



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**La Influencia de la responsabilidad social empresarial en la
rentabilidad de la Empresa Agroindustrial Casa Grande
S.A.A. Ascope, Año 2019.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público**

AUTORES:

García Miranda, Alan Yeiffert (ORCID: 0000-0002-5669-4449)

Vigo Vásquez, Brayan Jesús (ORCID: 0000-0002-6359-2918)

ASESOR:

Dr. Moreno Rodríguez, Augusto Ricardo (ORCID: 0000-0003-0789-4644)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Auditoría

TRUJILLO - PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedico este presente trabajo de investigación primeramente a Dios, por encaminarme y darme salud para poder lograr mis metas y objetivos propuestos.

A mis padres por sus consejos, su apoyo incondicional, sus enseñanzas y valores que me han inculcado desde niño y me ha permitido ser una persona correcta y educado con los demás, y también a mi hermana que siempre me está apoyando y alentando a seguir adelante.

Brayan Jesus, Vigo Vasquez.

Dedico este presente trabajo de investigación a Dios, por guiarme y brindarme salud, fuerzas para cumplir mis anhelos trazados.

A mis padres por sus consejos, sus valores que me han inculcado y me ha permitido ser una persona correcta, a mis hermanos que siempre están ahí apoyándome y brindándome buenas vibras para seguir adelante.

Alan Yeiffert, García Miranda.

Agradecimiento

A Dios, por darme la vida y encaminarme en lograr mis metas y objetivos.

A mis padres y hermano por orientarme y brindarme su apoyo incondicional en los buenos momentos y malos que he tenido que atravesar a lo largo de mis estudios.

A mi asesor, Dr. Moreno Rodríguez, Augusto Ricardo, por su asesoramiento, enseñanzas y orientación para elaborar la presente investigación.

Finalmente, a mi compañero de tesis por su comprensión y trabajo en equipo hemos logrado culminar este presente trabajo de investigación.

A la empresa Empresa Agroindustrial Casa Grande S.A.A. por la confianza, apoyo y colaboración brindada para poder realizar con éxito la presente investigación.

A mis profesores de la Universidad César Vallejo, por inculcar en mí los valores de ser un profesional contable, y por la orientación en todo el proceso del proyecto y desarrollo de tesis, que gracias a sus sugerencias se pudo concretar.

A todos mis compañeros de estudios, por su amistad y compañerismo que me permitieron durante toda la vida universitaria.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo Y Diseño De Investigación	18
3.2. Variables y Operacionalización	18
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis....	20
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.5. Procedimientos.....	21
3.6. Métodos de análisis de datos	21
3.7. Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN.....	68
VI. CONCLUSIONES.....	70
VII. RECOMENDACIONES	72
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1: <i>Estado de la Situación Financiera de la Empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. del año 2016 al 2019.</i>	31
Tabla 2: Ratios del estado de situación financiera de los años 2016, 2017, 2018 y 2019.	34
Tabla 3: <i>Estado de resultados de la empresa agroindustrial Casa Grande al año 2016.</i>	36
Tabla 4: <i>Estado de resultados de la empresa agroindustrial Casa Grande al año 2017.</i>	38
Tabla 5: <i>Estado de resultados de la empresa agroindustrial Casa Grande al año 2018.</i>	40
Tabla 6: Estado de resultados de la empresa agroindustrial Casa Grande al año 2019.	42
Tabla 7: <i>Ratios financieros de la empresa agroindustrial Casa Grande de los años 2016, 2017, 2018 y 2019.</i>	43
Tabla 8: Pregunta 01 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.	46
Tabla 9: <i>Pregunta 02 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	47
Tabla 10: <i>Pregunta 03 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	48
Tabla 11: Pregunta 04 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.	49
Tabla 12: <i>Pregunta 05 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	50
Tabla 13: <i>Pregunta 06 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	51
Tabla 14: <i>Pregunta 07 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	52
Tabla 15: <i>Pregunta 08 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	53
Tabla 16: <i>Pregunta 09 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	54
Tabla 17: <i>Pregunta 10 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	55
Tabla 18: <i>Pregunta 11 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	56
Tabla 19: <i>Pregunta 12 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	57

Tabla 20: <i>Pregunta 13 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	58
Tabla 21: <i>Pregunta 14 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	59
Tabla 22: <i>Pregunta 15 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	60
Tabla 23: <i>Pregunta 16 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	61
Tabla 24: <i>Pregunta 17 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	62
Tabla 25: <i>Pregunta 18 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	63
Tabla 26: <i>Pregunta 19 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	64
Tabla 27: <i>Pregunta 20 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	65
Tabla 28: <i>Comparación de ratios con y sin programa Pama del año 2018 y 2019.</i>	66

Índice de figuras

Figura 1: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre busca maximizar sus ganancias.....	91
Figura 2: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción.....	92
Figura 3: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo.	93
Figura 4: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. busca mejorar siempre los resultados E.....	94
Figura 5: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley.	95
Figura 6: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales.....	96
Figura 7: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento.....	97
Figura 8: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio.	97
Figura 9: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos, aunque afecten negativamente el desempeño económico.	99
Figura 10: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico.	100
Figura 11: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos.	101
Figura 12: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos.....	102
Figura 13: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales.	103
Figura 14: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos.	104
Figura 15: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas.....	105
Figura 16: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios.....	106
Figura 17: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones.	107

Figura 18: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental.	108
Figura 19: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).	109
Figura 20: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re-uso y aprovechamiento.	110

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objeto de estudio analizar la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial casa grande S.A.A. Ascope, año 2019. Para lograr dicho objetivo se plantearon objetivos específicos, como; describir el programa de responsabilidad social empresarial que está establecido en la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A., analizar la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. y analizar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A.

