocimientos diplomas, descanso)	3	2,8%	6	5,5%	15	13,8%	40	36,7%	45	41,3%

Referente a los ítems n° 4,5 y 6, los resultados muestran que el 76.1 % indica que la empresa no brinda incentivos laborales a sus colaboradores. Existe solo un 23.9 % que considera lo contrario, es decir estar de acuerdo que la empresa si les brinda incentivos laborales. Asimismo, el 81.7 % indicó que, les gustaría recibir incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral y están totalmente de acuerdo (78%) que estos sean incentivos financieros en lugar de los no financieros. En este punto, es vital mejorar, pues estos tipos de retribuciones influyen positivamente en la vida laboral, pero siempre y cuando esta sea justa y equitativa.

Aspectos (n=109)	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo				Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
	7. Su área de trabajo presenta las medidas de seguridad y salud necesarias para su desempeño.	3	2,8%	18	16,5%	14	12,8%	57	52,3%	17	15,6%	
8. La empresa le brinda los equipos de protección personal necesarios para su seguridad.	8	7,3%	17	15,6%	5	4,6%	53	48,6%	26	23,9%		
9. Considera Usted que son necesarias e importantes las capacitaciones en buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional.	10	9,2%	6	5,5%	1	0,9%	27	24,8%	65	59,6%		
10. La empresa brinda capacitaciones acerca de las prácticas de seguridad y salud ocupacional.	4	3,7%	17	15,6%	16	14,7%	49	45,0%	23	21,1%		

En cuanto a los ítems 7,8,9 y 10, los resultados muestran lo siguiente: El 67.9% indica estar totalmente de acuerdo y de acuerdo que su área de trabajo presenta las medidas de seguridad y salud necesarias para su buen desempeño, Por lo contrario, el 32.1% indica estar indeciso, y en desacuerdo que su área de trabajo presente las medidas de seguridad y salud necesarias. A pesar de que los resultados se muestran bastante bien, aún se debería mejorar, para así evitar condiciones de trabajo inseguras que puedan provocar accidentes, enfermedades y lesiones graves, o en el peor de los casos puede causar la muerte del colaborador.

Aspectos (n=109)	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo				Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
	11. La empresa participa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente.	7	6,4%	20	18,3%	41	37,6%	38	34,9%	3	2,8%	
12. La empresa participa activamente en campañas de apoyo social a la comunidad.	6	5,5%	18	16,5%	41	37,6%	37	33,9%	7	6,4%		
13. Le gustaría participar en las campañas de apoyo social a la comunidad.	5	4,6%	11	10,1%	11	10,1%	55	50,5%	27	24,8%		


En cuanto a los ítems 11,12 y 13, los resultados indican que el 50% de los colaboradores muestran estar de acuerdo en participar en las campañas de apoyo social a la comunidad. Respecto a que, si la empresa participa activamente en campañas de apoyo social y acciones voluntarias del cuidado del medio ambiente, mostraron estar indecisos, puesto que no tienen conocimiento de su participación. Es importante generar una apolítica de bienestar a la sociedad, para lograr su apoyo y confianza. Estas actividades que se realizan

desinteresadamente fuera de la empresa en conjunto con los colaboradores, permiten alcanzar un mejor clima laboral y ayuda a que la sociedad sienta el apoyo e interés de la empresa.

Aspectos (n=109)	Totalmente en		En				Totalmente de			
	desacuerdo		desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
14. Considera Usted que el cliente es importante para la empresa.	10	9,2%	4	3,7%	5	4,6%	30	27,5%	60	55,0%
15. Cree Usted que los servicios que brinda la empresa satisfacen las necesidades de sus clientes.	5	4,6%	15	13,8%	24	22,0%	47	43,1%	18	16,5%
16. Considera que la empresa brinda una buena atención a sus clientes.	6	5,5%	18	16,5%	19	17,4%	50	45,9%	16	14,7%
17. La empresa tiene buenas prácticas para fidelizar a los clientes.	6	5,5%	17	15,6%	27	24,8%	53	48,6%	6	5,5%

Se muestra respecto a los Ítems 14,15,16 y 17, con un promedio de 55%, donde los colaboradores indicaron estar totalmente de acuerdo que el cliente es importante para la empresa, es así que Ransa Comercial. S.A brinda buenas prácticas de RSE para fidelizar a sus clientes.

