



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN**  
**PÚBLICA**

**Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del  
cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
Maestro en Gestión Pública

**AUTOR:**

Díaz Oliva, Luis Antonio (ORCID: 0000-0002-9357-3478)

**ASESOR:**

Dr. Ramos de la Cruz, Manuel (ORCID: 0000-0001-9568-2443)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Políticas Públicas

CHICLAYO - PERÚ

2021

### **DEDICATORIA**

A mis queridos padres Manuel y Amparo quienes me apoyaron incondicionalmente, a mi amada esposa Soledad que siempre está a mi lado como fiel compañera y amiga y a mi hermoso hijito Mateo que es mi motor y motivo para seguir adelante.

**Luis Díaz.**

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento especial a la empresa Aquafood Perú que me brindaron su apoyo para la realización de la investigación y junto con ello al Dr. Manuel Ramos de la Cruz docente de la escuela de posgrado de la universidad César Vallejo por sus asesorías.

**Luis Díaz.**

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de abreviaturas .....	v
Índice de tablas .....	vi
Índice de figuras .....	vii
Resumen.....	viii
Asbtract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	13
3.2. Variables y operacionalización .....	13
3.3. Población muestra y muestreo .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	14
3.5. Procedimientos .....	15
3.6. Método de análisis de datos .....	15
3.7. Aspectos éticos .....	16
IV. RESULTADOS .....	17
V. DISCUSIÓN .....	23
VI. CONCLUSIONES .....	27
VII. RECOMENDACIONES .....	28
VIII. PROPUESTA .....	29
REFERENCIAS .....	31
ANEXOS .....	39

## **Índice de abreviaturas**

APA: Asociación de Psicólogos Americanos

RS: Responsabilidad Social

RSE: Responsabilidad Social Empresarial

ISO: Organización Internacional de Normalización

RHO: Coeficiente de Correlación de Spearman

SPSS: Programa estadístico en Ciencias Sociales

## Índice de tablas

Tabla 1. *Comparación de los puntajes obtenidos de las dimensiones de RS* .....17

Tabla 2. *Comparación entre la RS y Rentabilidad del cultivo*.....18

## Índice de figuras

Figura 1 Pirámide de Carroll.....	7
Figura 2 Comparación de los puntajes obtenidos de las dimensiones de RS .....	17
Figura 3 Comparación entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad .....	19

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo proponer un plan de gestión de responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú ubicada en la región Tumbes, la investigación es básica con diseño no experimental prospectivo, así mismo se identificó las dos variables estudiadas: variable independiente responsabilidad social y variable dependiente rentabilidad. La población estuvo integrada por 97 colaboradores, el instrumento aplicado fue un cuestionario por cada variable, organizado por 10 ítems, las cuales fueron validadas por tres expertos. Finalmente, para el procesamiento de datos se utilizó el software SPSS luego se analizó la información obtenida concluyendo proponer la estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000 con la finalidad de fomentar el desarrollo de la responsabilidad social en la empresa camaronera.

Palabras clave: Responsabilidad social, rentabilidad, gestión, acuicultura, ISO 26000.

## **Abstract**

The objective of this research work was to propose a social responsibility management plan for the profitability of shrimp farming in the company Aquafood Peru located in the Tumbes region, the research is basic with a prospective non-experimental design, as well as the two variables studied: independent variable social responsibility and dependent variable profitability. The population was made up of 97 collaborators, the instrument applied was a questionnaire for each variable, organized by 10 items, which were validated by three experts. Finally, for data processing, the SPSS software was used, then the information obtained was analyzed, concluding proposing the strategy to promote SR based on CSR 26000 standards in order to promote the development of social responsibility in the shrimp company.

Keywords: Social responsibility, profitability, management, aquaculture, ISO 26000.

## I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, la responsabilidad social (RS) propone un sistema regulatorio en misión institucional, en otras palabras es un sistema de responsabilidades de las compañías que en el marco de sus actividades buscan la distinción en base a la entidad corporativa con el propósito de instaurar sus principios en autonomía en colaboración con la sociedad interna y externa a la que pertenece, es importante marcar que la RS en una empresa forma parte de la ética tomada por sus directivos con la finalidad de beneficiar a la sociedad mediante el desarrollo de sus actividades comerciales (Mariuxi Jasmín, Carreño Godoy, 2020).

En este contexto, según Solis (2015), proyectaron propuestas de carácter internacional que afianzan a la RS en lo económico, social y ambiental, por ende resaltan el pacto internacional de las naciones unidas con la responsabilidad social corporativa, las normas para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y la aceptación de la delegación occidental dirigido al marco extranjero de responsabilidad de empresas que tienen como idea un rumbo integrador con el propósito de evadir relaciones difíciles en el desarrollo económico, político, social y cuidado del medio ambiente.

Sin embargo, en el año 2005 el congreso español crea la comisión bicameral para fortalecer la RS en las compañías la cual aprobó por unanimidad el informe de cumplimientos y sugerencias llamado guía de responsabilidad social empresarial (RSE), siendo el primer escrito aprobado en europa por un parlamento nacional Perez (2019).

En el plano internacional el cultivo de camarón ha crecido exponencialmente a diferencia de otros sectores de producción de alimentos, sin embargo no muestra las elevadas tasas de 11.3% y 10% de crecimiento anual de los años 1980 y 1990, por otra parte el líder mundial en cultivo y producción de camarón ha sido la India alcanzando ser potencia acuícola con una tasa de crecimiento anual estimada del 4.5% por mucho tiempo, sin duda la India es descrita por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) como segundo mayor colaborador mundial de productos criados en el mar solo después de China que

tiene una producción acuícola de 5.7 millones de toneladas métricas en el 2016 y más del 7% de la cuenta global Wright (2019).

Por otro lado en el Perú las empresas destacan la responsabilidad social como una táctica empresarial que va en crecimiento de manera progresiva teniendo en sus políticas corporativas la innovación en los ámbitos interno y externo como objetivo principal, sin embargo existen empresas que se asocian con el estado peruano de manera estratégica con la intención de lograr un impacto mayor en la sociedad, en conclusión la RS no solo incurre en las entidades privadas si no también en las insituciones públicas, como gobiernos nacionales, regionales y municipales (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2016).

En la actualidad las empresas peruanas no implementan una gestión de responsabilidad social a pesar de conocer su importancia y la identidad que pueden obtener, existen estudios que muestran que el 100% de las empresas en el Perú saben de RS, pero solo el 15% conoce el beneficio de su ejecución y solo el 5% la aplica de manera gradual (Mena, 2019).

Mientras tanto la acuicultura peruana se encuentra en un ciclo emergente, inclusive el estado peruano conoce la discrepancia del proceso y desarrollo de acciones de la pesca y acuicultura mediante la ley general de pesca y la ley de promoción y progreso de la acuicultura, además esta última creada por la penuria de diferenciar los sectores de acuicultura y pesca con la finalidad de ofrecer apoyo específico al sector acuícola (Sandoval, 2018).

Es necesario resaltar que los órganos descentralizados que son el fondo nacional de desarrollo pesquero, el organismo nacional de sanidad pesquera y el instituto del mar del Perú se encuentran sometidos a la política del ministerio de la producción con respecto a la actividad acuícola, pero observamos que los esfuerzos y gastos son escasos y los resultados no son los esperados, aún cuando existen políticas de desarrollo de la acuicultura ninguno de sus organismos fomenta la responsabilidad social afectando el crecimiento de la producción, rentabilidad y mercadeo de dicha actividad (Lujan, 2016).

En tal sentido la actividad camaronera tiene su eje en la región Tumbes, cabe destacar que el cultivo de camarón es la actividad con supremacía en exportación y aceptación en el mercado internacional, es decir el total exportado en la región concierne a la venta de camarón que es el 97%, no obstante en el 2018 la venta de camarón fué de US\$ 130.5 millones y el 1º semestre del 2019 creció el 2.2% por la demanda de petición de cola de camarón con caparazón que es el 2.1% y los camarones congelados sin cola que es el 10.9% (MINCETUR, 2019).

De esta manera, la investigación permite plantear la problemática a solucionar ¿Qué herramienta de gestión de responsabilidad social ayudará a la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes?

La investigación se justifica porque se pretende diseñar un plan de gestión de responsabilidad social para alcanzar la estabilidad, rentabilidad y bienestar de la empresa con la finalidad de ser aplicada considerando los costos y beneficios para su implementación, siendo objeto de estudio los siguiente problemas: falta de gestión de responsabilidad social en las empresas camaroneras y aplicación de las estrategias de responsabilidad social que mejoren la rentabilidad.

Habiendo argumetado y justificado las razones por la cual se realiza la investigación se presenta el objetivo general: Proponer un plan de gestión de responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú, así mismo se manifiestan los siguientes objetivos específicos: diagnosticar las actuales acciones de responsabilidad social de la empresa, diseñar el plan de responsabilidad social según el modelo y por último validar el plan de RS.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Mariuxi, Jazmín, Carreño y Godoy (2020), en su investigación decidió evaluar la gestión de las empresas camaroneras de la provincia de el Oro, basado en el marco de responsabilidad social que defina su competitividad, manejaron la metodología aplicada no experimental con trascendencia descriptivo explicativo, concluyendo que las empresas camaroneras en el proceso de análisis de responsabilidad social no cumplen con los requisitos establecidos en las diferentes normativas internacionales, por otra parte cumplen un nivel promedio en sus obligaciones laborales y ética que les autoriza laborar bajo un nivel de responsabilidad social con respecto a la competitividad.

Betencourt (2017), en su investigación dispuso el estudio de un método RSE para mejorar la relación social de la compañía pesquera Polar con la parroquia salango manabi, concluyendo que la formalidad de la compañía pesquera con la responsabilidad social se relaciona con la implementación de un método de RSE para que la comunidad de manera organizada pueda sugerir la planificación de proyectos sociales, de la misma forma el plan propuesto incluye la participación de las instituciones locales como por ejemplo la junta parroquial de salango.

Salas (2017), en su investigación consideró evaluar la situación del sistema de costos a causa de la rentabilidad de la empresa pescayo, concluyendo que la evaluación referente al método empleado en la investigación se aprecia un avance significativo en la distribución y asignación de los costos en cada fase de la producción de modo que el resultado es la optimización de recursos dirigidos para la producción y aumento de la rentabilidad, en definitiva la investigación se relaciona ya que contribuye con métodos significativos en el incremento de la rentabilidad dentro de la empresa camaronera.

Jaramillo (2016), proyectó determinar el interés financiero del área productiva de la empresa Romina Hualtaco, finiquitando que la empresa mostraba deficientes indicadores de autonomía y rentabilidad, resumiendo se señala que las estrategias aplicadas en base a la rentabilidad obtendrá un progreso en los niveles de seguridad, autonomía, liquidez y rendimiento con la finalidad de lograr una gestión económica y financiera eficaz y por último esta investigación se relaciona

ya que aporta indicadores con respecto a la rentabilidad, crianza y producción de camarón.

Lalaleo (2016), tuvo como objetivo en su investigación evaluar el resultado que obtiene aplicando responsabilidad social empresarial en el interés económico de pequeñas y medianas empresas y sus imágenes corporativas, concluyendo que las pymes adoptan un compromiso de responsabilidad social voluntaria con el fin que los involucrados participen y reciban de manera objetiva beneficios a corto o largo plazo, la investigación se relaciona ya que aporta resultados obtenidos aplicando responsabilidad social y la influencia que tuvo en el rendimiento financiero de la empresa.

En el plano nacional, Dayanara Hernández y Gabriela Morales (2017), en su investigación analizó la influencia de la RSE en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca, concluyendo que la RSE es considerada motor de competitividad empresarial y desarrollo, al mismo tiempo señala que las empresas del sector agroindustrial conozcan sus potencialidades en responsabilidad social empresarial ya que crean una misión responsable en su táctica esperando lograr el éxito competitivo en el desarrollo de sus actividades.

Maritza Calle, Hebert Nina y Eduardo Torres (2016), en su investigación indagó la relación entre RSE de las empresas de Tacna y el procedimiento de compra de consumidores de los negocios hoteleros de tres estrellas, concluyendo que existe correlación entre la RSE y la conducta de compra de los consumidores de los negocios hoteleros, considerando el proceder del consumidor, los hábitos de consumo, tipos de compradores y los principios culturales, sociales, personales y anímicos.

Huarhua (2015), en su investigación definió la dependencia que existe entre la inversión y la RS y que impacto genera al crecimiento financiero de una empresa y su competitividad, concluyendo que una empresa no solo fomenta su mayor volumen en ventas o mayor inversión sino también utiliza métodos de ahorro en costos para lograr una eficiencia de sus procesos productivos, además expone que al implementar la responsabilidad social empresarial se posiciona económicamente a la empresa y al mismo tiempo brinda una imagen ante su entorno.

Asimismo, Lozano (2015) en su investigación buscó como era percibida la responsabilidad social en las entidades públicas, privadas y el tercer sector, llegando a la conclusión que las empresas asumen la responsabilidad social de forma voluntaria lo cual lo manifiestan en su misión, visión, principios y valores con la intención de hallar una guía de gestión para emprender buenas relaciones con su entorno y así generar un doble impacto ya que representa un valor de imagen y reputación, es indispensable que las empresas establezcan alianzas económicas y educativas con las entidades de los sectores gubernamental, privado y del tercer sector.

### **Teoría social de Carroll o teoría de la pirámide**

Archie B.Carroll presenta a la RSE en cuatro tipos de responsabilidades: económica, reglamentaria, ética y facultativa que son actividades de toda empresa y se articulan en una pirámide de cuatro niveles Van de Ven ( 2017).

En el primer nivel está la responsabilidad económica, es el trabajo monetario de la empresa y tiene la finalidad de crear beneficios económicos y rentables ya que personifica la existencia de las empresas y sin ella no compondría el sistema de responsabilidad social Acosta (2013).

En el segundo nivel se ubica la responsabilidad reglamentaria, es aquí donde la acción económica debe respaldarse con el acatamiento de las leyes fundadas ya que son las normas que establecen el desarrollo de la empresa, además los actores que interactúan con la empresa deben imponerse ante la ley que practique el bien común por arriba del beneficio personal Guerrero (2016, p.170).

En el tercer nivel se sitúa la responsabilidad ética, son las reflexiones como la justicia, solidaridad y honestidad, y finalmente tenemos el último nivel que son las actividades benéficas voluntarias que buscan el bienestar de los factores externos vinculados con la empresa Mejía (2017).