Por otra parte, el tipo de investigación es aplicada y diseño no experimental, como instrumento se utilizó encuestas dirigidas a los trabajadores de la empresa, dando como resultado que la aplicación del programa PAMA en la empresa ha aumentado su rentabilidad operacional del año 2018 que fue 0.04% al año 2019 donde se aplicó dicho programa fue de 4.84%, esto nos indica que aumento a 4.80% en su rentabilidad,

Se concluye que la aplicación del programa PAMA influye en la rentabilidad de la empresa, todo esto se ve reflejado en el estado de situación financiera, en el estado de resultado y en la aplicación de los ratios, porque la empresa aumento su utilidad en 1.69% 2018 al 2019.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, rentabilidad, medio ambiente.

ABSTRACT

The study objective of this research work is to analyze the influence of corporate social responsibility on the profitability of the agro-industrial company Casa Grande S.A.A. Ascope, year 2019. To achieve this objective, specific objectives were set, such as; describing the corporate social responsibility program that is established in the agroindustrial company Casa grande S.A.A., analyzing the profitability of the agroindustrial company Casa grande S.A.A. and analyzing the fulfillment of corporate social responsibility within the agroindustrial company Casa Grande S.A.A.

On the other hand, the type of research is applied and not experimental design, as an instrument we used surveys directed to the workers of the company, giving as a result that the application of the PAMA program in the company has increased its operational profitability of the year 2018 that was 0.04% to the year 2019, where this program was applied was 4.84%, this indicates us that it increased to 4.80% in its profitability,

It is concluded that the implementation of the PAMA program influences the profitability of the company, all this is reflected in the statement of financial position, the income statement and the application of the ratios, because the company increased its profit by 1.69% 2018 to 2019.

Keywords: Corporate social responsibility, profitability, environment.

I. INTRODUCCIÓN

Responsabilidad Social se concibió a finales del siglo XX por los escándalos que protagonizaron compañías reconocidas como Enron y Parmalat quienes evidenciaron incumplimiento en derechos humanos y laborales, esto presionó al establecimiento de nuevas reglas que permitan encaminar a las empresas a promover un comportamiento más ético, sostenible y respetuoso con la sociedad y sus colaboradores. (Saucedo, 2007). Se puede señalar que, ser socialmente responsable no significa simplemente cumplir con las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano y las relaciones con el entorno donde se desarrollan y tienen actividades las empresas.

En setiembre de 2010 aparece el ISO 26000 una Norma internacional ISO que ofrece guía en el manejo de Responsabilidad Social, enfocada hacia respeto a la dignidad de la persona humana, búsqueda del bien común, protección del medio ambiente y condiciones económicas de desarrollo. Cabe hacer hincapié que ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004.

Por otra parte, como subraya Carroll (1999), el voluntarismo que a menudo se destaca en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial es muy difícil de juzgar en la práctica. Es difícil distinguir entre lo que es puramente voluntario y la respuesta a normas o presiones sociales.

A pesar de la relevancia de este tema, los mensajes que se vierten sobre Responsabilidad Social Empresarial contienen, frecuentemente, argumentos sobre las ventajas y posibles riesgos que deba enfrentar la empresa. Es habitual que se hable de ventajas tales como la mejora de la imagen corporativa, mayor atractivo de personal, entre otras; que conllevan a mejoras en la competitividad de la empresa y en los resultados económicos. Frente a estas ventajas las empresas continúan asociando la Responsabilidad Social Empresarial con actividades que representan gastos no recuperables. Además, los consumidores parece que no han valorado todavía el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, es por esto que todavía es escasa la internacionalización Responsabilidad Social Empresarial con las empresas (Ramos, Pueyo & Llaría, 2004).

La responsabilidad social empresarial en nuestro país, ha cobrado gran relevancia en nuestros días, y no sólo porque las investigaciones, la bibliografía y las revistas especializadas sobre el tema, se multiplican rápidamente, sino también porque la propia realidad económica y empresarial lo señalan casi a diario en los medios de comunicación. Tanto a nivel político como económico, los grandes titulares sobre beneficios indebidos mediante fraudes, sobornos, corrupción privilegios, competencia desleal, productos en mal estado, etc. Han dado lugar en muchos países que de algún modo se ponga freno a estos y a otros problemas que han interrumpido con fuerza en nuestras conciencias desde hace algunas décadas: contaminación del medio ambiente y del planeta, marginados del desarrollo; seguridad de los productos y de los procedimientos; cuestiones sobre los límites de una competencia mundial implacable, entre otros.