Anexo 4: Formato de Entrevista Ransa Comercial S.A. Paita

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
GUÍA DE ENTREVISTA APLICADA A LA JEFA DE TRANSPORTE - EMPRESA RANSA COMERCIAL S.A. PAITA	
V1.- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	
D1.- RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA	
1.-	¿Considera Ud. ¿Que son importantes las actividades de integración y recreación del personal?
Es importante porque garantiza a la organización un equipo de trabajo motivado, feliz, saludable propiciando un entorno laboral favorable.	
2.-	¿Cuentan con programas de capacitación para los trabajadores?
Contamos con Programas de Capacitación Interna y descuentos en entidades educativas.	
3.-	¿Considera Ud. necesarias las prácticas de Seguridad y Salud Ocupacional para el personal?
Es importante porque ayuda a mejorar las condiciones laborales, a reducir siniestralidad, evitando de esta manera el ausentismo laboral, lo cual redundará en tiempo productivo para la empresa.	
D2.- RESPONSABILIDAD SOCIAL EXTERNA	
4.-	¿La empresa participa voluntariamente en acciones del cuidado del medio ambiente?
En el eje ambiental, hemos avanzando acorde a la exigencia global y asumiendo nuestro compromiso con el cambio climático. Ransa se ha consolidado como el primer operador logístico en llevar a cabo la medición de la Huella de Carbono. Con esta iniciativa nos anticipamos a los cambios legislativos que se desarrollan en el Perú debido a los acuerdos desarrollados por la COP20 y nos permite entregar servicios con mayor valor agregado, disminuyendo los impactos propios del negocio.	
5.-	¿Considera importante las acciones de apoyo social a la comunidad que actualmente se realizan?
Son importantes porque de esta manera contribuimos a la transformación positiva de nuestras comunidades aledañas, con programas que buscan incentivar la seguridad vial, el emprendimiento y el voluntariado corporativo.	
6.-	¿Cree Ud. ¿Que el cliente es lo más importante de la empresa?
Por supuesto. Una empresa funciona en base a los clientes.	
V2.- CLIENTE INTERNO	
D1.- LAZOS ECONÓMICOS Y LEGALES	
7.-	¿Considera Ud. ¿Que los salarios que se brindan en la empresa son acorde y justo con los trabajos que realiza el trabajador?
Considero que los sueldos son de acuerdo a bandas salariales y evaluaciones de desempeño.	
8.-	¿Considera Ud. ¿Que la empresa si cumple con las leyes laborales?
La empresa si cumple con todas las Leyes Laborales.	
9.-	¿Distribuyen utilidades de acuerdo a ley?
La empresa distribuye de acuerdo a ley.	
10.-	¿Existe puntualidad en el pago de los sueldos y beneficios?
Claro los pagos si son muy puntuales.	
D2.- LAZOS ESTRUCTURALES Y DE SERVICIOS	
11.-	¿Considera Ud. ¿Que la empresa debería apoyar en el financiamiento de estudios para la superación del trabajador?
Por supuesto. Esto redundará en beneficio de nuestra empresa y contribuye al desarrollo del país con personal más calificado.	
D2.- LAZOS EMOCIONALES	
12.-	¿Existe línea de carrera en la Empresa?
Existen programas y planes para retención de talento.	
13.-	¿Considera Ud. ¿Que la comunicación con su personal a cargo es fluida?
Si.	
14.-	¿Existe buena relación entre sus compañeros de área?
Si existe.	
15.-	¿Se identifica con el bienestar de sus trabajadores?
Por supuesto, y es la mejor manera de reducir la rotación de personal y hace más eficientes a las empresas.	



GUÍA DE ENTREVISTA APLICADA A JEFE DE ALMACENES DE LA EMPRESA RANSA COMERCIAL S.A. PAITA

VI.- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

D1.- RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA

1.- ¿Considera Ud. ¿Que son importantes las actividades de integración y recreación del personal?

Si. Es parte fundamental para lograr un buen clima laboral.