**Figura 1 Pirámide de Carroll**



**Fuente:** Carroll, A The Pyramid of corporate social responsibility: Towards the moral management of organizational stakeholders.

A partir de esta teoría la RSE en la empresa se ubica por dimensiones legales y financieras dirigidas al vínculo social de tal manera que guíen a la empresa a tomar decisiones enfocadas a su rentabilidad, en la actualidad dicha teoría ha generado dominio en la gestión de empresas, es por ello que la gestión de RSE considera a la empresa como una entidad referente a la sociedad ligada con el desarrollo social y el interés general Tran (2015).

### **Teoría de los grupos de interés o stakeholders**

La teoría de los grupos de interés nace de la complicación del ambiente de la empresa que perturba su orden interno, en otras palabras las empresas se relacionan con organismos que indican ser afectados por las actividades de la empresa y por aquellos que tienen alguna utilidad por la empresa, logrando ser parte de sus grupos de interés Fernández y Bajo (2015).

## **Teoría de la actuación social de la empresa**

Las acciones de la empresa no solo originan efectos financieros sino también sociales, dicha teoría surgió en el Siglo XX cuando banqueros como Howard Bowen implantaron estrategias corporativas que actúen de acuerdo a los objetivos y valores de la sociedad por lo que su conducta corporativa está enfocada a efectos productivos para la sociedad Payares (2017).

Lo importante de la teoría es la inquietud de la empresa por el impacto social, además expresa el deber ciudadano para evitar peligros a la sociedad y crea una legitimidad social en sus acciones, en síntesis esta teoría es competente para la empresa, siempre y cuando divida la perspectiva social del fin económico Cruz (2014).

## **Responsabilidad social empresarial**

Alfárez (2016), contribuye al desarrollo humano cuando la empresa brinda confianza a sus trabajadores, familiares y la sociedad con el objetivo de mejorar la calidad de vida su entorno, además es el compromiso realizado consciente por las empresas sintonizadas a este fin, el cual deberá ser cumplido íntegramente y tiene como meta aplicar valores éticos en cuanto al comportamiento frente a una sociedad con el fin de preservar aspectos económicos, ambientales y sociales sin que estos afecten al individuo con el cuál se vincula.

Para que una empresa se comprometa con la RSE debe desarrollar políticas, programas, manuales y prácticas con la finalidad que éstas se organicen para ser normadas dentro de la empresa convirtiéndose en una operación sin dejar de lado que está pueda ponerse en peligro de suspensión en ocasiones donde la empresa entre en crisis económica o cambie de directiva, sin embargo para sobrevivir este tipo de inconvenientes deberá existir una cultura cooperativa que sirva como rueda de engranaje para que las funciones encargadas a la RSE se cumplan Calderón (2014).

Las dimensiones de la RS son: dimensión interna, esta relacionada con el personal de la empresa (empleados) y la dimensión externa, son los actores que participan en la gestión productiva, comunitaria y medio ambiente Willi (2016).

Ahora bien, los indicadores de la dimensión interna son el cumplimiento de las leyes, principios éticos y transparencia, mitigación de impactos negativos y desarrollo del capital humano y los indicadores de la externa son beneficios de los colaboradores, proyección a las familias, comunidad a nivel regional y nacional Romero (2018).

### **Importancia de la responsabilidad social empresarial**

Mejora el perfil de la marca, mediante la aplicación de prácticas socialmente responsables permite que las empresas consigan la aceptación de los clientes y socios que se inquietan por la ética empresarial y gracias a ellos las entidades ganan credibilidad y sus productos se distinguen con respecto a la competencia Perez (2019).

La fidelización, son los socios, clientes y proveedores que se muestran a favor de tratar con marcas que actúan con RSE, así mismo se acrecientan los índices de consumidores que tienen el compromiso con la compañía y con su entorno Fatma (2016).

Mayor productividad, es la motivación del personal ligado a los índices de bienestar y logran un aumento de la producción y eficiencia que resulta positiva en los números de las empresas Anlesinya Alex (2014).

Simpatía y conservación del talento, los trabajadores son atraídos por las empresas que tienen este tipo de obligación, de cualquier manera los índices de los registros en las empresas socialmente responsables son elevados y permiten estabilidad a nuestros empleados Network Intelligence Studies (2014).

Mejora la eficiencia, es un aspecto que involucra responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente ya permite a las empresas reducir partidas como su gasto de papel, cabe destacar que en la actualidad podemos ver empresas en los que el papel se usa como papel reciclado Uche (2018).

Facilita la vía a créditos, un perfil socialmente responsable favorece a las empresas con acceso a préstamos financiados en mejores condiciones y además solicitar la ayuda específica para actividades comerciales que son socialmente responsables Knudsen (2015).

## **Objetivos de la responsabilidad social empresarial**

Los objetivos son proyectados por las entidades que apliquen un modelo de gestión, si bien es cierto tienen como desafío las metas expuestas para construir un modelo que incluya la ética, compromiso, respeto y solidaridad entre otros valores que son admirados por las empresas y los grupos de interés, por estas razones se consigue el interés social de la empresa con la finalidad de transmitir a los grupos de interés con los que se vincula, instaurar relaciones en el marco de la estabilidad con los grupos de interés, estudiar el impacto que forma la empresa en medio del entorno en el que se desenvuelve, impartir el valor de la empresa a nivel social y resaltar la labor social que realiza la entidad Scherer (2016).

Mediante los objetivos que se formulan se puede lograr grandes beneficios para la empresa, además restructurará el total de los procesos productivos actuales con el objetivo de incluir nuevos integrantes dentro de este sistema, es así que mediante la planificación estratégica se deberán trazar todas las metas a cumplir ya que todos los actores internos deben estar informados de las nuevas políticas elaboradas siendo así partícipe a todos los colaboradores los cuales deben estar preparados para interactuar con cada miembro externo a la organización con el fin de incluirlo de manera efectiva MAPFRE (2017).

### **ISO 26000**

Es una estructura internacional de estandarización que tiene una membresía de 163 consorcios de normalización en diferentes países del mundo, además tiene un total de 18400 normas que son usadas actualmente por la sociedad, la entidad pública y privada son un instrumento que originan el desarrollo sostenible tratando de apoyar a la colectividad, es así que aportan procedimientos en materia de ingeniería, agricultura, acuicultura, calidad, medicina, transporte, fabricación, construcción entre otras, en tal sentido ISO crea normas que aplaquen una necesidad específica creada bajo estrictos y rigurosos criterios con el fin de perseguir el perfeccionamiento, la elaboración de cada norma se realiza a través de expertos que provienen de áreas técnicas acompañado de pruebas de laboratorio y de entidades gubernamentales, al mismo tiempo los beneficios de esta normativa dependerán de cómo se aplique y como los factores que la conforman

pueden intervenir de manera positiva en cuánto al desempeño de la organización Toppinen (2015).

### **La rentabilidad**

Con el transcurrir del tiempo la rentabilidad ha ido cambiando y ha sido usado de varias maneras, por esta razón sus indicadores miden el éxito de un sector, subsector o negocio, ya que una rentabilidad continua logra el fortalecimiento de las unidades financieras de la empresa, además tiene la capacidad de crear utilidades o ganancias, por consiguiente es rentable cuando la cantidad de ingresos es mayor a los egresos o cuando son altos los ingresos que sus costos, de esta manera concluimos que la empresa es rentable Rodríguez (2015).

Son beneficios conseguidos como producto de una inversión realizada con anticipación, además este concepto es considerado importante en el ámbito empresarial y en las inversiones, por lo mismo permitirá conocer la capacidad de la empresa para retribuir los recursos financieros utilizados, y para finalizar las dimensiones de la rentabilidad son: rentabilidad financiera y rentabilidad económica Kana (2017).

### **Rentabilidad económica**

Es un periodo de tiempo que al momento de puntualizar un itinerario de rentabilidad económica se muestran diversas posibilidades referentes a nociones de inversión y conceptos de resultados, sus indicadores lo conforman la utilidad de los activos de la empresa, la utilidad neta sobre ventas y la utilidad operacional referente a las ventas Malackan (2016).

### **Rentabilidad financiera**

Es la utilidad producto de inversiones sin considerar la deuda utilizada para generar beneficios opuesto a lo que sucede con la rentabilidad económica que si considera los prestamos monetarios tomando en cuenta todos los activos, de modo que si un socio participa en el negocio, la ganancia que se obtenga acerca del capital aportado por él es determinada por la rentabilidad financiera, sus indicadores están conformados por el índice de ventas referente al activo, índice de

utilidad ante impuestos referente a las ventas y el índice de utilidad neta referente a la colaboración de los trabajadores Ball (2015).

### **La acuicultura**

Es el conjunto de métodos, técnicas, protocolos de producción y actividades cuyo propósito es el cultivo de especies acuáticas en cautiverio como reptiles, peces, crustáceos, moluscos o algas además se relaciona con el control de crecimiento y producción de variedades aptas a ser cultivadas en un medio marino controlando su crecimiento y rentabilidad (Camizán, 2019).

### **Cultivo de camarón**

El cultivo de camarón manifiesta tres etapas similares con las que trabaja la agricultura, que son siembra, crecimiento y cosecha. El nivel de tecnología utilizado para el cultivo de camarón puede ser extensiva la cual consiste en capturar las larvas y trasladarlo a estanques rústicos y la intensiva se inicia desde la producción de larvas, siembra extensiva o intensiva, también existen diversos métodos denominados semi extensivo o semi intensivo Navarrete (2018).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de estudio y diseño de investigación**

La investigación es básica, se le conoce también como investigación pura, supuesta o conmovedora, su objetivo es manifestar nuevas teorías o cambiar las existentes, además busca el juicio puro por medio de la recolección de datos Sandi (2016).

Según Godos (2018) la investigación utilizó un diseño no experimental: prospectivo, se observa los fenómenos tal y como suceden sin entrar en su avance, en otras palabras plantea una relación del presente a futuro.

#### **3.2. Operacionalización de las variables**

En la presente investigación la variable dependiente es responsabilidad social, se basa en pilares de sostenibilidad y utiliza herramientas para reportes de evaluación con la finalidad de medir el impacto que provocan las organizaciones a través de sus programas de responsabilidad social Barbachan (2017).

Asimismo, la variable independiente es reentabilidad, que es la relación de los recursos transpuestos en la negociación de la misma en comparación con las ganancias y/o beneficios adquiridos Castro (2015).

#### **3.3. Población, muestra y muestreo**

##### **Población**

Los criterios de inclusión de la investigación son los que definieron a la población electa, se consideró al personal de cosecha que labora en la empresa Aquafood los cuales son jefes de campo, alimentadores, personal obrero, motoristas, guardianes de seguridad, cocinero, regador, choferes y paramatristas y suman un total de 150 trabajadores.

Al respecto, con los criterios de exclusión en la investigación no se tomará en cuenta al personal de planta ya que son personal contratado por terceros y de manera temporal.

## **Muestra**

La unidad de análisis de la investigación se consideró a la empresa Aquafood para la estimación, las encuestas se realizaron a todo el personal de cosecha.

La muestra buscó ser representativa para describir el tamaño de la muestra que empleará el método probabilístico, el siguiente paso será aplicar la fórmula con la que se estableció el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Considerando que:

$N = 150$  es la medida de la población.

$n$  = es la medida de la muestra.

$Z = 1.645$  equivalente a 90%, valor del nivel de confianza.

$\sigma = 0.5$ , desviación estándar de la población.

$e = 5\%$ , margen de error.

Como efecto de la aplicación de la fórmula, la población finita de la muestra es 97 personas.

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

#### **La encuesta**

Según Andrade (2005, p.58) citada por Prado (2016) es un procedimiento para la selección de datos, además consiste en seleccionar un determinado grupo de personas y aplicar una serie de preguntas, de la misma forma es aplicado a través de cuestionarios con la finalidad de recopilar datos significativos de la investigación a través de una serie de interrogantes relacionado con aspectos importantes del problema en la que esta basada la investigación.

#### **Análisis documental**

Escobar (2016) es la operación intelectual donde se emplea técnicas reguladas en los documentos con el propósito que sea utilizable, controlable,

además está técnica es utilizado para el estudio de criterios, información bibliográfica entre otros aspectos que se relacionan con la investigación.

### **La validez**

Hernández, Fernández y Baptista (2016) es la herramienta que evalúa la variable, es así que en la investigación se utilizó un cuestionario que apreció su validez mediante el juicio de expertos.

### **La confiabilidad**

Briones (2000) citada por Moreno (2017) es el nivel de seguridad que tiene los resultados alcanzados por el investigador basándose en las instrucciones aplicadas para desarrollar la investigación, además para conocer la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach.

## **3.5. Procedimientos**

se procedió a validar la información del cuestionario y luego se aplicó la prueba piloto para poder determinar su confiabilidad a través del alfa de Cronbach con el objetivo de emplear de manera oportuna el instrumento en el trabajo de campo.

Para aplicar el instrumento se solicitó la autorización a la empresa Aquafoof Perú. Posteriormente se interectuó con el personal de cosecha que es el grupo de estudio para la inducción y se les invocó su apoyo durante el tiempo que implicaría el desarrollo del cuestionario.

Se estableció por realizar el instrumento de manera virtual, a través de mecanismos señalados. Luego se recogió la información y el registro se realizó en el programa SPSS para el estudio adecuado.

## **3.6. Métodos de análisis de datos**

Se procedió a construir una base de datos, analizando las escalas coherente con el baremo dado. Luego de reaizar el análisis se realizó reportes estadísticos con la utilización del excel y del software SPSS versión 20 que nos permitió insertar gráficos y tablas con el fin de evaluar la relación de las variables de la investigación, cabe destacar que el diseño es prospectivo ya que mide el nivel de asociación entre

las variables, además se recogió la información a través de los instrumentos elaborados y extraídos de las variables en estudio, al mismo tiempo se procesó la información obtenida por las encuestas realizadas con el objetivo de obtener los datos para determinar las tendencias de los resultados y la correlación entre las dos variables.

### **3.7. Aspectos éticos**

En la investigación se consideró importante el concepto de cada colaborador reservando la confidencialidad de los autores, en relación al manejo de la información se designaron las fuentes citándolas y referenciándolas acorde a las normas APA séptima edición, se indicó que por ningún motivo se consignó información falsa.