En la actualidad, las organizaciones vienen ejecutando programas de responsabilidad social empresarial con la finalidad de fidelizar clientes, además de mantener niveles óptimos de su imagen corporativa, lo cual le permitirá crear una ventaja competitiva que a su vez atraerá potenciales clientes del mercado. En el entorno empresarial se ha venido desarrollando una cultura de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual serán recompensadas principalmente por sus consumidores externos, lo que permite a las organizaciones la consecución de una mejor imagen y reputación corporativa; contribuyendo de esta manera que las empresas establezcan la Responsabilidad Social Empresarial como estrategias y acciones de negocios. A la fecha, la empresa Casa Grande S.A.A, ha establecido políticas de desarrollo de los trabajadores quienes reciben diversas capacitaciones técnicas y motivacionales, apoyados por la Consultora London Consulting Group (London CG), y la implantación del sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) y MyAgri que permite al personal tomar decisiones y realizar controles online. Los mejores colaboradores de la empresa Casa Grande S.A.A. reciben el reconocimiento denominado “Los Grandes” y se mantiene una política de incremento salarial y ascensos de acuerdo a los méritos y capacidades. En cuanto al bienestar social, la organización viene realizando campañas médicas para los colaboradores y sus familias, participando asimismo de programas de actividades deportivas. Así mismo Casa Grande S.A.A., viene desarrollando diversos programas de Responsabilidad Social con sus grupos de interés interno y

externo, con la finalidad de mejorar su Imagen Corporativa, ya que esta ha venido siendo afectada por la falta de comunicación y negociación con los grupos sindicales que existe entre la empresa y la comunidad. Por otro lado, la empresa, a través de sus políticas de Responsabilidad Social Empresarial desea contribuir en el desarrollo económico, cultural y ambiental a la sociedad con la que se encuentra estrechamente relacionada.

De acuerdo al tema de investigación y luego de haber descrito la realidad problemática se formuló el siguiente problema: ¿Cuál es la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019?

Este trabajo tiene como justificación teórica: Este estudio proporciona una visión de los conceptos de responsabilidad social corporativa y de la política de una empresa industrial sobre este tema. Estos hallazgos pueden ser discutidos con otros investigadores del mismo campo. Justificación social: En el país se observa que muchas empresas e instituciones están entrando en una nueva fase en el campo de la responsabilidad social, después de que en muchos casos hayan comenzado a formalizar iniciativas individuales en este campo. En este contexto, y por ser uno de los principales procesadores de caña de azúcar en el departamento de La Libertad, es necesario conocer la importancia de las actividades para el mejoramiento sostenible de su esfera de influencia. Como resultado de este diagnóstico y evaluación del ejercicio de la responsabilidad social corporativa, habrá una base para formular una propuesta para su desarrollo, que nos permitirá encontrar la relación que existe con la rentabilidad de la empresa. Justificación metodológica: La investigación se completará como un instrumento para cuantificar diferentes factores u otros temas de investigación, así como para estimar otra variable o como un prototipo para inspeccionar factores comparativos. Y justificación práctica: Estos estudios analizarán los estados financieros de la empresa para determinar el grado de rentabilidad de la misma, para luego ser medidos mediante programas y políticas de responsabilidad social corporativa, y luego aplicados en otras empresas.

La investigación pretende alcanzar el objetivo general como Determinar la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019.

Como objetivos específicos tenemos: describir el programa de responsabilidad social empresarial que está establecido en la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A., analizar la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. y analizar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A.

El problema de la investigación será respondido con la siguiente hipótesis: la responsabilidad social empresarial influye positivamente a la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A.

II. MARCO TEÓRICO

Padilla, Arévalo, Bustamante y Vidal (2017) en su tesis *“Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador”*, señala que:

Este artículo analiza la relación entre las prácticas de RSE y el desempeño financiero de las empresas ecuatorianas de plásticos. Se aplicó el método de cuestionario cualitativo-cuantitativo con elementos medidos en una escala Likert de cinco niveles para recoger información sobre la aplicación de prácticas socialmente responsables, se aplicó a una muestra de 192 empresas con sede en Quito y Guayaquil, Ecuador. Se determinó la relación entre las variables de responsabilidad social corporativa y las métricas financieras. También se observó que las empresas ecuatorianas tenían un nivel medio de aplicación del concepto de responsabilidad social de las empresas. Esta correlación no muestra ninguna correlación estadísticamente significativa entre el indicador de RSE y los resultados financieros. Según este estudio, existe una correlación significativa entre el pilar de la responsabilidad social y el retorno sobre las ventas o activos (ROS) y entre los pilares de la responsabilidad económica y medioambiental en términos de retorno sobre el patrimonio (ROE).

Sanche, Londoño y Valdes (2016) en su tesis *“La Responsabilidad Social Empresarial A La Creación De Valor Compartido En El Cluster De Industrial Del Azucar -Palmira Y Santiago De Cali, Valle Del Cauca”*, señala que:

Este estudio examina las posibilidades de crear un valor común para los grupos de interés de las empresas del cluster azucarero del Valle del Cauca. El análisis toma en cuenta las estrategias de responsabilidad social corporativa aplicadas en el cluster azucarero y los estudios previos sobre el valor común de Porter y Kramer (2012). Los métodos utilizados se refieren a la revisión bibliográfica del tema y a la realización de investigaciones y entrevistas con personas de diferentes áreas del cluster. Los resultados muestran

que el cluster azucarero del Valle del Cauca tiene muchas oportunidades y posibilidades de crear un valor común, pero todavía hay algunas críticas a la estructura que este sector ha adoptado no sólo en Colombia, sino también en América Latina y el mundo en general.