2.- ¿Cuentan con programas de capacitación para los trabajadores?

En el 2018 se tuvo planificado el tema de capacitaciones y este año hemos empezado en marzo a capacitar al personal sobre temas de Calidad y Seguridad.

3.- ¿Considera Ud. necesarias las prácticas de Seguridad y Salud Ocupacional para el personal?

Si, por supuesto.

D2.- RESPONSABILIDAD SOCIAL EXTERNA

4.- ¿La empresa participa voluntariamente en acciones del cuidado del medio ambiente?

Si, manejamos un Plan anual de Gestión Ambiental

5.- ¿Considera importante las acciones de apoyo social a la comunidad que actualmente se realizan?

Si, considero importante, por ello aquí en Paita con recursos del equipo de colaboradores del área de almacén realizamos obras de bienestar social a los niños más necesitados y a fin de año. Llevándoles un compartir con chocolatada, paneton y sus regalos cada fin de año.

6.- ¿Cree Ud. ¿Que el cliente es lo más importante de la empresa?

El cliente es una parte muy importante; sin embargo, la base principal es nuestra gente. Nuestra gente bien tratada, con un buen clima laboral, con niveles económicos promedio mercado y capacitada, hará que consigamos atraer y mantener a nuestros clientes.

V2.- CLIENTE INTERNO

D1.- LAZOS ECONÓMICOS Y LEGALES

7.- ¿Considera Ud. ¿Que los salarios que se brindan en la empresa son acorde y justo con los trabajos que realiza el trabajador?

Tenemos sueldos promedio mercado.

8.- ¿Considera Ud. ¿Que la empresa si cumple con las leyes laborales?

Si, con todas las leyes laborales.

9.- ¿Distribuyen utilidades de acuerdo a ley?

Si.

10.- ¿Existe puntualidad en el pago de los sueldos y beneficios?

Por supuesto.

D2.- LAZOS ESTRUCTURALES Y DE SERVICIOS

11.- ¿Considera Ud. ¿Que la empresa debería apoyar en el financiamiento de estudios para la superación del trabajador?

Si.

D2.- LAZOS EMOCIONALES

12.- ¿Existe línea de carrera en la Empresa?

En algunos casos.

13.- ¿Considera Ud. ¿Que la comunicación con su personal a cargo es fluida?

Si.

14.- ¿Existe buena relación entre sus compañeros de área?

Si, en lo posible.

15.- ¿Se identifica con el bienestar de sus trabajadores?

Si.



V1.- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

D1.- RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA

1.- ¿Considera Ud. ¿Que son importantes las actividades de integración y recreación del personal?

Son muy importantes,

La recreación es una actividad muy importante ligada directamente a las necesidades de auto realización y por el estrés provocado por largas horas de trabajo, rutina, tareas que implican gran esfuerzo, llevan a la desmotivación, falta de atención en las tareas laborales y, por ende, ausentismo.

Las actividades de recreación son herramientas para el desarrollo de aspectos psicoemocionales en los trabajadores, como son: la autoestima, la capacidad de superación, la seguridad, el autoconocimiento, el trabajo en equipo, la responsabilidad, el bienestar y la solidaridad como fundamentos y oportunidades de desarrollo.

De allí que se debe promover como generador de equilibrio y relax de la actividad humana, que logra un equilibrio en los procesos sociales, emocionales y corporales en los trabajadores, aspectos imprescindibles para el desarrollo de la persona como SER más elevado.

2.- ¿Cuentan con programas de capacitación para los trabajadores?

En la empresa contamos con muy pocos programas de capacitación de los trabajadores; la necesidad de mejora en los puestos de trabajo, exige gestionar una capacitación al personal, la misma que se realiza en base a las necesidades.

3.- ¿Considera Ud. necesarias las prácticas de Seguridad y Salud Ocupacional para el personal?

Son necesarias; una de las principales preocupaciones de las organizaciones es el control de los riesgos que atentan contra la salud de sus trabajadores y contra sus recursos materiales y financieros. Los accidentes de trabajo y enfermedades laborales son factores que interfieren en el desarrollo normal de la actividad empresarial, incidiendo negativamente en su productividad y por consiguiente amenazando su solidez y permanencia en el mercado.