Las autorías de las investigaciones se respetaron evitando plagio, además se consideró la disposición de la Universidad César Vallejo sobre el desarrollo de las investigaciones ya que el investigador se sometió a la norma de ética para las acciones correspondientes.

Esta investigación estuvo sujeta al cumplimiento de los aspectos importantes del código ética de investigación de nuestra universidad y de la entidad encargada de autorizar la investigación.

#### IV. RESULTADOS

Se presentan los resultados encontrados a través del instrumento que fue aplicado al grupo de estudio. Se realizaron las tablas constituidas por escalas, frecuencias y porcentajes, así como también sus figuras tal como se detalla a continuación:

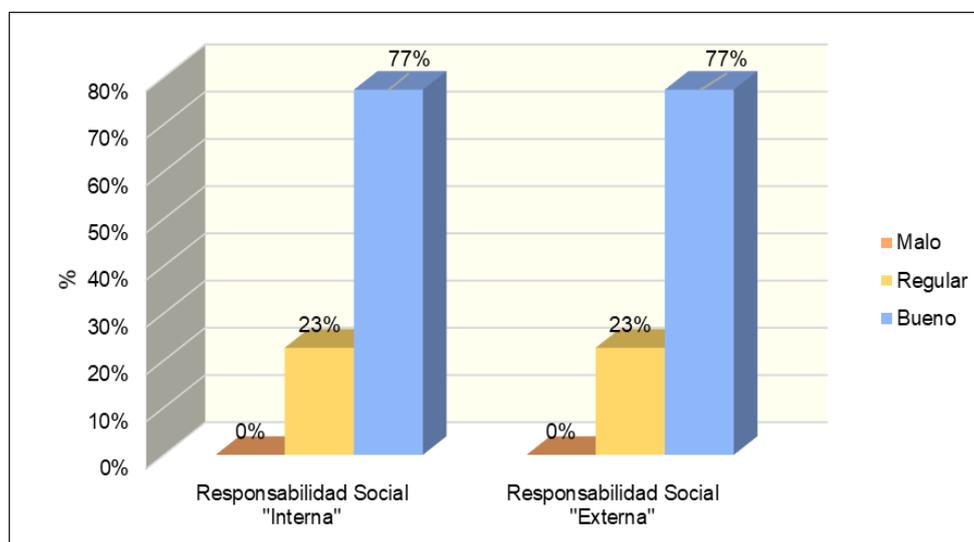
**Tabla 1**

*Comparación de los puntajes obtenidos de las dimensiones de Responsabilidad Social de la Empresa “Aquafood Perú” Tumbes 2020.*

Escala de la variable	RESPONSABILIDAD SOCIAL			
	Interna		Externa	
	F	%	F	%
<b>Malo</b>	0	0%	0	0%
<b>Regular</b>	22	23%	22	23%
<b>Bueno</b>	75	77%	75	77%
<b>TOTAL</b>	97	100%	97	100%

Fuente: Instrumentos aplicados a trabajadores “Aquafood Perú” 2020

**Figura 2:** Comparación de los puntajes obtenidos de las dimensiones de Responsabilidad Social de la Empresa “Aquafood Perú” Tumbes 2020



**Interpretación:** En la tabla 1 las dos dimensiones que son responsabilidad social interna y responsabilidad social externa perteneciente a la variable responsabilidad social prevalece la escala bueno con el 77%, seguido con 23% en la escala regular.

**Imagen 1:** Canales de distribución de agua para las pozas de la empresa Aquafood Perú –Tumbes.



**Descripción:** Se observa en la imagen 1 los canales de distribución de agua de mar para las pozas donde se cria y cultiva el camarón, con respecto a los canales tiene que ver con responsabilidad social ya que se trata directamente con el medio ambiente que es parte del recurso natural que se utiliza para el abastecimiento y distribución de agua de mar en las pozas.

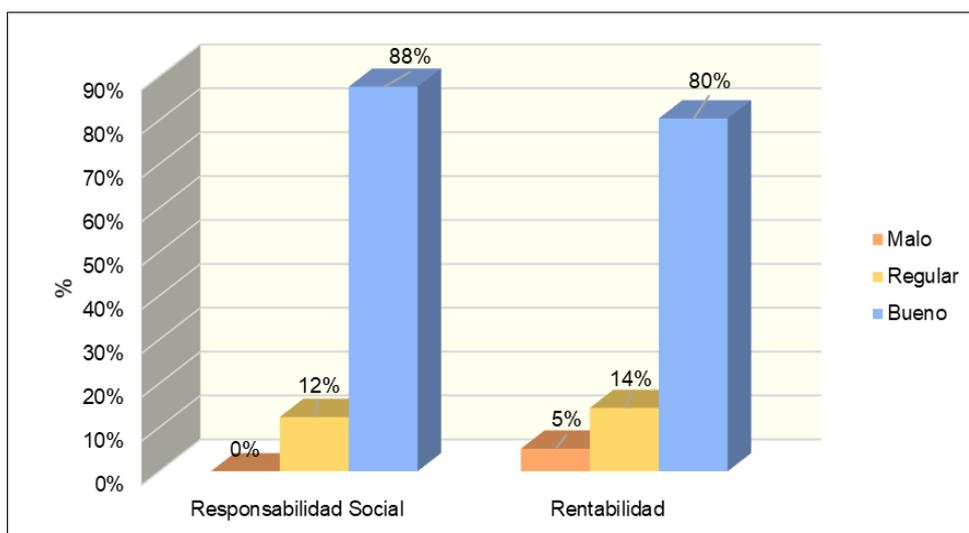
**Tabla 2**

*Comparación entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad del cultivo – Empresa “Aquafood Perú” Tumbes 2020.*

Escala de la variable	Responsabilidad Social		Rentabilidad	
	F	%	F	%
<b>Malo</b>	0	0%	5	5%
<b>Regular</b>	12	12%	14	14%
<b>Bueno</b>	85	88%	78	80%
<b>TOTAL</b>	97	100%	97	100%

Fuente: Instrumentos aplicados a trabajadores “Aquafood Perú” 2020

**Figura 3:** Comparación entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad del cultivo – Empresa “Aquafood Perú” Tumbes 2020



Fuente: Instrumentos aplicados a trabajadores “Aquafood Perú” 2020

**Interpretación:** En la tabla 2 la variable responsabilidad social la calificación que prevalece es el bueno con 88%, seguido el regular con 12% y malo con el 0%. Respecto a la variable rentabilidad la escala bueno prevalece con el 80%, seguido el regular con el 14% y el malo con el 5%.

**Imagen 2:** Siembra de larva de camarón en las pozas de la empresa Aquafood Perú -Tumbes



**Descripción:** Se observa en la imagen 2 la siembra de larva de camarón en las pozas, este procedimiento va a permitir que la empresa al finalizar la campaña de cosecha tenga la rentabilidad esperada con el soporte de responsabilidad social utilizando el recurso natural como es el agua de mar que se obtiene con el bombeo cada vez que sube la marea este procedimiento es monitoreado por el personal de cada poza y el jefe de campo.

### **Descripción de la propuesta**

Con respecto a la descripción de la propuesta, primeramente se realizó el análisis de la norma de RSE 26000 y se identificó a las partes interesadas, luego se evaluó el diagnóstico situacional de la empresa Aquafood Perú y como estaría frente a la norma de RSE 26000, rápidamente se planeó y se elaboró la estrategia de responsabilidad social, posteriormente se desarrolló la estrategia con el propósito de impulsar la responsabilidad social en la empresa Aquafood mediante talleres de formación los cuales permitirán a los trabajadores tener una perspectiva clara de lo que significa poner en práctica la RS y de esta manera la empresa accederá a muchas más oportunidades en el mercado nacional e internacional, al mismo tiempo podrá incrementar su rentabilidad y beneficiará al medio ambiente y a la sociedad que habita en ella, reduciendo el impacto económico, ambiental y social al practicar dicha actividad.

### **Validación de la propuesta**

Luego de diseñada la propuesta denominada desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000 se procedió a enviarla a los expertos evaluadores utilizando el formato de validación mediante la técnica Delphi, logrando ser evaluada por el primer experto: Dr. Gilberto Carrión Barco como una propuesta bastante adecuada en sus aspectos generales, contenido y valoración integral, además indica que el aporte de la propuesta favorecerá el propósito de la investigación, el segundo experto: Mg. Franklin Guerrero Campos la validó como una propuesta bastante adecuada en su contenido, aspectos generales y fundamentos teóricos que se encuentran vinculados con el desarrollo de la tesis, igualmente señala que el desarrollo de la propuesta beneficiará a la investigación, y para finalizar la validación del ultimo experto: Mg. Charles Levi Roque Cortez la

aprobó bastante adecuada en su contenido, valoración integral, aspectos generales, coherencia lógica y otros criterios que se encuentran mencionados en el formato de validación.

## V. DISCUSIÓN

A partir de los hallazgos encontrados se ha desarrollado la discusión de los resultados correspondiente a cada una de las variables de la investigación.

Se coincide con Betencourt (2017), quien realizó un plan de responsabilidad social empresarial para renovar el vínculo social de la camaronera Polar con la parroquia salango manabi, donde indica los beneficios del plan de RSE para que la comunidad se organice para sugerir la planificación de proyectos sociales, además se propone incluir la participación de las entidades locales que apoyan el cultivo de camarón. En tal sentido la empresa Aquafood al tener sus trabajadores y la comunidad comprometida con la responsabilidad social logrará grandes resultados en cuanto su producción y rentabilidad permitiéndole expandirse en el mercado nacional y europeo.

Asimismo, Salas (2017), en su investigación consideró evaluar la situación del sistema de costos a causa de la rentabilidad de la camaronera pescayo, por tanto la empresa muestra un avance significativo en la distribución y asignación de los costos en las fases de cultivo y producción de camarón de modo que los resultados son óptimos y permiten el aumento de la rentabilidad. Es por ello que la empresa Aquafood debe interesarse conocer los métodos significativos empleados en la camaronera pescayo ya que lograron el incremento de su rentabilidad.

A su vez, concuerda con la investigación realizada por Jaramillo (2016), donde proyectó el análisis de la rentabilidad y su influencia en el área de producción de la camaronera Romina Hualtaco, realizando un análisis interesante, ya que señala que las estrategias aplicadas en base a la rentabilidad se obtendrá un progreso en los niveles de seguridad, autonomía, liquidez y rendimiento con la finalidad de lograr una gestión económica y financiera eficaz, en la medida que las empresas de tipo acuícola. Medir la rentabilidad basado en la inversión es una necesidad sobre todo si es considerado como herramienta para la toma de medidas en la producción de camarón, es decir tomando en cuenta costos y beneficios. Estos retos deben ser considerados por Aquafood con la finalidad de obtener altos índices de productividad y rentabilidad.

Se coincide con Lalaleo (2016), quien realizó una investigación de la relación causal de la RSE en la imagen corporativa y rendimiento financiero y tuvo como objetivo evaluar el resultado que se obtiene empleando RSE en el interés financiero de las pymes y su imagen corporativa, concluyendo que las pymes adoptan la responsabilidad social voluntaria con la finalidad que los involucrados participen y reciban imparcialmente beneficios a corto o largo plazo. Resulta pertinente que Aquafood implemente la responsabilidad social empresarial ya que va influir a gran escala en su rendimiento financiero.

Se concuerda con Dayanara Hernández y Gabriela Morales (2017) en su investigación ya que analizó la influencia de la RSE en el éxito competidor de las empresas agroexportadoras de uva fresca, señalando que la RSE se considera motor de competitividad empresarial y desarrollo, al mismo tiempo sostiene que las empresas del sector agroindustrial conozcan su potencialidad en responsabilidad social empresarial ya que generan una misión solidaria en su estrategia esperando conseguir el triunfo competidor. Es oportuno que el área de producción de Aquafood estudie las tácticas de RSE escogidas por la agroexportadora ya que amplían su competitividad y potencialidad logrando el éxito en todo los aspectos.

Se coincide con Maritza Calle, Hebert Nina y Eduardo Torres (2016) en su investigación sobre la concordancia de RSE de las empresas de la ciudad de Tacna y la conducta de compra de clientes de servicios hoteleros de tres estrellas, sosteniendo que existe reciprocidad entre la RSE y el comportamiento de compra de los consumidores de los servicios hoteleros de tres estrellas, considerando la conducta del consumidor, hábitos de consumo, tipos de clientes y los principios culturales, sociales, particulares y anímicos. Es importante señalar que la RSE abarca todo tipo de empresa de cualquier rubro, dicha mención servirá de soporte a la empresa Aquafood para valorar la importancia de implementar y aplicar un plan de gestión de RSE.

Estos resultados no guardan relación con lo que sostiene Mariuxi Carreño (2020), ya que mencionan que las empresas camaroneras no cumplen con los requisitos establecidos para la RS, por lo general la mayoría cumplen de manera esporádica con los requisitos que establece las diferentes normativas internacionales de responsabilidad social, así mismo cumplen a nivel medio con su

obligaciones laborales y éticas que les permitan trabajar bajo un nivel de RS referente al cuidado de sus trabajadores, comunidad y el medio ambiente. Por tanto es importante que Aquafood obtenga un plan de responsabilidad social para mejorar la calidad de vida de sus trabajadores y a su vez ganar identidad como empresa para tener mayor rentabilidad en el mercado internacional.

Como valor agregado, ante los aciertos revelados se ha podido obtener resultados claros y precisos en cuanto a las variables planteadas de las cuales tenemos las más importantes:

- a) Nivel de importancia de la RSE para las empresas camaroneras de la región Tumbes.
- b) Disponibilidad de las empresas camaroneras de la región Tumbes a la aplicación de las normas de RSE.
- c) Facilidad de implementar las normas de RSE en las empresas camaroneras de Tumbes.
- d) Nivel de interés de las empresas camaroneras en ser competitivas a nivel mundial.

Con el análisis de las encuestas se pudo determinar que más del 70% del personal encuestado tienen interés en la aplicación de la responsabilidad social debido a los grandes beneficios que posee en especial el éxito que promete a un corto plazo, además la ejecución de la responsabilidad social es factible en las empresas camaroneras de la región Tumbes, al mismo tiempo el principal obstáculo para que la RS no se haya implementado es debido que las empresas camaroneras no consideran que el proceso sea fácil, ya que existen preocupaciones en cuanto al costo de adaptación, los riesgos que implicaría y finalmente se comprobó que las empresas camaroneras de la región Tumbes están dispuestas a implementar la RS siempre y cuando cuenten con estrategias que les faciliten el proceso, pues tienen consciencia de los beneficios sociales, económicos y ambientales.