Romero (2017) en su tesis *“Diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa Produarroz S.A.”*, señala que:

El objetivo de esta investigación es mejorar la rentabilidad de Produarroz S.A. mediante el desarrollo e implementación de estrategias que se desarrollen de acuerdo con los problemas identificados en la investigación de la empresa y que tengan un impacto en su desarrollo y por tanto en su rentabilidad. La metodología utilizada fue descriptiva y explicativa. Para los fines de este estudio, la técnica utilizada fue una entrevista con el Director General utilizando un cuestionario como herramienta. De acuerdo con el diagnóstico que hicimos a la empresa, identificamos varias deficiencias, tanto administrativas como financieras. La empresa no tiene ningún manual de procedimientos, ninguna logística de entrega, ningún control de calidad de la producción, ningún control financiero que le permita evaluar sus resultados económicos y verificar si ha alcanzado los objetivos adoptados. Por estas razones, se han desarrollado varias estrategias para ayudar a resolver los problemas de la empresa y así mejorar su desarrollo y rentabilidad.

Zabaleta (2016) en su tesis *“Responsabilidad social empresarial y rentabilidad en empresas del sector Metalmeccánica, distrito san Martín de Porres, 2017”*, señala que:

El objetivo general de este estudio es determinar el nivel de relación entre responsabilidad social y rentabilidad de las empresas metalmeccánicas del distrito de San Martín de Porres, 2017". La investigación actual tiene un enfoque cuantitativo, un tipo básico, con un nivel de correlación, un proyecto transversal no experimental;

la población de la investigación actual está formada por personas pertenecientes a las empresas del sector metalmeccánico. La muestra para las siguientes encuestas consiste en 45 personas creadas por contadores o gerentes utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento del cuestionario de escala Likert de 16 puntos; los datos fueron procesados en el software estadístico del SPSS utilizando una prueba descriptiva y de correlación. Este trabajo presenta los resultados de la prueba de hipótesis general, de (Spearman's Rho) = 0,892** y rechaza la hipótesis de null-ho y adopta una hipótesis alternativa - H1. Existe un vínculo entre responsabilidad social y rentabilidad en las empresas del sector metalmeccánico, distrito de San Martín de Porres, 2017, la prueba de una hipótesis específica resulta en un coeficiente (Spearman's Rho) = 0,786** y se rechaza la hipótesis cero -Ho y se considera la hipótesis alternativa -H1. Existe un vínculo entre la responsabilidad social corporativa y las ganancias de las empresas metalmeccánicas en el distrito de San Martín de Porres, 2017.

Alegre (2017) en su tesis *“Gestión de proyectos y su relación con la rentabilidad en la empresa constructora Mejesa S.R.L., Lima 2017”*, señala que:

El objetivo de este estudio fue determinar la relación entre la gestión de proyectos y la rentabilidad en la empresa constructora Mejesa S.R.L., Lima - 2017, el tipo de investigación que se desarrolla está orientado a la aplicación, el diseño de la investigación está correlacionado descriptivamente, no es experimental. La muestra estaba formada por 16 empleados del ámbito de la gestión de proyectos y del trabajo en la empresa, que se determinaron a partir de muestras inestables al nivel deseado según los criterios del investigador. Como herramienta de evaluación se utilizó un cuestionario que contenía 23 preguntas o elementos que cubrían ambas variables, al tiempo que se utilizaba y aplicaba la técnica de investigación. Los resultados de cada hipótesis indican que la gestión de proyectos está vinculada a la rentabilidad, ya que se

obtuvo una correlación de Pearson de 0,782, lo que demuestra que existe una alta correlación positiva.

Alegre (2017) en su tesis *“Factores de crecimiento y rentabilidad de las MYPES del sector comercial del parque industrial de Villa el Salvador – Lima, 2016”*, señala que:

El objetivo de estos estudios es determinar el efecto de los factores de crecimiento sobre la rentabilidad de los MYPES en el sector comercial del Parque Industrial Villa El Salvador, dado que una parte significativa de estos MYPES sufren de factores que limitan su crecimiento y por lo tanto afectan la rentabilidad de sus empresas. El proyecto de investigación era de naturaleza no experimental, descriptiva y considerada como investigación aplicada. La población fue adaptada de los 1455 MYPES del sector comercial del Parque Industrial Villa El Salvador, con una muestra de 136 personas entre empresarios y empresarias. Los resultados de la investigación de campo mostraron que el acceso al crédito, el acceso a nuevos mercados, la información de mercado y el uso de herramientas tecnológicas son beneficiosos para lograr la rentabilidad esperada.

Sevillano (2016) en su tesis *“Estrategias comunicativas y su relación con la responsabilidad social empresarial en la empresa danper s.a.c., trujillo 2016”*. Señala que:

En este estudio no experimental, descriptivo y correlativo, se analizó cómo se relaciona la estrategia de comunicación con la responsabilidad social corporativa en DANPER S.A.C., Trujillo 2016, en este contexto se realizó una encuesta a partir de una población de 1000 empleados con una muestra probabilística de 278 personas. Se encontró que existe una correlación muy significativa con el nivel de significación del 1% y la alta confiabilidad, por lo que se puede decir que ambas variables están interrelacionadas. Esto puede ser confirmado por una prueba estadística con el valor del chi-cuadrado, que es influenciado de manera significativa y positiva.