D2.- RESPONSABILIDAD SOCIAL EXTERNA

4.- ¿La empresa participa voluntariamente en acciones del cuidado del medio ambiente?

La empresa cuenta con programas de labora social de voluntariado en todas las sedes dirigidas por el área de recursos humanos, que es la encargada proyectar labores en situaciones precarias; junto a su equipo de trabajo invitan al personal de manera voluntaria a participar de las diversas actividades que suelen realizar.

5.- ¿Considera importante las acciones de apoyo social a la comunidad que actualmente se realizan?

Es importante generar una política de bienestar a la sociedad, para lograr su apoyo y confianza.

6.- ¿Cree Ud. ¿Que el cliente es lo más importante de la empresa?

El cliente es una de las partes fundamentales de la empresa, En general, los clientes buscan y se quedan donde se sienten bien, son aceptadas y se les presta atención, ya sea en una relación personal, comercial o de negocios. Por otra parte, intentarán alejarse de cualquier cosa que les provoque una experiencia negativa, ya sea falta de respeto y de atención o mal trato.

V2.- CLIENTE INTERNO

D1.- LAZOS ECONÓMICOS Y LEGALES

7.- ¿Considera Ud. ¿Que los salarios que se brindan en la empresa son acorde y justo con los trabajos que realiza el trabajador?

La empresa estandariza los salarios de acuerdo a la demanda existente en el mercado, sin embargo, es importante incentivar los elementos que sumen a lograr los objetivos de la empresa de manera económica (aumento de salario anual) y profesional (asensos).

8.- ¿Considera Ud. ¿Que la empresa si cumple con las leyes laborales?

Si cumple.

9.- ¿Distribuyen utilidades de acuerdo a ley?

En los últimos años no hemos recibido utilidades.

10.- ¿Existe puntualidad en el pago de los sueldos y beneficios?

Para la empresa es importante cumplir con puntualidad en los haberes del personal.

D2.- LAZOS ESTRUCTURALES Y DE SERVICIOS

11.- ¿Considera Ud. ¿Que la empresa debería apoyar en el financiamiento de estudios para la superación del trabajador?

Como incentivo a las actividades que realizan los trabajadores se podría ejecutar esta medida y brindar señales de apoyo a sus trabajadores.

D2.- LAZOS EMOCIONALES

12.- ¿Existe línea de carrera en la Empresa?

La línea de carrera es limitada, pues las áreas de trabajo son estables y no hay una política de crecimiento en la zona.

13.- ¿Considera Ud. ¿Que la comunicación con su personal a cargo es fluida?

Si considero.

14.- ¿Existe buena relación entre sus compañeros de área?

Si.

15.- ¿Se identifica con el bienestar de sus trabajadores?

Si. Trato en lo posible.

INFORME DE RESULTADO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO A LOS JEFES DE OPERACIONES QUE LABORAN EN LA EMPRESA RANSA COMERCIAL S.A. PAITA

La entrevista realizada se aplicó a los tres Jefes de Operaciones que pertenecen a la empresa Ransa Comercial S.A., con el propósito de conocer la percepción que tienen acerca de las diferentes estrategias de responsabilidad social empresarial que la empresa viene ejecutando. Los resultados se presentan a continuación.

Determinar las prácticas de Responsabilidad Social Interna de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.

Con el fin de cumplir con este objetivo, se consideró información de los tres Jefes de Operaciones, donde la mayoría mencionó que estas prácticas de responsabilidad social interna son muy importantes, pues son una parte fundamental para lograr un buen clima laboral y por ende la retención del personal. Dentro de las prácticas de responsabilidad social interna se menciona las actividades de recreación, prácticas de seguridad y salud ocupacional, así como programas de capacitación para los colaboradores. La mayoría indica que estas actividades de recreación son muy importantes puesto que ayudan directamente a las necesidades de auto realización, así mismo, ayuda a minimizar el estrés provocado por las largas horas de trabajo, rutina, tareas que implican gran esfuerzo durante el día a día. Referente a los programas de capacitación para los colaboradores, indicaron que actualmente la empresa si brinda programas de capacitaciones para el personal, sin embargo, no son lo suficiente puesto que no son constantes, siendo importante y necesario para la mejora en el desempeño de los diferentes puestos de trabajo. Para finalizar indicaron que las prácticas de seguridad y salud ocupacional, son importantes y necesarias para evitar accidentes laborales y así reducir siniestralidad, evitando de esa manera el ausentismo laboral.