Para poder impulsar la aplicación de la RS en la empresa Aquafood Perú se exhorta poner a disposición los instrumentos técnicos, como los manuales o guías que ayuden a las empresas realizar sus actividades considerando los principios de comportamiento ético, rendición de cuentas, transparencia, rentabilidad entre

otros, ya que así operarán con plena consciencia del impacto que sus actividades tendrán en el ámbito social, económico y ambiental.

Teniendo en cuenta lo mencionado se conseguirá un gran impacto positivo, ofreciendo productos de alta calidad que puedan ajustarse a los requerimientos de la demanda local e internacional, además siendo respetuosos con el medio ambiente, los derechos humanos y contribuyendo con el desarrollo del país.

## **VI. CONCLUSIONES**

Luego de haber efectuado la investigación se arribó a las siguientes conclusiones:

1. Se encontró en los resultados que, los encuestados manifestaron tener una intuición regular de responsabilidad social por lo que ha generado en la empresa un obstáculo en poner en marcha la RSE provocando un desarrollo lento en el sector, afectando de manera directa al medio ambiente y a las comunidades cercanas.
2. Se diseñó una propuesta denominada “estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000” con la finalidad de fomentar el desarrollo de la responsabilidad social en la empresa camaronera.
3. La propuesta estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000, se validó por los expertos indicando que el resultado fue excelente, precisándose que es pertinente y trascendente su ejecución y evaluación en la empresa Aquafood Perú.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Luego de haber formulado las conclusiones se plantea las siguientes recomendaciones:

Se recomienda al gerente general de la empresa impulse y promueva la responsabilidad social para realizar sus actividades, ya que sus grupos de interés son: proveedores, trabajadores, clientes, entes reguladores, transportistas y por supuesto el medio ambiente con todos los recursos que este le brinda para la realización de su actividad.

Se sugiere al administrador incentivar los programas de responsabilidad social que se realicen en la empresa ya sea con reconocimientos o menciones con la finalidad de despertar el interés de aquellas que no consideran necesario o beneficioso el implementar este tipo de estrategia en sus actividades operacionales.

Se recomienda al jefe de producción brindar manuales u otros instrumentos que faciliten la implementación de la estrategia de RS en la empresa, así como ejemplos de programas que las empresas puedan ejecutar de acuerdo a sus capacidades técnicas, económicas y profesionales con la finalidad de buscar nuevos métodos para obtener la sustentabilidad de la empresa con sus grupos de interés.

Se sugiere a la escuela de posgrado de la universidad César Vallejo ampliar investigaciones posteriores que permitan el seguimiento y el proceso de datos actualizados en el sector camaronero y los diferentes elementos que incurrieron en la investigación.

## **VIII. PROPUESTA**

### **Título de la propuesta**

Estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000.

### **Justificación**

En el desarrollo de la investigación se encontró factores importantes de la empresa Aqufood Perú, la cual se destaca la gran demanda que tiene el camarón en el mercado extranjero, por esta razón la empresa deben cumplir estrictas normas internacionales establecidas por los organismos de control, con el fin de garantizar los estándares más altos de calidad y que estos no comprometan la salud humana ni representen ningún tipo de peligro para el mercado en el que se pretende ingresar.

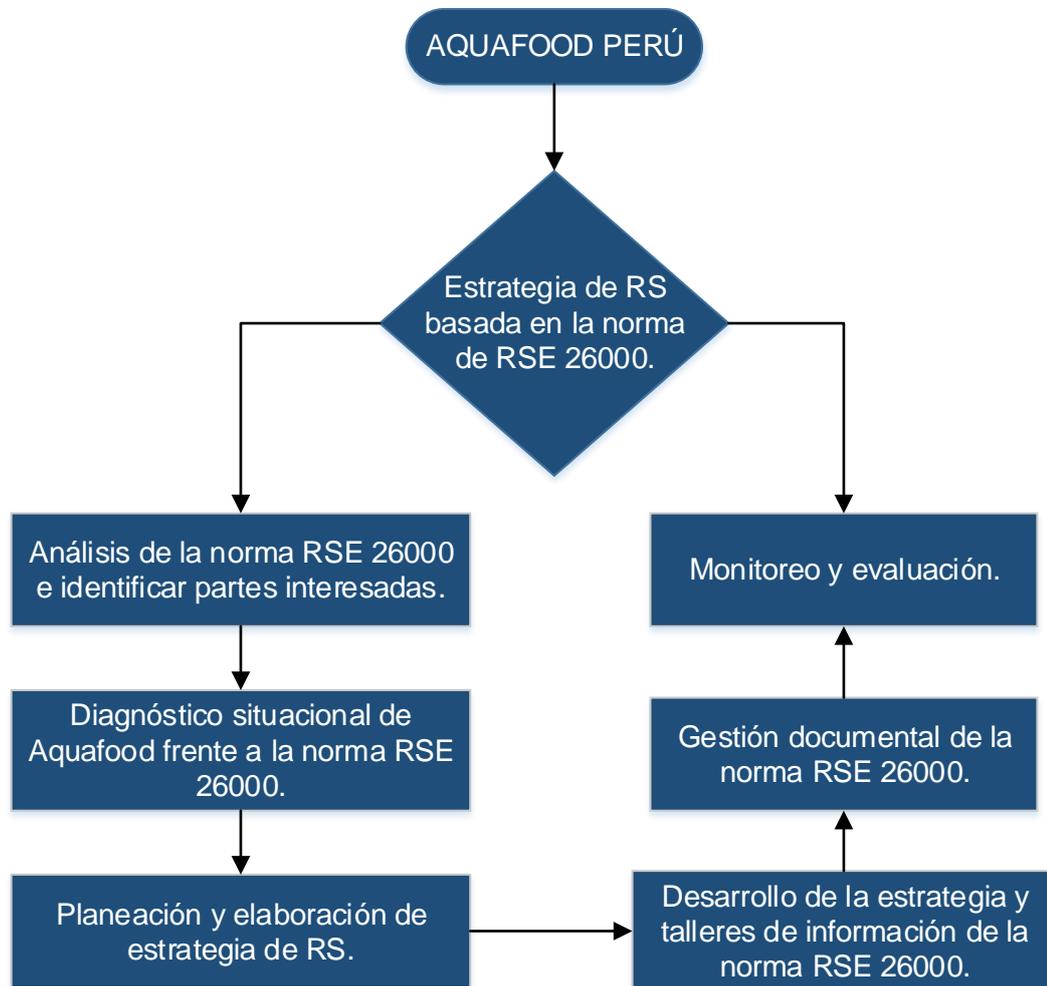
Por otro lado, la información que brindó el personal de la empresa objeto de investigación considera que implementar responsabilidad social mejora la imagen de la empresa y aumenta su rentabilidad, además garantiza su supervivencia mediante un correcto desenvolvimiento en la sociedad y el medio ambiente, sin embargo también consideran que al no ser una norma de carácter obligatorio y que por consiguiente no emita una certificación les resulte más factible evitarse complicaciones con proyectos de RS.

Conforme a lo antes mencionado se evidencia una clara falta de motivación y compromiso entre la empresa y sus entes reguladores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, ya que todos estos interactúan entre sí ya sea de manera directa o indirecta y asisten según su función al éxito o fracaso de las operaciones en las que están involucrados.

Por todo lo señalado, se ha presentado esta propuesta como aporte para el ascenso de este sector productivo como es el sector de acuicultura esperando que se considere como ejemplo para aplicarse en otros sectores que formen parte del desarrollo sostenible.

## Síntesis gráfica de la propuesta

**Figura 5:** Flujograma de la estrategia de RS basada en la norma RSE 26000.



*Fuente: elaboración propia.*

## REFERENCIAS

- Acosta, R. M. (2013). *Responsabilidad social corporativa en las cadenas hoteleras españolas: factores determinantes de su nivel de desarrollo y consecuencias*.  
[http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/7260/Responsabilidad\\_social\\_corporativa.pdf?sequence=2](http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/7260/Responsabilidad_social_corporativa.pdf?sequence=2)
- Anlesinya Alex, A. J. (2014). The Effect of Corporate Social responsibility on Financial Performance of MTN Ghana Limited. *International Journal of Thesis Projects and Dissertations*, 2(1), 62–69.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/cc052e36-9bcf-3b9f-baa0-3f7b3c6b1830/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7Bbc501f32-c086-4e64-98d9-2c7cc5383db9%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/cc052e36-9bcf-3b9f-baa0-3f7b3c6b1830/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bbc501f32-c086-4e64-98d9-2c7cc5383db9%7D)
- Ball, R. G. (2015). Deflating profitability. *Financial Economics*, 225-248.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/bef4a83d-364c-3e26-b557-f3ebe04d2c7a/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B7e48b35a-e034-4eb8-b8d0-547fd23eedf5%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/bef4a83d-364c-3e26-b557-f3ebe04d2c7a/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B7e48b35a-e034-4eb8-b8d0-547fd23eedf5%7D)
- Barbachan, M. (2017). La responsabilidad social empresarial en el Perú: Desafío y oportunidades.  
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>
- Bhattarai, B. (2017). THE IMPACT OF CREDIT RISK MANAGEMENT ON THE PROFITABILITY OF NEPALESE COMMERCIAL BANKS. *International Journal of Business Strategy*.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/d79946a4-e6d1-3f0e-a2f8-fb52f81a5dee/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7Bb62728f1-ccaa-499e-8730-70078c50d8ed%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/d79946a4-e6d1-3f0e-a2f8-fb52f81a5dee/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bb62728f1-ccaa-499e-8730-70078c50d8ed%7D)
- Calderón, J. F. (2014). El concepto de responsabilidad social empresarial. *Cemefi*.  
[https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

- Camizán, R. G. (2019). *Efecto de la aplicación del probiótico en el crecimiento, supervivencia y estado sanitario Litopenaeus vannamei en etapa de precría*.  
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/989/TESIS%20-%20GARCIA%20CAMIZAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chorres, C. Y. (2014). *Capacitación y rentabilidad de las mypes comerciales - rubro librería de la ciudad de Piura, periodo 2012*.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/43/VERGARA\\_CHORRES\\_CATHERINE\\_YESSENIA\\_CAPACITACION\\_Y\\_RENTABILIDAD\\_%20RUBRO\\_LIBRERIA.pdf?sequence=7&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/43/VERGARA_CHORRES_CATHERINE_YESSENIA_CAPACITACION_Y_RENTABILIDAD_%20RUBRO_LIBRERIA.pdf?sequence=7&isAllowed=y)
- Cruz, C. L.-K.-G. (2014). re Family Firms Really More Socially Responsible? Entrepreneurship: Theory and Practice. En C. L.-K.-G. Cruz.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/b23912ef-f92c-3594-b187-900dbbff2778/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B85740615-7882-42c0-9161-69aa637d7e9e%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/b23912ef-f92c-3594-b187-900dbbff2778/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B85740615-7882-42c0-9161-69aa637d7e9e%7D)
- Dayanara Evelyn Hernández Sánchez, G. S. (2017). *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca*.  
[http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2676/1/2017\\_Hernandez\\_La\\_responsabilidad\\_social\\_empresarial.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2676/1/2017_Hernandez_La_responsabilidad_social_empresarial.pdf)
- Dixon, T. (2014). Corporate Social Responsibility, the Triple Bottom Line, Standardization and Brand Management in Houston, Texas. *Master Thesis in Sustainable Development at Uppsala University*.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/5b1fa83c-f3e4-3956-a9f4-222291a3e8c3/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B71fb3424-a187-4a23-bdb8-634c307d98f9%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/5b1fa83c-f3e4-3956-a9f4-222291a3e8c3/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B71fb3424-a187-4a23-bdb8-634c307d98f9%7D)
- Escobar, Y. L. (2016). DOCPLAYER: <http://docplayer.es/90399958-Analisis-documental-normas-establecidas.html>

- Fatma, M. (2016). Measuring the influence of corporate social responsibility on consumer responses. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. Springer Verlag.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/922c0b75-6250-3247-9f74-fa385cbd15ce/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B9df90c32-9962-48c3-b9b2-67741d3d04c5%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/922c0b75-6250-3247-9f74-fa385cbd15ce/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B9df90c32-9962-48c3-b9b2-67741d3d04c5%7D)
- García, I. (2017). *economía simple.net*.  
<https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad>
- Germán Rubio Guerrero, F. A. (2016). La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas. *Administración y desarrollo*, 160-174.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6403474.pdf>
- Godos, J. P. (2018). Diseños de investigación para tesis de posgrado. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 71-76.  
<http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/psicologia/article/download/660/581/>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2016). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill Educación, 6ta. Edición. En S. Hernández, C. Fernández, & L. Baptista, *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Educación, 6ta. Edición (pág. 200).
- Huarhua, E. E. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial como medio de Rentabilidad y Competitividad*.  
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6917>
- Hurtado, J. (2014). *Investigación holística*. Venezuela: Fundación Sygal.  
<https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>
- INCAE BUSINESS SCHOOL. (2014). Cátedra BATCCA de Empresa Social y responsabilidad social empresarial. <http://www.cepb.org.bo/urse/wp-content/uploads/2014/12/E25.pdf>
- Jaramillo, G. J. (2016). *Análisis de la rentabilidad y su influencia en la producción de la camaronera Hualtaco del Cantón Huaquillas*.