Seminario (2016) en su tesis *“La productividad y su efecto en la rentabilidad de la Clínica san francisco de Trujillo – año 2015”*. Señala que:

El objetivo de este estudio es determinar el impacto de la productividad en la rentabilidad de la Clínica San Francisco en 2015. Los estudios fueron descriptivos, no experimentales, de diseño transversal. La población estaba compuesta por 21 disciplinas que ofrecían servicios en la Clínica San Francisco, utilizando herramientas de análisis de documentación e inteligencia. Los determinantes de la productividad se identificaron por disciplina, luego se analizó la producción en la Clínica San Francisco, se analizó la hipótesis utilizada como objeto de verificación y se describió en detalle cada uno de los factores de productividad, cada uno de los cuales afecta significativamente la rentabilidad de la Clínica San Francisco. Logrando la siguiente conclusión: El impacto de la productividad y la rentabilidad se determinó sobre la base de la productividad media de la especialidad. El efecto es también significativo porque cuando la productividad aumenta, la rentabilidad aumenta y viceversa.

Kong (2018) en su tesis *“Relación entre las acciones de responsabilidad social empresarial y las estrategias de comunicación implementadas en el público interno en las empresas avícolas de postura de la provincia de Trujillo, en el período 2014-2015”*. Señala que:

El objetivo de este informe es establecer un vínculo entre la responsabilidad social y las estrategias de comunicación que se implementarán en las empresas avícolas de la provincia de Trujillo-Perú entre los años 2014 y 2015, en este contexto, se han planteado dos hipótesis sobre la vinculación entre la política de RSE y las estrategias de comunicación positivas o negativas. Estas categorías se basaron en informes de sostenibilidad, incluyendo información de los Indicadores Ethos, el Manual de RSE para PYMES y el Índice del Centro de Responsabilidad Social de Colombia. Sobre la base de esos informes, se utilizaron las siguientes submedidas:

comunicación y promoción de medidas de responsabilidad social; estrategia y gestión; medidas contra la discriminación; libertad de asociación y negociación colectiva; medidas disciplinarias; remuneración, prestaciones y medidas de carrera; salud, seguridad y condiciones de trabajo; compromiso con el desarrollo de las perspectivas de carrera y la empleabilidad; aplicación de medidas de prevención de los despidos y la jubilación; medidas de formación; medidas para conciliar la vida laboral y la vida privada; y medidas de códigos de conducta. Todos ellos corresponden a la "dimensión pública interna" general. Estas medidas incluyen el uso de estrategias de comunicación socialmente responsables. En una serie de entrevistas, se entrevistó a ocho gerentes de empresas avícolas en la provincia de Trujillo para evaluar el progreso, alcance y estrategias de comunicación de la política interna de RSE. Los resultados obtenidos confirman que el grado de aplicación de las medidas de RSE a la opinión pública en las granjas avícolas de la provincia de Trujillo para el periodo 2014-2015 es positivo, ya que permiten a los empleados trabajar de forma específica, personalizada y responsable sobre sus problemas a corto y medio plazo.

Para la presente investigación se han tomado en cuenta las siguientes teorías:

Montoya (2012) define la responsabilidad social empresarial, lo siguiente:

Es muy importante aclarar la definición de la responsabilidad social de las empresas, que puede entenderse como un compromiso voluntario asumido dentro de una empresa, con transparencia, buen gobierno corporativo, mejora del medio ambiente y calidad de las relaciones laborales, en definitiva, con el interés general. (p. 35)

Teniendo en cuenta la definición anterior, según el autor se puede entender que algunas empresas, al iniciar su actividad, realizan algunas mejoras en la zona en la que están ubicadas con el fin de ayudar a las personas cercanas y mejorar su calidad de vida.

Según Salvador y Olloqui (2014). Presidente del Comité de Ética y Responsabilidad Social del Grupo IMEF Guadalajara – México nos dice que La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una forma de hacer negocios de acuerdo con los principios del desarrollo sostenible en la sociedad, la economía, la ecología y la sociedad. Cabe señalar que el número de empresas que realizan RSE en México está creciendo significativamente, pero cabe preguntarse si están convencidas de su rentabilidad o si lo están haciendo a través de su imagen.

De acuerdo con la norma ISO 26000 (2014), la guía que contiene directrices sobre la responsabilidad social de las empresas es general y no detallada, con el fin de respetar la cultura y la legislación, tampoco está preparada para la certificación o auditoría de terceros, pero es verificable. Además, es útil para cualquier tipo de organización, ya sea privada, pública, grande o pequeña, con o sin fines de lucro, y para los países en desarrollo o desarrollados.

La definición de Responsabilidad Social es la siguiente:

La responsabilidad de una organización de abordar el impacto de sus decisiones y acciones en la sociedad y el medio ambiente a través de un comportamiento transparente y ético que: contribuye al desarrollo sostenible, incluida la salud y el bienestar de la población; tendrá en cuenta las expectativas de las partes interesadas; cumple con las leyes aplicables y las normas internacionales de conducta; se integrará y aplicará en toda la organización y en sus relaciones con ella.

Según Navarro (2012), El Compromiso social e integración voluntaria de las entidades empresariales en la solución de diversos problemas sociales y medioambientales en sus actividades empresariales y en sus relaciones con los grupos de interés. (p.70).

Responsabilidad a nivel económico

Según Navarro (2012) refirió que:

“La responsabilidad económica corporativa demuestra la creencia de que las empresas tienen la responsabilidad de ser productivas y rentables y de satisfacer las necesidades de los consumidores en la sociedad”.

Según Carrol (1991) (citado por Uniagustiana, 2010) refirió que:

"Constituyen la base del monumento y son considerados como la producción de los servicios y bienes que los compradores piden. También es una compensación por la prestación de servicios o bienes que la empresa debe recibir para un mejor proceso." (p. 77).