Referente al segundo objetivo: Establecer las prácticas de Responsabilidad Social externa de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019.; se consideró la opinión de las tres personas entrevistadas, quienes indicaron que las prácticas de responsabilidad social externa también son muy importantes para la empresa y que actualmente se vienen realizando, pero no son constantes. Asimismo, indicaron que la empresa participa voluntariamente en acciones del cuidado del medio ambiente en todas sus sedes principales y vienen invitando

al personal de manera voluntaria a participar de las diferentes actividades que pretenden realizar. Considerando la importancia de las acciones de ayuda social a la comunidad, indicaron que es importante generar una política de bienestar a la sociedad para lograr su apoyo y confianza, es así que actualmente se viene ejecutando en Ransa Paita campañas de ayuda social, pero con recursos propios de los colaboradores del área de almacén, obras de bienestar social a los niños más necesitados que viven en alrededores, estas actividades se realizan cada fin de año. Asimismo, indicaron que el cliente es parte fundamental de la empresa, sin embargo, la base principal es el personal; es así que los clientes buscan y se quedan donde se les trata bien.

En base al tercer objetivo: Determinar los lazos económicos y legales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019., también se consideró la opinión de los entrevistados, quienes indicaron que la empresa si cumple con todas las leyes laborales, asimismo, las utilidades se distribuyen de acuerdo a ley y los pagos son muy puntuales y acorde al mercado. Consideran también que es importante incentivar los elementos que sumen al logro de objetivos de la empresa de manera económica en base a aumento de salario anual y profesional mediante una evaluación de desempeño que es lo que actualmente no se da.

Referente al cuarto objetivo: Reconocer los lazos estructurales y de servicios con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019. Los entrevistados indicaron que la empresa debería apoyar en el financiamiento de estudios para la superación del trabajador, pues de esa manera logrará fidelizar al trabajador y tendrá personal calificado para el desempeño de sus funciones, todo ello servirá como beneficio para la empresa y para el desarrollo del país al contar con personal calificado.

Por último, el quinto objetivo: Establecer los lazos emocionales con los colaboradores de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019. Indicaron que actualmente existe línea de carrera, pero es muy limitada, pues las áreas de trabajo son estables y no hay una política de crecimiento en la empresa. Asimismo, indicaron que la comunicación que existe con el personal que tienen a cargo es fluida y si existe buena relación con sus compañeros de área; consideran también que es importante identificarse con el bienestar de sus trabajadores es por ello que tratan en lo posible de estar en constante comunicación con el personal a cargo.

Anexo 5: Validación de instrumentos



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Freddy Castillo Palacios con DNI N° 02842233 Dra.
 en Áreas Administrativas
 N° ANR: 0202524 de profesión Gr. Adm. desempeñándose como Docente
T. P. en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Cuestionario aplicado a los Colaboradores de la Empresa Ransa Comercial S.A., Piura

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 29 días del mes de Jul
 del Dos mil Diecinueve

Dr. : Freddy Castillo Palacios
 DNI : 02842233
 Especialidad : Administración / Investigación
 E-mail : fcastillo30@hotmail.com

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES R. PALACIOS DE BAICANO con DNI N° 02845588, Dra.
 en CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 N° ANR: _____, de profesión LIC. AD. desempeñándome como _____
DOCENTE en U.C.V.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Cuestionario aplicado a los Colaboradores de la Empresa Rama Comercial S.A., Paiza

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MEY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Paiza a los 29 días del mes de ABRIL
 del Dos mil 19.....