[http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/7620/1/DE00011\\_TRABAJOD ETITULACION.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/7620/1/DE00011_TRABAJOD ETITULACION.pdf)

Jose Luis Fernández Fernández, A. B. (2015). La teoría del stakeholder de los grupos de interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y sostenibilidad. *aDResearchESIC*, pag. 130 a 143.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3980299.pdf>

Kana, K. M. (2017). *Determinants of Bank Profitability: An Empirical Study of South African Banks*. [https://www.mendeley.com/catalogue/ca0ae1d8-b99f-3212-8b04-9c4cbe730fff/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7Bd8710b41-2a4c-47a3-aead-12d10d43cf24%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/ca0ae1d8-b99f-3212-8b04-9c4cbe730fff/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bd8710b41-2a4c-47a3-aead-12d10d43cf24%7D)

Khaldun, K. I. (2014). The Influence of Profitability and Liquidity Ratios on The Growth of Profit of Manufacturing Companies. *International Journal of Economics, Commerce*. [https://www.mendeley.com/catalogue/3f77150d-0630-3d64-9508-790ef84df2a8/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B01d86a35-ae01-464f-8070-90ce62e10b0c%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/3f77150d-0630-3d64-9508-790ef84df2a8/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B01d86a35-ae01-464f-8070-90ce62e10b0c%7D)

Knudsen, J. S. (2015). Why governments intervene: Exploring mixed motives for public policies on corporate social responsibility. *Public Policy and Administration*, 51-72. [https://www.mendeley.com/catalogue/1dc25169-6ba1-31c4-ab5e-4d5fc3d4641c/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7Bac4e3fde-e61a-49b3-bc91-93a3e0c8fd4f%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/1dc25169-6ba1-31c4-ab5e-4d5fc3d4641c/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bac4e3fde-e61a-49b3-bc91-93a3e0c8fd4f%7D)

Lalaleo, J. C. (2016). *Análisis de relación causal de la Responsabilidad Social Empresarial en la imagen corporativa y rendimiento financiero de las Pymes*.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23711/1/T3732i.pdf>

- Laura Vannesa Utria Payares, L. E. (2017). Análisis de la evolución teórica de la responsabilidad social empresarial. *Gerencia Libre volumen 3*.  
[https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gerencia\\_libre/article/download/3190/2599/](https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gerencia_libre/article/download/3190/2599/)
- Lozano, J. P. (2015). La responsabilidad social empresarial: del cumplimiento de la ley a la construcción de un modelo de gestión y una filosofía empresarial y organizacional. *Revista de la facultad de derecho*, 129-150.  
[https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/lus\\_et\\_Praxis/article/download/668/644/](https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/lus_et_Praxis/article/download/668/644/)
- Lujan, C. M. (2016). Marco regulatorio de la acuicultura en el Perú. *La agenda pendiente: Ministerio de la producción*. <http://www.fpas.pe/wp-content/uploads/Marco-regulatorio-para-la-acuicultura.pdf>
- Malackan, B. (2016). *NCREASING THE COMPETITIVENESS AND PROFITABILITY OF A SMALL AND MEDIUM-SIZED*.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/2cff163e-d826-3d30-9192-40286aa0273b/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7Ba1537995-4cce-4989-af45-bea0a0d831c1%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/2cff163e-d826-3d30-9192-40286aa0273b/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Ba1537995-4cce-4989-af45-bea0a0d831c1%7D)
- MAPFRE. (2017). *MAPFRE*: <https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/>
- Maritza Maricel Calle Alferez, H. V. (2016). *Análisis de la influencia de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento de compra de los consumidores de servicio hoteleros de 3 estrellas de Tacna*.  
[http://repositorio.neumann.edu.pe/bitstream/NEUMANN/17/1/TESIS%20\\_MAN\\_Calle\\_Torres\\_Nina.pdf](http://repositorio.neumann.edu.pe/bitstream/NEUMANN/17/1/TESIS%20_MAN_Calle_Torres_Nina.pdf)
- Mariuxi Jasmín Carreño Godoy, J. C. (2020). La responsabilidad social en las empresas camaroneras. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7439110.pdf>

- Medranda, J. M. (2017). *Propuesta de un plan de responsabilidad social para mejorar la vinculación de la compañía empresa pesquera polar con los habitantes de la parroquia Salango, Manabí.*
- Mena, F. G. (11 de Febrero de 2019). Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de Responsabilidad Social. *Diario Gestión*.  
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/#:~:text=El%20Per%C3%BA%20es%20un%20pa%C3%ADs,implementarlo%20para%20su%20beneficio%20personal>.
- mincetur.gob.pe. (2019). [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/estadisticas\\_y\\_publicaciones/estadisticas/reporte\\_regional/RRC\\_Tumbes\\_1sem\\_2019.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/reporte_regional/RRC_Tumbes_1sem_2019.pdf).  
[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/estadisticas\\_y\\_publicaciones/estadisticas/reporte\\_regional/RRC\\_Tumbes\\_1sem\\_2019.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/reporte_regional/RRC_Tumbes_1sem_2019.pdf).
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2016). Programa para la Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial "Perú Responsable". *Perú Responsable*.  
[https://econodistica.weebly.com/uploads/2/4/0/4/24041316/informe\\_de\\_gestio%C3%B3n\\_anual\\_2015\\_per%C3%BA\\_responsable.pdf](https://econodistica.weebly.com/uploads/2/4/0/4/24041316/informe_de_gestio%C3%B3n_anual_2015_per%C3%BA_responsable.pdf)
- Navarrete, I. O. (2018). Manejo de cultivo de camarón. *Cultivo de camarón*.  
<https://docplayer.es/20362535-Ing-oswaldo-navarrete-e-cultivo-de-langostinos.html>
- Network Intelligence Studies. (2014). Corporate Social Responsibility and Companies' Reputation. *Network Intelligence Studies*.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/3b9ff1ee-4ca1-3ddf-bf76-236a82af0c26/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B652a6b97-3511-453f-98c0-ee11ced096e1%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/3b9ff1ee-4ca1-3ddf-bf76-236a82af0c26/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B652a6b97-3511-453f-98c0-ee11ced096e1%7D)
- Perez, J. F. (2019). Responsabilidad Social Empresarial , ¿qué es y por qué es importante? *IMF Business School*.

- Prado, R. L. (2016). *Control de existencias para la mejora de la rentabilidad de la empresa grupo ferretero asunción SAC del distrito de Puente Piedra - Lima*. <https://es.slideshare.net/javichito/control-de-existencias-y-rentabilidad-71638348>
- Roe, J. R. (2018). Experiencia global en gobernanza de sistemas de innovación en pesca y acuicultura. *Programa nacional de innovación de pesca y acuicultura*. <https://www.pnipa.gob.pe/wordpress/PDF/Libros/LIBRO-TALLER-INTERNACIONAL.pdf>
- Romero, C. B. (2018). La responsabilidad social o sostenibilidad: un enfoque desde el entorno y la comunicación. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*. <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/16.2018.04/2943>
- Salas, J. I. (2017). *Los costos por procesos y su incidencia en la Rentabilidad en las Empresas Camaroneras*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1572/1/T-ULVR-0418.pdf>
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación sexta edición. En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación sexta edición*. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Sandi, V. F. (2016). La investigación aplicada y básica/pura. *Icap*. <https://es.slideshare.net/FabiolaNava4/investigacin-bsica-y-aplicada-58356533>
- Sandoval, A. A. (2018). *AQUAHOY Portal de Información en Acuicultura*: <https://www.aquahoy.com/editorial/30834-creacion-del-ministerio-de-acuicultura-y-pesca>
- Scherer, A. G. (2016). *Managing for Political Corporate Social Responsibility: New Challenges and Directions for PCSR 2.0*. London. [https://www.mendeley.com/catalogue/748658da-7301-349f-9204-4d4823228274/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B61801201-352e-4758-9335-6bd7c84844e9%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/748658da-7301-349f-9204-4d4823228274/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B61801201-352e-4758-9335-6bd7c84844e9%7D)

- Shirley Elizabeth Castillo Mejia, A. E. (2017). *Teorías y enfoques que sustentan la responsabilidad social empresarial de las empresas*. Ecuador.  
 epositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3553/1/TEORÍAS%20Y%20ENFOQUES%20QUE%20SUSTENTAN%20LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20%281%29.pdf
- Solis, J. I. (2015). Las normas de la responsabilidad social.Su dimensión en el ambito laboral de las empresas. *Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM*.  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/rlds/n20/1870-4670-rlds-20-00003.pdf>
- Syifa, H. M. (2017). FINANCIAL DISTRESS, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, PROFITABILITAS TERHADAP KONSERVATISME AKUNTANSI. *urnal Riset Akuntansi Kontemporer*.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/d70e971a-594d-3b21-92ed-9ac751f1da00/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7Be1740160-69cc-452f-9b2f-6fa175db94e0%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/d70e971a-594d-3b21-92ed-9ac751f1da00/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Be1740160-69cc-452f-9b2f-6fa175db94e0%7D)
- Toppinen, A. H. (2015). ISO 26000 in the assessment of CSR communication quality: CEO letters and social media in the global pulp and paper industry. *Social Responsibility Journal*, 702-715.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/03765f4e-47e6-35f6-baa0-13602389583a/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B7e79c681-fdbc-4eec-a618-2a9f72ba294f%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/03765f4e-47e6-35f6-baa0-13602389583a/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B7e79c681-fdbc-4eec-a618-2a9f72ba294f%7D)
- Tran, T. (2015). Corporate social responsibility and profits: A tradeoff or a balance? *Center on Democracy, Development, and the Rule of Law*.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/23757bc5-2e22-3f14-8c98-7dcf7eefde55/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7Be954c42d-9486-4156-9188-05e8510dfa1b%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/23757bc5-2e22-3f14-8c98-7dcf7eefde55/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Be954c42d-9486-4156-9188-05e8510dfa1b%7D)

- Turkheimer, E. y. (2019). ISO 26000-Social Responsibility. *Psychological Bulletin*.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/f14bbfa9-8325-3067-bdf9-6bb1b7c53608/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B083f778f-817d-4c21-9ec6-fad3e91859fa%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/f14bbfa9-8325-3067-bdf9-6bb1b7c53608/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B083f778f-817d-4c21-9ec6-fad3e91859fa%7D)
- Uche, S. C. (2018). Generation Z and Corporate Social Responsibility. *The British Journal of Psychiatry*. [https://www.mendeley.com/catalogue/0d7cbae8-f9c4-3e5e-81a9-e762d337515b/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B56822a2c-d3e4-4511-86e7-48780ad7a329%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/0d7cbae8-f9c4-3e5e-81a9-e762d337515b/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B56822a2c-d3e4-4511-86e7-48780ad7a329%7D)
- van de Ven, B. V. (2017). Competing responsibly. In Corporate Social Responsibility. En B. V. van de Ven, *Competing responsibly. In Corporate Social Responsibility*. [https://www.mendeley.com/catalogue/4df16534-8fb5-3c5d-9852-2d3eae25cd32/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B62e5ece3-7998-4a81-9e11-3535365fadfa%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/4df16534-8fb5-3c5d-9852-2d3eae25cd32/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B62e5ece3-7998-4a81-9e11-3535365fadfa%7D)
- WILLI, A. (2016). Corporate Social Responsibility in Developing Countries : An Institutional Analysis. *University of Bath Library*.  
[https://www.mendeley.com/catalogue/4fa2028d-76ff-3330-a425-ef5df3ee7e40/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B9b7f3c8c-4ac9-4336-96ee-4c57e6d694f8%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/4fa2028d-76ff-3330-a425-ef5df3ee7e40/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B9b7f3c8c-4ac9-4336-96ee-4c57e6d694f8%7D)
- Wright, J. (2019). ¿Puede la India sostener su auge del camarón cultivado? *Global Aquaculture Alliance*.  
<https://www.aquaculturealliance.org/advocate/puede-la-india-sostener-su-auge-del-camaron-cultivado/>
- Yensu, J. Y. (2016). *Financial Management Practices and Profitability of Business Enterprises in Obuasi Municipality, Ghana*.  
[https://www.researchgate.net/publication/317237907\\_Financial\\_Manageme](https://www.researchgate.net/publication/317237907_Financial_Manageme)

nt\_Practices\_and\_Profitability\_of\_Business\_Enterprises\_in\_Obuasi\_Municipality\_Ghana

## Anexos

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO
Responsabilidad social.	Se basa en pilares tales como, la sostenibilidad y herramientas como reportes de evaluación, con la finalidad de medir el impacto que estas provocan en cada organización a través de sus programas de responsabilidad social.	La responsabilidad social contribuye al desarrollo humano, cuando la empresa cumple y brinda confianza a sus trabajadores y familiares de estos, a la sociedad en general y la comunidad en la que se encuentra.	Interna	El cumplimiento de las leyes.	Ordinal	Cuestionario
				Principios éticos y transparencia.		
				Mitigación de impactos negativos.		
				Desarrollo del capital humano.		
			Externa	Beneficios de los colaboradores.	Ordinal	Cuestionario
				Proyección a las familias.		
Comunidad a nivel regional y nacional.						

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO
Rentabilidad	Son beneficios conseguidos como producto de una inversión realizada con anticipación, además este concepto es considerado importante en el ámbito empresarial y así también en las inversiones.	Es la relación que se presenta entre los recursos invertidos en la negociación de la misma en comparación con las ganancias y/o beneficios adquiridos.	Rentabilidad financiera	Índice de ventas referente al activo.	Ordinal	Cuestionario
				Índice de activo respecto al patrimonio		
				Índice de utilidad ante impuestos referente a las ventas.		
				Índice de utilidad neta referente a la colaboración de los trabajadores.		
			Rentabilidad económica	Rendimiento de los activos de la empresa.	Ordinal	Cuestionario
				Rendimiento respecto al patrimonio.		
				Utilidad neta sobre ventas.		
				Utilidad operacional referente a las ventas.		

## Anexo 2. Instrumento de recolección de datos.

### Cuestionario de responsabilidad social y rentabilidad.

Se agradece anticipadamente la colaboración de los trabajadores de la empresa Aquafood Perú – Tumbes.