Responsabilidad a nivel legal

Según Navarro (2012) refirió que: "La responsabilidad legal de las empresas viene a cumplir con sus obligaciones económicas bajo los requisitos legales hacia la sociedad.”.

Según Calderón (2013), definió como: "La responsabilidad social y sus actitudes deben ser mucho más naturales que un procedimiento judicial, pero de acuerdo con la ley. Por esta razón, se afirma que el compromiso social tiene valores importantes y un marco jurídico histórico." (p. 8).

Según Carrol (1991) (citado por Uniagustiana, 2010)"indica que para trabajar para la empresa es necesario cumplir con las leyes y regulaciones gubernamentales." (p.78).

Responsabilidad a nivel de la ética

Según Navarro (2012) definió como:

"Códigos, normas y valores escritos que emanan silenciosamente de cada empresa; esta responsabilidad va más allá de los requisitos legales y exige que las empresas cumplan con las normas de buena conducta establecidas.”.

Según Calderón (2013), definió como: “La ética de trabajo se basa en recomendaciones compactas hechas dentro de la empresa, lo que permite una correcta interpretación de la formación de los empleados y de la dirección.” (p.13).

Según Carrol (1991) (citado por Uniagustiana, 2010) "enfaticó la necesidad de ser responsable y educado, justo y razonable, y de prevenir o eliminar los daños dentro de la empresa. Cuyos compromisos implican la diligencia y experiencia que el consorcio necesita". (p. 79).

Responsabilidad a nivel filantrópico

Según Navarro (2012) señaló como: "La responsabilidad filantrópica corporativa es voluntaria y refleja el deseo generalizado de involucrar activamente a las empresas en la mejora de la sociedad."

Según Calderón (2013), definió como: "Invertir a nivel filantrópico implica un debate político a todos los niveles y otras ejecuciones en beneficio de la sociedad." (p. 16).

Responsabilidad a nivel ecológica

Según Navarro (2012) definió como:

"El cumplimiento de las obligaciones ambientales de su localidad en relación con sus acciones prevé una política o programa ambiental y apoya campañas de prevención, preservación y regeneración del medio ambiente."

Según Calderón (2013), definió como:

Afirma que el pleno compromiso con la protección del medio ambiente está vinculado a los efectos climáticos de sus métodos y productos, que son perjudiciales para la aparición de daños, y que esto conduce a la adopción de medidas directas para enriquecer, preservar y mejorar el patrimonio ecológico en beneficio de la humanidad presente y futura. (p.20)

Barbechan, M. (2017). Se dividen en tres grupos: "Los siguientes son los beneficios de la responsabilidad social, la mejora del rendimiento financiero, la reducción adecuada de los costes operativos, la mejora de la marca y un excelente prestigio." (pág. 16).

Mejora de los resultados financieros. De acuerdo con la investigación realizada, se puede comprobar que la buena gestión de la responsabilidad social en la organización, las mejoras afectan a los resultados financieros.

Reducción de los costes operativos. En una organización, la responsabilidad social genera eficiencia porque nos ayuda a tener empleados que tienen la capacidad de resolver problemas dentro de la organización. Las iniciativas de gestión de residuos y buenas condiciones de trabajo ayudan a reducir los costes operativos dentro de la empresa.

Aumento del prestigio de la pintura. Organizaciones que desarrollan responsabilidad social, se puede mencionar que ayuda a aumentar las ventas, porque tener una marca reconocible genera posicionamiento en los consumidores y en el mercado. Cabe mencionar que los consumidores de los países desarrollados, antes de comprar cualquier producto, evalúan si la empresa aplica la responsabilidad social.

Barbechan, M. (2017). La política de responsabilidad social empresarial ofrece, sin duda, una serie de beneficios internos y externos para las empresas. Éstos son algunos de ellos. (pág. 48).

Ventajas internas: Un empleado más motivado y comprometido que añade más valor a la empresa; mejora del entorno de trabajo; aumento de la productividad; ahorro de costes; desarrollo empresarial sostenible.

Ventajas externas: Mejora de la reputación de la marca; mayor lealtad; mayor satisfacción del cliente con un producto de alta calidad; mejores relaciones con la comunidad local; mayor prestigio de la empresa en la sociedad

De acuerdo con la teoría anterior, la responsabilidad social corporativa es positiva para las empresas que la utilizan para obtener beneficios, lo que afectará a su rentabilidad.

Definición de Rentabilidad

Según (Estela 2018):

"Cuando hablamos de rentabilidad, hablamos del hecho de que las inversiones pueden aportar más beneficios que las realizadas después del período de espera. Este es un elemento importante de la planificación económica y financiera, porque significa tomar las decisiones correctas a la hora de tomar decisiones."

Según (Pérez 2014):

"La rentabilidad es una condición de lo que es rentable: es decir, aporta ingresos (ganancia, utilidad, ganancia o ganancia). Por otro lado, el financiamiento está relacionado con el financiamiento (flujos o dinero)."

Según Estela (2018):

Los indicadores de rentabilidad (o lucrabilidad) en una empresa son los que se utilizan para determinar la eficacia de un proyecto en la generación de riqueza, es decir, los que permiten controlar el equilibrio entre costes y beneficios y, por tanto, garantizar la rentabilidad.