M. Palacios

Dra. : MERCEDES R. PALACIOS DE BAICANO
 DNI : 02845588
 Especialidad : LIC. EN AD.
 E-mail : mercedeb.baicano@ucv.edu.pe

Responsabilidad Social Empresarial para lograr la mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, 2019

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Bueno 41 - 60					Muy Bueno 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES														
		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96																				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN																						0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.																				96																				
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.																				96																				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																				96																				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.																				90																				
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en																				91																				

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Franco A. Raus Flor con DNI N° 32982571 Magister
 en Administración y Negocios
 N° ANR 07935 de profesión Lic. ADM. desempeñándome como Catedrático
 en Universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

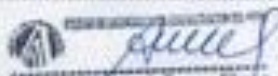
- Cuestionario para los colaboradores de la Empresa Ransa Comercial S.A.,
 Piura

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			X		
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia			X		
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia			X		
8. Coherencia			X		
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 10 Días del mes de Abril
 Del Dos mil 19.....

Mgr. : Franco A. Raus Flor
 DNI : 32982571
 Especialidad : Lic. Administración
 E-mail : franco.raus@ucv.edu.pe


 M.A. Franco A. Raus Flor
 MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
 UCV

“Responsabilidad Social Empresarial para lograr la mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita, 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Bueno 41 - 60					Muy Bueno 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	5	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.												X														
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.												X														
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																	X									
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.																	X									
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en													X													

	cantidad y calidad.																	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación.							X										
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación.								X									
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores.								X									
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación.									X								

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Para: 6 de 07 De 2017

Dir.: Franco. J. Ruiz Flores

DNI: 32782571

Teléfono: 944991555

E-mail: alpaudia.rau@fehatec.com



Anexo 6: Formato de confiabilidad

 Universidad César Vallejo	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	------------------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Juana Silvia Rentería Chuquihuaccha
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Responsabilidad social empresarial para lograr la mayor identificación de los clientes internos de la Empresa Ransa Comercial S.A., 2019
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Responsabilidad social empresarial
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 <i>Kuder Richardson</i> ()
		Alfa de Cronbach (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	17-04-2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	14

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.870
------------------------------------	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

Numero de ítems iniciales: 15 Numero de ítems mejorados: 15 El valor encontrado cae en un rango de confiabilidad alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento
--

Estudiante: Juana S. Rentería Chuquihuaccha
DNI: 44021968

Docente:


LIDYA ABANTO CERPA
AC. DE ESTADÍSTICA
COESPE MII

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Juana Silvia Rentería ChuquiHuaccha
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Responsabilidad social empresarial para lograr la mayor identificación de los clientes internos de la Empresa Ransa Comercial S.A., 2019
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario sobre el Cliente interno
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 <i>Kuder Richardson</i> ()
	:	Alfa de Cronbach. (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	17-04-2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	14

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.904
------------------------------------	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

<p>Numero de ítems iniciales: 17</p> <p>Numero de ítems iniciales: 17</p> <p>El valor encontrado cae en un rango de confiabilidad muy alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento</p>


 Estudiante: Juana S. Rentería ChuquiHuaccha
 DNI: 44661968

Docente

 LISBETH ABANTO CERÓN
 LE EN ESTADÍSTICA
 CCEPE 008

Anexo 7: Matriz de Instrumentos.

					Instrumento A.		Instrumento B		Instrumento A Y B	
Problema	Objetivo	Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	Nº Ítems	Ítems	Nº Ítems	Ítems	Valoración de Escalas
¿Qué estrategias de Responsabilidad Social Empresarial son necesarias para promover La mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A., Paita 2019?	Proponer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para promover la mayor identificación de los clientes internos de la empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2019.	X. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	X1.1	Actividades de integración y recreación personal.	Cuestionario y Guía de entrevista	2	Le gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación.	1	¿Considera Ud. ¿Que son importantes las actividades de integración y recreación del personal?	Ordinal
							Considera que la empresa realiza suficientes programas de integración.			
			X1.2	Capacitación del Personal.		1	La empresa le capacita a Usted en temas relacionados a las labores que desempeña.	1	¿Cuentan con programas de capacitación para los trabajadores?	Ordinal
			X1.3	Incentivos Laborales.		3	La empresa brinda incentivos laborales a sus colaboradores.	1	¿Considera Usted que son importante lo laborales?	Ordinal
							Le gustaría recibir incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral.			
							Prefiere los incentivos financieros(dinero) en lugar de los incentivos no financieros (reconocimientos diplomas, descanso)			Ordinal
			X1.4	Prácticas de seguridad y salud ocupacional.		4	Su área de trabajo presenta las medidas de seguridad y salud necesarias para su desempeño.	1	¿Considera Ud. necesarias las prácticas de Seguridad y Salud Ocupacional para el personal?	Ordinal
							La empresa le brinda los equipos de protección personal necesarios para su seguridad.			Ordinal
							Considera Usted que son necesarias e importantes las capacitaciones en buenas prácticas de			Ordinal