Marque con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem:

Nº	Ítems	Escala de valoración		
		Nunca (0)	Casi siempre (1)	Siempre (2)
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>				
<b>DIMENSIÓN 1: INTERNA</b>				
1	Es importante que las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes operen bajo responsabilidad social			
2	Es necesario implementar la responsabilidad social en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes			
3	Las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes al aplicar la responsabilidad social aseguran su supervivencia y crecimiento dentro del mercado			
4	La aplicación de la responsabilidad social eleva el nivel de rentabilidad de las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes en el mercado internacional			
5	Los principios de la responsabilidad social ayudan a garantizar la preservación del medio ambiente			
<b>DIMENSIÓN 2: EXTERNA</b>				
6	Las empresas camaroneras peruanas deben operar respetando las normativas internacionales de la responsabilidad social			
7	Los planes de gestión de responsabilidad social son de fácil aplicación en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes			
8	Sería beneficioso aplicar estrategias para que las empresas camaroneras de la ciudad Tumbes implementen la responsabilidad social			
9	Usted como entidad gubernamental cree que se deba normar, regular y controlar la aplicación de criterios de responsabilidad social empresarial a las empresas camaroneras en la ciudad de Tumbes			
10	La implementación de responsabilidad social en empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes ayudará a que a un largo plazo el país alcance el desarrollo			

Nº	Ítems	Escala de valoración		
		Nunca (0)	Casi siempre (1)	Siempre (2)
<b>RENTABILIDAD</b>				
<b>DIMENSIÓN 1: RENTABILIDAD FINANCIERA</b>				
1	En la empresa logran alcanzar sus objetivos de rentabilidad patrimonial			
2	Logra la empresa alcanzar una rentabilidad operativa favorable			
3	Las estrategias de venta, con las que cuenta, le han permitido mejorar positivamente su rentabilidad neta			
4	Se encuentra en la posibilidad de maximizar la rentabilidad financiera de manera favorable			
5	La empresa planifica las ventas que tendrá al final de cada campaña			
<b>DIMENSIÓN 2: RENTABILIDAD ECONÓMICA</b>				
6	considera que la rentabilidad obtenida en la empresa es óptima			
7	La empresa tiene la capacidad de obtener rentabilidad bruta favorable			
8	La rentabilidad obtenida hasta el momento de su empresa es la esperada			
9	En la empresa ponen en práctica los factores de la rentabilidad			
10	Se informa a la gerencia sobre los índices de la rentabilidad de la empresa			

### Anexo 3. Validez y confiabilidad

#### FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes.

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Responsabilidad Social	Interna	El cumplimiento de las leyes	Es importante que las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes operen bajo responsabilidad social	X		X		X		X		
			Es necesario implementar la responsabilidad social en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes									
		Principios éticos y transparencia	Las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes al aplicar la responsabilidad social aseguran su supervivencia y crecimiento dentro del mercado	X		X		X		X		
		Mitigación de impactos negativos	La aplicación de la responsabilidad social eleva el nivel de rentabilidad de las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes en el mercado internacional	X		X		X		X		
		Desarrollo del capital humano	Los principios de la responsabilidad social ayudan a garantizar la preservación del medio ambiente	X		X		X		X		
	Externa	Beneficio de los colaboradores	Las empresas camaroneras peruanas deben operar respetando las normativas internacionales de la responsabilidad social	X		X		X		X		
			Los planes de gestión de responsabilidad social son de fácil aplicación en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes									
		Proyección a las familias	Sería beneficioso aplicar estrategias para que las empresas camaroneras de la ciudad Tumbes implementen la responsabilidad social	X		X		X		X		
			Usted como entidad gubernamental cree que se deba normar, regular y controlar la aplicación de criterios de responsabilidad social empresarial a las empresas camaroneras en la ciudad de Tumbes									
		Comunidad a nivel regional y nacional	La implementación de responsabilidad social en empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes ayudará a que a un largo plazo el país alcance el desarrollo	X		X		X		X		

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones	
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta			
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Rentabilidad	Rentabilidad financiera	Índice de ventas referente al activo	En la empresa logran alcanzar sus objetivos de rentabilidad patrimonial	X		X		X		X			
		Índice de activo respecto al patrimonio	Logra la empresa alcanzar una rentabilidad operativa favorable	X		X		X		X			
		Índice de utilidad ante impuestos referente a las ventas	Las estrategias de venta, con las que cuenta, le han permitido mejorar positivamente su rentabilidad neta	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
			Se encuentra en la posibilidad de maximizar la rentabilidad financiera de manera favorable										
	Índice de utilidad neta referente a la colaboración de los trabajadores	La empresa planifica las ventas que tendrá al final de cada campaña de cosecha	X		X		X		X		X		
	Rentabilidad económica	Rendimiento de los activos de la empresa	considera que la rentabilidad obtenida en la empresa es optima	X		X		X		X		X	
		Rendimiento respecto al patrimonio	La empresa tiene la capacidad de obtener rentabilidad bruta favorable	X		X		X		X		X	
		Utilidad neta sobre ventas	La rentabilidad obtenida hasta el momento de su empresa es la esperada	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
			En la empresa ponen en práctica los factores de la rentabilidad										
	Utilidad operacional referente a las ventas	Se informa a la gerencia sobre los índices de la rentabilidad de la empresa	X		X		X		X		X		

Grado y Nombre del Experto: Dr. Gilberto Carrión Barco.

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes.

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario de responsabilidad social y rentabilidad.

### 3. TESISISTA:

Br. Díaz Oliva Luis Antonio.

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 08 de noviembre de 2020.

---

**Dr. Gilberto Carrión Barco**  
DNI: 16720146

## FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

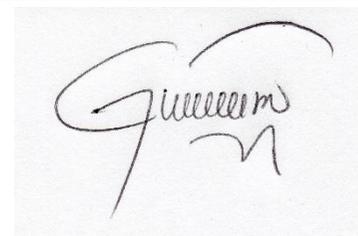
**TÍTULO DE LA TESIS: Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes.**

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Responsabilidad Social	Interna	El cumplimiento de las leyes	Es importante que las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes operen bajo responsabilidad social	X		X		X		X		
			Es necesario implementar la responsabilidad social en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes									
		Principios éticos y transparencia	Las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes al aplicar la responsabilidad social aseguran su supervivencia y crecimiento dentro del mercado	X		X		X		X		
		Mitigación de impactos negativos	La aplicación de la responsabilidad social eleva el nivel de rentabilidad de las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes en el mercado internacional	X		X		X		X		
		Desarrollo del capital humano	Los principios de la responsabilidad social ayudan a garantizar la preservación del medio ambiente	X		X		X		X		
	Externa	Beneficio de los colaboradores	Las empresas camaroneras peruanas deben operar respetando las normativas internacionales de la responsabilidad social	X		X		X		X		
			Los planes de gestión de responsabilidad social son de fácil aplicación en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes									
		Proyección a las familias	Sería beneficioso aplicar estrategias para que las empresas camaroneras de la ciudad Tumbes implementen la responsabilidad social	X		X		X		X		
			Usted como entidad gubernamental cree que se deba normar, regular y controlar la aplicación de criterios de responsabilidad social empresarial a las empresas camaroneras en la ciudad de Tumbes									
		Comunidad a nivel regional y nacional	La implementación de responsabilidad social en empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes ayudará a que a un largo plazo el país alcance el desarrollo	X		X		X		X		

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones	
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta			
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Rentabilidad	Rentabilidad financiera	Índice de ventas referente al activo	En la empresa logran alcanzar sus objetivos de rentabilidad patrimonial	X		X		X		X			
		Índice de activo respecto al patrimonio	Logra la empresa alcanzar una rentabilidad operativa favorable	X		X		X		X			
		Índice de utilidad ante impuestos referente a las ventas	Las estrategias de venta, con las que cuenta, le han permitido mejorar positivamente su rentabilidad neta	X	X	X	X	X	X	X	X		
			Se encuentra en la posibilidad de maximizar la rentabilidad financiera de manera favorable										
	Índice de utilidad neta referente a la colaboración de los trabajadores	La empresa planifica las ventas que tendrá al final de cada campaña de cosecha	X		X		X		X				
	Rentabilidad económica	Rendimiento de los activos de la empresa	considera que la rentabilidad obtenida en la empresa es optima	X		X		X		X			
		Rendimiento respecto al patrimonio	La empresa tiene la capacidad de obtener rentabilidad bruta favorable	X		X		X		X			
		Utilidad neta sobre ventas	La rentabilidad obtenida hasta el momento de su empresa es la esperada	X	X	X	X	X	X	X	X		
			En la empresa ponen en práctica los factores de la rentabilidad										
	Utilidad operacional referente a las ventas	Se informa a la gerencia sobre los índices de la rentabilidad de la empresa	X		X		X		X				

**Grado y Nombre del Experto: Mg. Franklin Guerreo Campos**

**Firma del experto:**



**EXPERTO EVALUADOR**

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes.

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario de responsabilidad social y rentabilidad.

### 3. TESISISTA:

Br. Díaz Oliva Luis Antonio.

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 08 de noviembre de 2020.



---

**Mg. Franklin Guerrero Campos**  
**DNI: 33594072**

## FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

**TÍTULO DE LA TESIS: Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes**

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Responsabilidad Social	Interna	El cumplimiento de las leyes	Es importante que las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes operen bajo responsabilidad social	X		X		X		X		
			Es necesario implementar la responsabilidad social en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes									
		Principios éticos y transparencia	Las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes al aplicar la responsabilidad social aseguran su supervivencia y crecimiento dentro del mercado	X		X		X		X		
		Mitigación de impactos negativos	La aplicación de la responsabilidad social eleva el nivel de rentabilidad de las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes en el mercado internacional	X		X		X		X		
		Desarrollo del capital humano	Los principios de la responsabilidad social ayudan a garantizar la preservación del medio ambiente	X		X		X		X		
	Externa	Beneficio de los colaboradores	Las empresas camaroneras peruanas deben operar respetando las normativas internacionales de la responsabilidad social	X		X		X		X		
			Los planes de gestión de responsabilidad social son de fácil aplicación en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes									
		Proyección a las familias	Sería beneficioso aplicar estrategias para que las empresas camaroneras de la ciudad Tumbes implementen la responsabilidad social	X		X		X		X		
			Usted como entidad gubernamental cree que se deba normar, regular y controlar la aplicación de criterios de responsabilidad social empresarial a las empresas camaroneras en la ciudad de Tumbes									
		Comunidad a nivel regional y nacional	La implementación de responsabilidad social en empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes ayudará a que a un largo plazo el país alcance el desarrollo	X		X		X		X		

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Rentabilidad	Rentabilidad financiera	Índice de ventas referente al activo	En la empresa logran alcanzar sus objetivos de rentabilidad patrimonial	X		X		X		X		
		Índice de activo respecto al patrimonio	Logra la empresa alcanzar una rentabilidad operativa favorable	X		X		X		X		
		Índice de utilidad ante impuestos referente a las ventas	Las estrategias de venta, con las que cuenta, le han permitido mejorar positivamente su rentabilidad neta	X	X	X	X	X	X	X	X	
			Se encuentra en la posibilidad de maximizar la rentabilidad financiera de manera favorable									
	Índice de utilidad neta referente a la colaboración de los trabajadores	La empresa planifica las ventas que tendrá al final de cada campaña de cosecha	X		X		X		X			
	Rentabilidad económica	Rendimiento de los activos de la empresa	considera que la rentabilidad obtenida en la empresa es optima	X		X		X		X		
		Rendimiento respecto al patrimonio	La empresa tiene la capacidad de obtener rentabilidad bruta favorable	X		X		X		X		
		Utilidad neta sobre ventas	La rentabilidad obtenida hasta el momento de su empresa es la esperada	X	X	X	X	X	X	X	X	
			En la empresa ponen en práctica los factores de la rentabilidad									
	Utilidad operacional referente a las ventas	Se informa a la gerencia sobre los índices de la rentabilidad de la empresa	X		X		X		X			

Grado y Nombre del Experto: Mg. Charles Levi Roque Cortez

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes.

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario de responsabilidad social y rentabilidad.

### 3. TESISISTA:

Br. Díaz Oliva Luis Antonio.

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 07 de noviembre de 2020.



Charles Levi Roque Cortez  
ING. PESQUERO  
Reg. 151000

---

**Mg. Charles Levi Roque Cortez**  
**DNI: 44008743**

## Análisis de confiabilidad

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
	Válido	97	100,0
Casos	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	97	100,0

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

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,834	,829	20

### Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	1,674	1,515	1,876	,361	1,238	,008	20
Varianzas de elemento	,251	,110	,460	,351	4,202	,006	20
Correlaciones entre elementos	,196	-,115	,706	,821	-6,136	,035	20

## Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Es importante que las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes operen bajo responsabilidad social	31,68	22,970	,256	.	,832
2. Es necesario implementar la responsabilidad social en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes	31,73	22,844	,259	.	,833
3. Las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes al aplicar la responsabilidad social aseguran su supervivencia y crecimiento dentro del mercado	31,86	23,187	,146	.	,838
4. La aplicación de la responsabilidad social eleva el nivel de rentabilidad de las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes en el mercado internacional	31,80	22,451	,304	.	,831
5. Los principios de la responsabilidad social ayudan a garantizar la preservación del medio ambiente	31,79	22,624	,287	.	,832
6. Las empresas camaroneras peruanas deben operar respetando las normativas internacionales de la responsabilidad social	31,74	23,172	,175	.	,836
7. Los planes de gestión de responsabilidad social son de fácil aplicación en las empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes	31,77	21,219	,604	.	,817
8. Sería beneficioso aplicar estrategias para que las empresas camaroneras de la ciudad Tumbes implementen la responsabilidad social	31,75	22,313	,379	.	,828
9. Usted como entidad gubernamental cree que se deba normar, regular y controlar la aplicación de criterios de responsabilidad social empresarial a las empresas camaroneras en la ciudad de Tumbes	31,88	22,672	,255	.	,833
10. La implementación de responsabilidad social en empresas camaroneras de la ciudad de Tumbes ayudará a que a un largo plazo el país alcance el desarrollo	31,61	23,074	,290	.	,831
11. En la empresa logran alcanzar sus objetivos de rentabilidad patrimonial	31,74	21,860	,470	.	,824
12. Logra la empresa alcanzar una rentabilidad operativa favorable	31,87	21,805	,430	.	,825
13. Las estrategias de venta, con las que cuenta, le han permitido mejorar positivamente su rentabilidad neta	31,81	21,736	,487	.	,823
14. Se encuentra en la posibilidad de maximizar la rentabilidad financiera de manera favorable	31,88	21,318	,535	.	,820
15. La empresa planifica las ventas que tendrá al final de cada campaña	31,92	21,097	,487	.	,822
16. Considera que la rentabilidad obtenida en la empresa es optima	31,82	20,917	,565	.	,818
17. La empresa tiene la capacidad de obtener rentabilidad bruta favorable	31,79	20,978	,618	.	,816
18. La rentabilidad obtenida hasta el momento de su empresa es la esperada	31,82	20,479	,633	.	,814
19. En la empresa ponen en práctica los factores de la rentabilidad	31,96	20,498	,512	.	,821
20. Se informa a la gerencia sobre los índices de la rentabilidad de la empresa	31,97	21,718	,380	.	,828

#### Anexo 4. Matriz de consistencia

Título	Formulación del problema	objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología	Instrumento	Escala
Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes	¿Qué herramienta de gestión de responsabilidad social ayudará a la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes?	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Impulsar un plan de gestión de responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>diagnosticar las actuales acciones de RS de la empresa</p> <p>seleccionar el plan de responsabilidad social adecuado</p> <p>elaborar el plan de responsabilidad social según el modelo.</p> <p>realizar una evaluación del plan.</p>	<p>H1: Existe diferencia entre Responsabilidad Social y la Rentabilidad del cultivo – Empresa “Aquafood Perú” Tumbes 2020.</p> <p>H0: No existe diferencia entre Responsabilidad Social y la Rentabilidad del cultivo – Empresa “Aquafood Perú” Tumbes 2020.</p>	<p><b>Variable 1</b></p> <p>Responsabilidad social</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Interna</p> <p>Externa</p> <p><b>Variable 2</b></p> <p>Rentabilidad</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Rentabilidad financiera</p> <p>Rentabilidad económica</p>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>Básica</p> <p><b>Diseño de investigación</b></p> <p>No experimental prospectivo</p> <p><b>Población:</b></p> <p>97 trabajadores de la empresa Aquafood Perú.</p>	Cuestionario	Ordinal

## Anexo 5. Autorización de la aplicación del instrumento



**AQUAFOOD PERÚ S.A.C.**

**RUC: 20604992681**

**MZA. A LOTE. 05 INT. 1 A.H. EL BOSQUE - TUMBES**

**“Año de la Universalización de la Salud”**

### **CARTA DE AUTORIZACIÓN**

Sra.