Los indicadores de rentabilidad son: Margen neto de utilidad; es la relación entre las ventas totales de la empresa (beneficio de explotación) y su beneficio neto. Esto determinará el rendimiento de los activos y del capital; margen bruto de utilidad; es la relación entre el volumen de negocios total y el beneficio bruto, es decir, el porcentaje restante del resultado de explotación una vez deducidos los gastos de venta; margen operacional. Consiste en la relación entre las ventas totales y los beneficios de explotación y, por tanto, mide el rendimiento de los activos de explotación en relación con el desarrollo del objetivo empresarial; rentabilidad neta sobre inversión; se utiliza para evaluar la rentabilidad neta (uso de activos, financiación, impuestos, gastos, etc.) de los activos de la empresa; rentabilidad operacional sobre inversión; como en el caso anterior, evalúa la rentabilidad operativa en lugar de los ingresos netos; rentabilidad sobre el patrimonio: evalúa la rentabilidad de los propietarios de la organización antes de impuestos; crecimiento sostenible; se esfuerza por satisfacer la creciente demanda aumentando las ventas y los activos, es decir, aplicando las políticas de ventas, financiación y otras políticas de la empresa: EBITDA; El flujo de caja neto de la empresa antes de impuestos y gastos financieros.

Ratios de Rentabilidad

Según (Morales, 2007)

Son indicadores que se miden mediante la creación de una entidad abierta o privada para generar utilidades a través de activos fijos o de terceros, y también miden el desempeño de su gestión en un período determinado.

Rentabilidad de Activos (ROE).

Según (Córdoba, 2006):

El ROE trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas. El resultado se obtiene de la siguiente fórmula: flujo de caja libre entre el número de acciones y dividido por el precio de cotización.

$$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio}$$

Rentabilidad de Activos (ROA)

Según (Córdoba, 2006):

“La rentabilidad es el beneficio que resulta de las ventajas de la empresa. Cuanto mayor es la proporción de la relación, más notables son los beneficios creados por todos los recursos, el beneficio neto se refiere al activo total para alcanzar el beneficio obtenido” (Córdoba, 2006, p.36).

$$ROA = \frac{Utilidad\ Neta}{Activos\ Total}$$

Rentabilidad Operacional

Según (Jorge y Sergio, 2013)

Este margen muestra la relación entre las ventas de la empresa, es decir el beneficio que se obtiene por ellas, teniendo en cuenta el coste de las ventas y también los gastos de administración y ventas que lleva a cabo.

$$\text{Rentabilidad Operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}}$$

Rentabilidad de Ventas

Según (Juan, 2012)

Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes. La inconveniencia de estos últimos se deriva del hecho que este tipo de ingresos tienden a ser inestables o esporádicos y no reflejan la rentabilidad propia del negocio. Puede suceder que una compañía reporte una utilidad neta aceptable después de haber presentado pérdida operacional. Entonces, si solamente se analizara el margen neto, las conclusiones serían incompletas y erróneas.

$$\text{Rentabilidad de Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo Y Diseño De Investigación

Tipo de investigación: Aplicada

La investigación se aplica en la responsabilidad social empresarial de la empresa Agroindustrial Casa Grande S.A.A y cuyos resultados nos demuestran cómo influye en la rentabilidad de la empresa.

Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, ya que en el presente estudio de investigación no se manipuló la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A.

Es de corte transversal descriptivo, porque se efectuará la revisión del programa PAMA, para poder evaluar si se está aplicando dentro de la empresa y ver si existe una influencia en la rentabilidad, esto se llevará a cabo en el año 2020.

3.2. Variables y Operacionalización

Variable Independiente:

La responsabilidad social empresarial.

Definición conceptual:

El Compromiso social e integración voluntaria de las entidades empresariales en la solución de diversos problemas sociales y medioambientales en sus actividades empresariales y en sus relaciones con los grupos de interés.

Definición operacional:

Esta variable será medida con: Análisis documental y encuestas.

Con sus dimensiones:

responsabilidad económica.

responsabilidad legal.
responsabilidad ética.
responsabilidad filantrópica.
responsabilidad ecológica.

Indicadores:

Nivel de cumplimiento en la productividad y rentabilidad
Nivel de cumplimiento de las obligaciones económicas dentro del marco legal
Nivel de cumplimiento de códigos normas y valores
Novel de involucramiento activo en la mejora de la sociedad
Nivel de cumplimiento de obligaciones ambientales

Escala de medición:

Ordinal

Variable Dependiente:

La Rentabilidad

Definición conceptual:

Cuando hablamos de rentabilidad, hablamos del hecho de que las inversiones pueden aportar más beneficios que las realizadas después del período de espera. Este es un elemento importante de la planificación económica y financiera, porque significa tomar las decisiones correctas a la hora de tomar decisiones.

Definición operacional:

Esta variable será medida con: Análisis documental.

Dimensiones: Análisis de los estados financieros.

Indicadores:

Rentabilidad del activo.
Rentabilidad del patrimonio.
Rentabilidad neta sobre las ventas.

Margen bruto.
Rentabilidad operacional.

- **Escala de medición:**
Razón

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Población:

En la presente investigación la población está conformada por 300 colaboradores de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A.

Se seleccionó al personal administrativo, operativo y de campo de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A., sin distinción de género, nivel cultural, entre otros, ya que todos ellos son objeto de la investigación.

Criterios de selección:

Criterios de inclusión: sin distinción de género, nivel cultural, entre otros, ya que todos ellos son objeto de la investigación.