							seguridad y salud ocupacional.			
							La empresa brinda capacitaciones acerca de las prácticas de seguridad y salud ocupacional.			Ordinal
			X1.5	Participación voluntaria cuidado del medio ambiente.		1	La empresa participa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente.	1	¿La empresa participa voluntariamente en acciones del cuidado del medio ambiente?	Ordinal
			X1.6	Campañas de apoyo social a la comunidad.		2	La empresa participa activamente en campañas de apoyo social a la comunidad.	1	¿Considera importante las acciones de apoyo social a la comunidad que actualmente se realizan?	Ordinal
						Le gustaría participar en las campañas de apoyo social a la comunidad.	Ordinal			
		X. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	X1.7	Satisfacción del cliente.		4	Considera Usted que el cliente es importante para la empresa.	1	¿Cree Ud. ¿Que el cliente es lo más importante de la empresa?	Ordinal
					Cree Usted que los servicios que brinda la empresa satisfacen las necesidades de sus clientes.					
					Considera que la empresa brinda una buena atención a sus clientes.					
					La empresa tiene buenas prácticas para fidelizar a los clientes.					
		Y. CLIENTE INTERNO	Y1.1	Suficiencia salarial		2	Considera Usted que el salario que percibe es acorde y justo al trabajo que realiza.	1	¿Considera Ud. ¿Que los salarios que se brindan en la empresa son acorde y justo con los trabajos que realiza el trabajador?	Ordinal
					El sueldo que percibe satisface sus necesidades.		Ordinal			
			Y1.2	Leyes laborales		2	La empresa cumple con las leyes laborales.	2	¿Considera Ud. ¿Que la empresa si cumple con las leyes laborales?	Ordinal

						Considera que las utilidades se distribuyen de acuerdo a ley.		¿Distribuyen utilidades de acuerdo a ley?	Ordinal
			Y1.3	Puntualidad sueldo		Las remuneraciones salariales son puntuales.	2	¿Existe puntualidad en el pago de los sueldos y beneficios?	Ordinal
					Los beneficios que percibe se pagan puntualmente.	1			Ordinal
			Y1.4	Financiamiento de Estudios		La empresa le brinda financiamiento para estudios.	2	¿Considera Ud. que la empresa debería apoyar en el financiamiento de estudios para la superación del trabajador?	Ordinal
					Le gustaría que la empresa le brinde beneficios o facilidades para su superación profesional.	1			Ordinal
			Y1.5	Satisfacción Laboral		La empresa ofrece línea de carrera.	5	¿Existe línea de carrera en la Empresa?	Ordinal
					Se identifica con la empresa Ransa Comercial S.A. y con el logro de sus objetivos.	Ordinal			
					En los últimos siete días ha recibido reconocimientos o elogios por hacer un buen trabajo.	Ordinal			
					El supervisor directo se preocupa por sus problemas laborales y personales.	Ordinal			
					Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta.	Ordinal			
			Y1.6	Comunicación		Existe buena relación entre sus compañeros de área.	4	¿Existe buena relación entre sus compañeros de área?	Ordinal
					Considera que la comunicación entre los miembros de su área es fluida.	Ordinal			
					Recibo en forma oportuna la información que requiero para desarrollar mi trabajo.	Ordinal			
			Se comunica asertivamente con su jefe directo.	Ordinal					

INSTRUMENTO A	CUESTIONARIO	APLICADO A: Colaboradores de la Empresa Ransa Comercial S.A. Paita
INSTRUMENTO B	GUÍA DE ENTREVISTA	APLICADO B: Jefes de Operaciones Empresa Ransa Comercial S.A. Paita

Anexo 8: Fotos testimonio de la aplicación de los instrumentos