Dra. Mercedes Collazos Alarcón.

Jefa de la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo – filial Chiclayo

De acuerdo a la solicitud presentada por el maestrante Sr. Luis Antonio Díaz Oliva le informo como representante de la empresa NALTECH SAC, operadora de las camaroneras de la empresa AQUAFOOD PERÚ SAC, esta presta a colaborar brindando la facilidad y utilización de la información de manera general para el desarrollo de la investigación denominada “Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa AQUAFOOD PERÚ SAC – Tumbes”.

Se emite la presente autorización para los fines que el mencionado crea conveniente.

Atentamente.

**GUILLERMO TRISOLLINI PEDRESCHI**

**DNI 00250101**

**GERENTE TÉCNICO ÁREA DE CAMARONES**

## **Anexo 6. Cuadros, figuras y fotos**

*Foto 1 captación de agua para llenado de pozas.*



*Foto 2 canal de distribución de agua para las pozas.*



*Foto 3 siembra de larva camarón en las pozas.*



*Foto 4 Observación de actividad de larva de camarón.*



*Foto 5 Alimentación del camarón – aireador proporción de oxígeno.*



*Foto 6 Cosecha de camarón 22 gr aprox.*



*Foto 7 Estibación del camarón para control de calidad en planta.*



*Foto 8 Almacén de alimentos para el camarón – Aquafood Perú.*



## **Anexo 7. Propuesta**

### **I. Datos Generales:**

**1.1.Nombre de la propuesta:** Desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000.

**1.2.Institución:** Aquafood Perú S.A.C.

**1.3.Lugar:** Tumbes

**1.4.Institución investigación:** Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

**1.5.Autor:** Br. Díaz Oliva Luis Antonio.

### **II. Fundamentación**

La propuesta planteada está orientada a despertar el interés en el desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas RSE 26000 en la empresa Aquafood con la finalidad de crear relaciones sostenibles entre sus grupos de interés. Para eso la estrategia ayudará a que la empresa pueda ser parte del desarrollo sin que eso signifique grandes riesgos, inversiones altas o procesos complicados.

Con la implementación de la propuesta se busca promover la RSE en la empresa de manera propicia, tanto en lo social y económico desarrollando procedimientos oportunos, además haciendo viable la convivencia entre sus trabajadores y comunidades adyacentes contribuyendo a la sostenibilidad de la empresa y el crecimiento económico de las partes involucradas.

#### **Viabilidad**

##### **Económico**

La empresa Aquafood Perú puede desarrollar programas de responsabilidad social evaluando su capacidad económica, ya que el sector acuicultura es productivo, además puede obtener grandes ingresos debido al crecimiento que ha tenido en los últimos años. De esta manera genera un impacto positivo para la balanza comercial del país al mejorar su nivel de competitividad en los mercados extranjeros con lo cual puede conseguir la fidelización de sus clientes y mejorar negociaciones Khaldun (2014).

## **Social**

Como se menciona, el sector acuicultura involucra a grupos de interés, como proveedores, trabajadores, entes reguladores, distribuidores y otros, es decir tiene una gran influencia en el ámbito social. Al ejecutar sus actividades productivas siendo socialmente responsable se beneficia muchos actores que desean alcanzar una mejor calidad de vida trabajando de manera consciente en cuanto a la ética y transparencia, sin descuidar las leyes de cumplimiento obligatorio que han sido establecidas por el gobierno para el sector Yensu (2016).

## **Ambiental**

La empresa que es ambientalmente responsable realizará sus actividades productivas con un manejo objetivo de los recursos naturales y así podrá seguir desarrollándose en el futuro de la mejor manera. También garantiza la preservación y el progreso de la ley ambiental, ya que debe cumplir con los procesos eficientes para el manejo de los desechos que generen en sus actividades productivas, con el fin de reducir en lo posible los impactos negativos.

## **III. Bases teóricas**

### **Importancia de la responsabilidad social empresarial**

Mejora la imagen de la marca, es una de las principales ventajas ya que mediante la incorporación de prácticas socialmente responsables ayuda a que los negocios ganen la aprobación de los consumidores y colaboradores que valoran cada vez más la preocupación por la ética empresarial, gracias a ellos las organizaciones ganan credibilidad y sus productos se diferencian con respecto a la competencia Perez (2019).

### **ISO 26000**

Es una organización internacional de estandarización que cuenta con una membresía de 163 organismos de normalización en varios países del mundo, además tiene un total de 18400 normas que son usadas actualmente por la sociedad, la entidad pública y privada son un instrumento que originan el desarrollo sostenible tratando de apoyar a la colectividad, es así que aportan procedimientos en materia de

ingeniería, agricultura, acuicultura, calidad, medicina, transporte, fabricación, construcción entre otras, en tal sentido ISO crea normas que aplaquen una necesidad específica creada bajo estrictos y rigurosos criterios con el fin de perseguir el perfeccionamiento, la elaboración de cada norma se realiza a través de expertos que provienen de áreas técnicas acompañado de pruebas de laboratorio y de entidades gubernamentales, al mismo tiempo los beneficios de esta normativa dependerán de cómo se aplique y como los factores que la conforman pueden intervenir de manera positiva en cuánto al desempeño de la organización.

#### **IV. Objetivos**

Incentivar la práctica de responsabilidad social empresarial en la empresa camaronera mediante talleres de formación los cuales ayudará a la empresa tengan oportunidades en mercados internacionales y a su vez beneficiará al medio ambiente y la sociedad que reside en ella, reduciendo el impacto económico, ambiental y social al practicar, agregado a esto se dará a conocer los tipos de certificaciones ambientales y como obtenerlos y que la mencionada empresa tenga interés en gestionarlo Bhattarai (2017).

#### **V. Principios**

##### **Rendición de cuentas**

En esta nueva sociedad las empresas necesitan comunicar y rendir cuentas para satisfacer las necesidades de un ciudadano o clientes que no tolera la falta de transparencia y que está dispuesto a elegir la compra de su producto según los principios y los valores de la propia empresa. La RSE de las organizaciones ya no pasa inadvertida: se valora, lo bueno y lo malo Syifa (2017).

Esta rendición de cuentas por la empresa Aquafood, requiere medidas que elevan su nivel de exigencia pero a la vez reportan grandes beneficios, ya que dicho compromiso ayuda a fortalecer su imagen y marca, además optimiza su situación corporativa Dixon (2014).

## **Transparencia**

Este principio implica el hábito de la empresa Aquafood de ser transparente en sus acciones que pueden quebrantar a la sociedad y al medio ambiente y por el cual brindará toda la información que requieran sus grupos de interés en un lenguaje sencillo y en formatos comprensibles.

## **Comportamiento ético**

honestidad, equidad e integridad son los criterios por los cuales debe manejar todo el accionar de la empresa, no perseguir solo el objetivo económico de la actividad productiva sino también incrementar los impactos positivos y reducir los negativos.

## **VI. Descripción de la propuesta**

A continuación se describe cada uno de los procedimientos que debe seguir la empresa para implementar la estrategia de responsabilidad social de acuerdo a la norma RSE 26000.

### **Análisis de la norma RSE 26000 e identificar partes interesadas**

La empresa debe comprender la responsabilidad social, para lo cual es necesario realizar una revisión de los principios y teorías de RS de la norma RSE 26000, así como de los componentes de la materia fundamental cuyos principios se encuentran estrechamente acoplados y relacionados. En este procedimiento se deberá identificar las partes interesadas de la entidad para poder integrarse e involucrarse con ellas acorde a la esfera de influencia de la empresa Turkheimer (2019).

### **Diagnóstico situacional de Aquafood frente a la norma RSE 26000**

La empresa debe hacer un reconocimiento de su responsabilidad social dentro de su área de influencia mediante un diagnóstico situacional frente a los requisitos y requerimientos de la norma, para lo cual podrá utilizar los criterios y estándares de la norma, en la que se integraron los principios de la norma y algunos aspectos esenciales, como elementos que orientan y estructuran la implementación de la estrategia desde el enfoque de planeación, diseño e implementación, así como su

interacción directa y en línea con elementos claves de la responsabilidad social en el marco de la RSE.

### **Planeación y elaboración de estrategia RS**

Planificación, estructura y definición de la responsabilidad social dentro de la empresa Aquafood generando la política institucional de RSE, para lo cual se tendrá en cuenta los objetivos corporativos y propósitos de la empresa incluyendo aspectos del escenario y direccionamiento estratégico de la camaronera como la misión, visión, valores y principios, además las perspectivas de trabajo de la camaronera que son social, financiera, clientes, rentabilidad y producción, así mismo la empresa debe determinar los recursos para la implementación de la estrategia.

### **Desarrollo de la estrategia y talleres de información de la norma RSE 26000**

Sensibilización, publicidad y capacitación en los talleres de información de la norma RSE 26000 con el propósito de desarrollar competencias necesarias en todos los trabajadores, así mismo que les permitan participar de manera proactiva en la implementación, desarrollo, mantenimiento y mejora de la responsabilidad social como elemento integrador de una gestión empresarial sostenible.

Para alcanzar el éxito en este procedimiento la empresa deberá diseñar estrategias que logren despertar el interés y gusto de sus empleados por trabajar en los componentes básicos de la responsabilidad social que son económico, ambiental y social, lo que implica construir conciencia a corto plazo.

### **Gestión documental de la norma RSE 26000**

Documentación de la estrategia de responsabilidad social organizado acorde a lo exigido en la norma y orientado con base en la política de RSE que se ha definido en la entidad. La documentación se diseña según el alcance que se haya establecido para el proceso de implementación de la estrategia, esta debe contener los soportes y evidencias objetivas que sustentan el desarrollo de la misma.

## **Monitoreo y evaluación**

Monitoreo de la estrategia mediante un mecanismo que integre un sistema de auditoría total y la revisión de gerencia que permita evaluar de manera permanente el desempeño de la empresa frente a los requerimientos de la responsabilidad social. Esta última etapa de la implementación de la estrategia contempla como táctica ineludible la sostenibilidad y la mejora continua de la gestión de la camaronera. Dentro del concepto de éxito sostenible se sugiere que en forma periódica la empresa evalúe su nivel de madurez frente a su gestión que desarrolla con responsabilidad social.

## **VII. Estrategia**

### **Incentivar al personal de trabajo dentro de la empresa**

Desarrollar diferentes actividades recreativas durante las horas de almuerzo, realizar campamentos fuera de la ciudad con la finalidad de tejer lazos de familiaridad entre los trabajadores de la empresa, sin importar la escala jerárquica que este ostente.

### **Adquirir insumos para la producción de manera responsable y segura**

Esta técnica se ejecuta mediante la elección de proveedores que manejan los mejores precios de los insumos en el mercado, también se debe estar enfocado en la calidad del producto y sus normas sanitarias la cuál será revisado bajo estrictos sistemas de control de calidad como la ISO 9000.

### **Proteger el medio ambiente durante el cultivo de camarón mediante una gestión sanitaria óptima**

Para desarrollar esta actividad se debe tener en cuenta la ley nacional vigente, los permisos sanitarios y la documentación de operación al día de acuerdo a las disposiciones vigentes, así como también técnicas mediante estudios de laboratorio en donde se declare que los productos que se han obtenido del cultivo están libres de cualquier enfermedad. En caso el camarón cultivado posea alguna infección como por ejemplo el virus de la mancha blanca se tomará el cuidado correspondiente de la infección dentro de las zonas de cultivo.

### **Aplicar una política de calidad para el producto final**

El camarón que se cultiva en la empresa Aquafood es exclusivamente para exportación en el mercado extranjero, es por ello que la gestión de calidad debe ser la mejor, es decir se deben establecer indicadores en cuánto a la distribución y manipulación del producto hasta ser llevado a planta, luego se realizará un seguimiento en dónde se encuestará a los clientes si están conforme con la calidad del producto.

### **Emplear técnicas de inocuidad alimentaria**

La inocuidad alimentaria es un sistema que permite controlar los procesos de elaboración de un producto y que estos se procesen bajo técnicas sanitarias con el fin de que se proteja la salud humana.

### **VIII. Plan**

El plan de la propuesta se va a desarrollar de la siguiente manera:

#### **Talleres de formación sobre responsabilidad social empresarial**

Se pretende dar a conocer sobre la necesidad de implementar la estrategia de RS en la empresa camaronera, beneficiando su rentabilidad y mejorando la sostenibilidad de la empresa en el tiempo. Dentro de sus actividades a realizar en los talleres de formación tenemos los siguientes:

La propagación de la información acerca de los talleres a ejecutarse basados en RSE. Publicar la información por medios: personales y sociales para invitar a quienes deseen formar parte de este plan. Una vez que se tenga conocimiento de quienes van a estar involucrados en este plan, se procederá a comunicar el motivo por el cual han sido convocados.

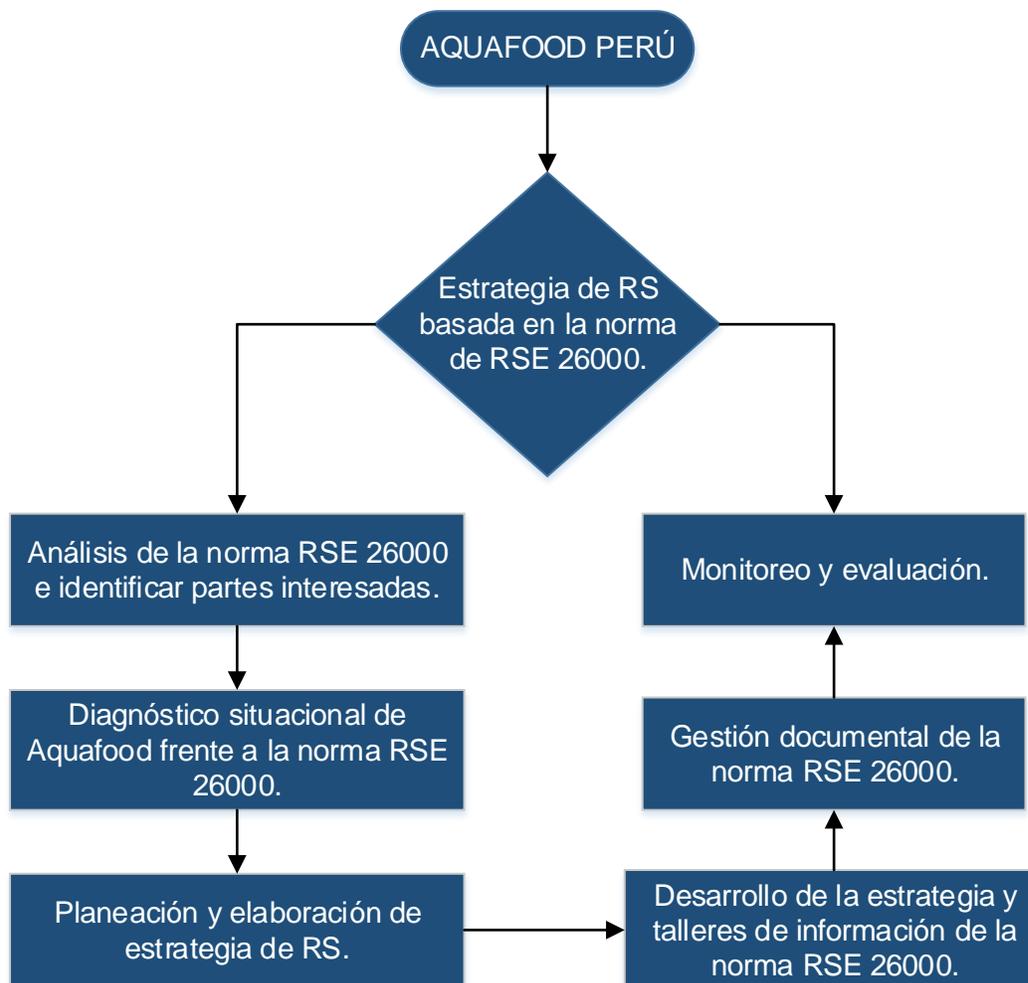
La importancia de los talleres a dictarse tienen como objetivo despertar el interés no sólo de los representantes de la empresa Aquafood sino también de la comunidad en general es por eso que estos talleres captarán el interés de todos los actores involucrados.

## Guía para fomentar la RSE en la empresa Aquafood Perú

Con esta guía se quiere lograr que la empresa camaronera tenga en sus manos la estrategia para poner en práctica la responsabilidad social empresarial, permitiendo su sostenibilidad en el tiempo y teniendo una relación amigable con el medio ambiente y con las comunidades cercanas consiguiendo un crecimiento económico en el sector, además podrá extender sus lazos comerciales a nivel nacional e internacional.

### IX. Síntesis gráfica de la propuesta

**Figura 5:** Flujograma de la estrategia de RS basada en la norma RSE 26000.



*Fuente: elaboración propia.*

### X. Referencias

Ball, R. G. (2015). Deflating profitability. *Financial Economics*, 225-248. Obtenido de [https://www.mendeley.com/catalogue/bef4a83d-364c-3e26-b557-f3ebe04d2c7a/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B7e48b35a-e034-4eb8-b8d0-547fd23eedf5%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/bef4a83d-364c-3e26-b557-f3ebe04d2c7a/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B7e48b35a-e034-4eb8-b8d0-547fd23eedf5%7D)

Camizán, R. G. (2019). *Efecto de la aplicación del probiótico en el crecimiento, supervivencia y estado sanitario Litopenaeus vannamei en etapa de precría*. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/989/TESIS%20-%20GARCIA%20CAMIZAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cruz, C. L.-K.-G. (2014). re Family Firms Really More Socially Responsible? Entrepreneurship: Theory and Practice. En C. L.-K.-G. Cruz. [https://www.mendeley.com/catalogue/b23912ef-f92c-3594-b187-900dbbff2778/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.4&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B85740615-7882-42c0-9161-69aa637d7e9e%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/b23912ef-f92c-3594-b187-900dbbff2778/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B85740615-7882-42c0-9161-69aa637d7e9e%7D)

Germán Rubio Guerrero, F. A. (2016). La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas. *Administración y desarrollo*, 160-174. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6403474.pdf>

Jaramillo, G. J. (2016). *Análisis de la rentabilidad y su influencia en la producción de la camaronera Hualtaco del Cantón Huaquillas*. [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/7620/1/DE00011\\_TRABAJO DETULACION.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/7620/1/DE00011_TRABAJO DETULACION.pdf)

## Anexo 8.

### FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI

#### ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

##### I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando el tesista, relacionado con la propuesta de **Desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000**, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, brinde la información requerida respecto a su experiencia profesional:

##### 1. Datos generales del experto encuestado:

- 1.1. Año de experiencia en la labor universitaria: 12 años.
- 1.2. Cargos que ha ocupado: Gerente de TI.
- 1.3. Escuela Profesional o empresa que labora actualmente: Ing. de Sistemas.
- 1.4. Años de experiencia en como directivo en la educación o empresa: 12 años
- 1.5. Grado académico: Magister

##### 2. Test de autoevaluación del experto:

- 2.1 Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultará marcando con una cruz o aspa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo= 10)

1	2	3	4	5	6	7	✘8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	----	---	----

- 2.2 Evalúe la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación		
	Alto	Medio	Bajo

Análisis teóricos realizados por Ud.	X		
Su propia experiencia	X		
Trabajos de autores nacionales		X	
Trabajados de autores extranjeros		X	
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.	X		
Su intuición	X		

## II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

<b>Nombres y apellidos del experto</b>	<b>Franklin Guerrero Campos</b>
--	---------------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada:

**Desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000.**

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto; aspectos relacionados con el ambiente ecológico, su contenido, estructura y otros aspectos.

Mucho le agradeceremos se sirva otorgar. Según su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una X en la columna correspondiente. Las categorías son:

Muy adecuado **(MA)**  
 Bastante adecuado **(BA)**  
 Adecuado **(A)**  
 Poco adecuado **(PA)**  
 Inadecuado **(I)**

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, los autores le agradecerían sobremanera.

Gracias por su valiosa colaboración y aporte.

### 2.1. ASPECTOS GENERALES:

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación de la propuesta		X			
2	Representación gráfica de la propuesta	X				
3	Secciones que comprende		X			
4	Nombre de estas secciones		X			

5	Elementos componentes de cada una de sus secciones		X			
6	Relaciones de jerarquización de cada una de sus secciones	X				
7	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio		X			

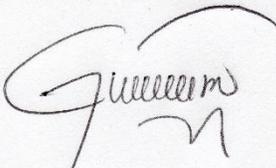
## 2.2. CONTENIDO:

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación del programa, modelo, plan, etc. propuesto	X				
2	Coherencia lógica entre los componentes de la propuesta	X				
3	Presenta principios de gestión consistentes	X				
4	Fundamentación coherente y consistente	X				
5	Los objetivos expresan con claridad la intencionalidad de la investigación		X			
6	Fundamentos teóricos vinculados estrechamente al tema de investigación		X			
7	Presenta estrategias metodológicas coherentes	X				
8	Presenta esquema síntesis	X				

## 2.3. VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA:

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia	X				
2	Actualidad : La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación	X				
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.	X				
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación	X				

Sello y firma:



DNI N°: 33594072

Teléf.: 951456037

Lugar y fecha: Chiclayo 09, de enero del 2021.

**FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI  
ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS**

**I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS**

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando el tesista, relacionado con la propuesta de **Desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000**, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, brinde la información requerida respecto a su experiencia profesional:

**1. Datos generales del experto encuestado:**

- 1.1. Año de experiencia en la labor universitaria: **16 años.**
- 1.2. Cargos que ha ocupado: **Jefe de Laboratorio, Directos de Escuela**
- 1.3. Escuela Profesional o empresa que labora actualmente: **EAP Ingeniería en Computación e Informática.**
- 1.4. Años de experiencia en como directivo en la educación o empresa: **5 años**
- 1.5. Grado académico: **DOCTOR EN CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN Y SISTEMAS.**

**2. Test de autoevaluación del experto:**

- 2.1 Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultará marcando con una cruz o aspa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo= 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- 2.2 Evalúe la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación.		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.	X		

Su propia experiencia	X		
Trabajos de autores nacionales	X		
Trabajados de autores extranjeros		X	
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.	X		
Su intuición	X		

## II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

<b>Nombres y apellidos del experto</b>	<b>Gilberto Carrión Barco</b>
--	-------------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada:

### **Desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000.**

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto; aspectos relacionados con el ambiente ecológico, su contenido, estructura y otros aspectos.

Mucho le agradeceremos se sirva otorgar. Según su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una X en la columna correspondiente. Las categorías son:

Muy adecuado (MA)  
Bastante adecuado (BA)X  
Adecuado (A)  
Poco adecuado (PA)  
Inadecuado (I)

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, los autores le agradecerían sobremanera.

Gracias por su valiosa colaboración y aporte.

### 2.1. ASPECTOS GENERALES:

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación de la propuesta		X			
2	Representación gráfica de la propuesta			X		
3	Secciones que comprende		X			
4	Nombre de estas secciones			X		
5	Elementos componentes de cada una de sus secciones			X		
6	Relaciones de jerarquización de cada una de sus secciones			X		
7	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio		X			

## 2.2. CONTENIDO:

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación del programa, modelo, plan, etc. propuesto		X			
2	Coherencia lógica entre los componentes de la propuesta			X		
3	Presenta principios de gestión consistentes		X			
4	Fundamentación coherente y consistente		X			
5	Los objetivos expresan con claridad la intencionalidad de la investigación		X			
6	Fundamentos teóricos vinculados estrechamente al tema de investigación			X		
7	Presenta estrategias metodológicas coherentes		X			
8	Presenta esquema síntesis			X		

## 2.3. VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA:

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia		X			
2	Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación.		X			
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.			X		
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación		X			

Sello y firma:



DNI N° **16720146**  
Teléf.: **977859287**

Lugar y fecha: **Chiclayo, 08 de enero 2021.**

## FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI

### ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

#### I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando el tesista, relacionado con la propuesta de **Desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000**, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, brinde la información requerida respecto a su experiencia profesional:

##### 1. Datos generales del experto encuestado:

- 1.1. Año de experiencia en la labor universitaria: 8 años.
- 1.2. Cargos que ha ocupado: Jefe de Campo camaronera Omarsa S.A – Ecuador.
- 1.3. Escuela Profesional o empresa que labora actualmente: Omarsa S.A – Ecuador.
- 1.4. Años de experiencia en como directivo en la educación o empresa: 4 años.
- 1.5. Grado académico: Magister en acuicultura y gestión ambiental.

##### 2. Test de autoevaluación del experto:

- 2.1 Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultará marcando con una cruz o aspa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo= 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9 X	10
---	---	---	---	---	---	---	---	-----	----

- 2.2 Evalúe la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación.		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.	X		
Su propia experiencia	X		
Trabajos de autores nacionales	X		
Trabajados de autores extranjeros		X	
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.	X		
Su intuición	X		

## II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

<b>Nombres y apellidos del experto</b>	<b>Charles Levi Roque Cortez.</b>
--	-----------------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada:

### **Desarrollo de una estrategia para fomentar la RS basada en las normas de RSE 26000.**

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto; aspectos relacionados con el ambiente ecológico, su contenido, estructura y otros aspectos.

Mucho le agradeceremos se sirva otorgar. Según su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una X en la columna correspondiente. Las categorías son:

Muy adecuado (MA)  
Bastante adecuado (BA)   
Adecuado (A)  
Poco adecuado (PA)  
Inadecuado (I)

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, los autores le agradecerían sobremanera.

Gracias por su valiosa colaboración y aporte.

#### 2.1. ASPECTOS GENERALES:

Nº	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación de la propuesta		<input checked="" type="checkbox"/>			
2	Representación gráfica de la propuesta			<input checked="" type="checkbox"/>		
3	Secciones que comprende		<input checked="" type="checkbox"/>			
4	Nombre de estas secciones			<input checked="" type="checkbox"/>		
5	Elementos componentes de cada una de sus secciones			<input checked="" type="checkbox"/>		
6	Relaciones de jerarquización de cada una de sus secciones			<input checked="" type="checkbox"/>		
7	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio		<input checked="" type="checkbox"/>			

## 2.2. CONTENIDO:

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación del programa, modelo, plan, etc. propuesto		X			
2	Coherencia lógica entre los componentes de la propuesta			X		
3	Presenta principios de gestión consistentes		X			
4	Fundamentación coherente y consistente		X			
5	Los objetivos expresan con claridad la intencionalidad de la investigación		X			
6	Fundamentos teóricos vinculados estrechamente al tema de investigación			X		
7	Presenta estrategias metodológicas coherentes		X			
8	Presenta esquema síntesis			X		

## 2.3. VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA:

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia		X			
2	Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación.		X			
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.			X		
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación		X			

Sello y firma:



DNI N° 44008743  
Teléf.: 994806988

Lugar y fecha: **Ecuador, 09 de enero 2021.**