Criterios de exclusión: no se han considerado criterios para excluir a los elementos de estudio.

Muestra: se seleccionó a 169 colaboradores al azar quienes conforman el personal administrativo, operativo y de campo de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A.

La fórmula de la muestra encontrada se puede apreciar en el anexo 6:

Muestreo:

La técnica de muestreo utilizada en esta tesis ha sido el muestreo probabilístico del tipo aleatorio.

Unidad de análisis: cada uno de los colaboradores que han participado en esta investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En este estudio se utilizó la técnica de encuesta dirigida al personal administrativo, operativo y de campo de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. El estudio tiene como objetivo recoger información sobre la Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en la rentabilidad.

Instrumento

El cuestionario de la responsabilidad social empresarial cuenta con la escala de Likert, Totalmente en Desacuerdo (1), Desacuerdo (2), Indeciso (3), De acuerdo (4) y Totalmente De Acuerdo (5).

El cuestionario se compone de 5 dimensiones con 20 ítems.

Validación

La validación del instrumento se realizó a través del juicio de expertos, siendo los 3 expertos en el tema, los cuales fueron Doc. Valladares Landa, Ciro. Mg. Arias Pereyra, Guillermo. Doc. Culquichicon de Bravo Edith, dieron su visto bueno al instrumento empleado.

Confiabilidad:

3.5. Procedimientos

La recopilación de datos para la investigación será elaborada por método de los análisis documentarios y la encuesta, que ayudará al desarrollo de la investigación.

3.6. Métodos de análisis de datos

Para el trabajo de investigación, se utilizó IBM SPSS Statistics V. 24. que permitió realizar las pruebas estadísticas para la investigación.

Esta investigación utilizará el método de análisis descriptivo, que nos permitirá analizar las variables de Responsabilidad Social Empresarial y Rentabilidad. Señalando los recursos del uso de la computadora y un programa de Excel, será posible alcanzar los resultados para una mejor comprensión.

3.7. Aspectos éticos

El trabajo de investigación se ha basado en las directrices de la Dirección de Investigación de la Universidad de César Vallejo, respetando la propiedad intelectual del software de Turnitin y teniendo en cuenta los estándares de la APA, que lo hacen fiable y auténtico y cumplen con los parámetros y normas establecidas en los estándares de cada proyecto de investigación.

Los datos proporcionados por la Empresa Agroindustrial Casa Grande S.A.A, son pertinentes y confiables, lo que permitirá que la investigación cumpla con el requerimiento necesario, al proporcionar información real y no alterada.

IV. RESULTADOS

DATOS GENERALES DE CASA GRANDE S.A.A

La empresa agroindustrial Casa Grande SAA es de carácter privado, está abocada a la siembra y procesamiento de caña de azúcar y comercialización de productos derivados de la caña, como el azúcar, alcohol, melaza y bagazo. Esta empresa que fue, en siglos pasados, la primera y más grande industria azucarera del Perú forma parte del Grupo Gloria desde el 29 de enero del año 2006.

El Grupo, teniendo ya el 12% de acciones, cerro la Oferta Pública de Adquisición de Acciones obteniendo a través de su subsidiaria Corporación Azucarera del Perú S.A - COAZUCAR las acciones restantes para lograr el 57% de mayoría accionaria.

Casa Grande está ubicada a 50 km al norte de Trujillo y a 600 km al norte de Lima, en la provincia de Ascope, departamento La Libertad.

Casa Grande posee una propiedad de 29 383 hectáreas, de las cuales 20 000 pueden ser destinadas para el cultivo de caña de azúcar y el área restante para otros fines. El río Chicama es la principal fuente de riego para Casa Grande, el cual descarga en el terreno 400 millones de metros cúbicos al año.

El Grupo Gloria tiene entre sus Objetivos mejorar los procesos agroindustriales en Casa Grande adquiriendo nueva maquinaria y modernizando la ya existente para alcanzar estándares de la más alta calidad. Así mismo, ampliar el área de siembra que actualmente se encuentra en 11 000 hectáreas y el cumplimiento de las obligaciones contraídas con terceros derivadas de administraciones anteriores, para lograr un bienestar general en las comunidades aledañas

Objetivo específico 1: Descripción del programa de responsabilidad social empresarial que está establecido en la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A.

Programa de adecuación y manejo ambiental PAMA

El PAMA está definido como el programa que contiene las acciones, políticas e inversiones necesarias para reducir prioritariamente las cantidades de sustancias peligrosas o contaminantes que ingresan a un sistema o infraestructura de disposición de residuos o que se viertan o emitan al ambiente, realizar acciones de reciclaje y reutilización de bienes como medio de reducir los niveles de acumulación de desechos y prevenir la contaminación ambiental y reducir o eliminar las emisiones y vertimientos y poder cumplir los patrones ambientales establecidos por la Autoridad Ambiental Competente en este caso es la Dirección General de Asuntos Ambientales del Ministerio de Agricultura

En dicho documento se diagnostica los aspectos ambientales y plantean las medidas de control, y prevención de la contaminación que fueran necesarios. Una vez aprobado el PAMA, se inicia la ejecución de todos los compromisos y obligaciones para prevenir, controlar y mitigar los impactos ambientales que están considerados dentro de dicho documento.

La empresa realiza sus procesos en cada área de acuerdo al programa de adecuación y manejo ambiental.

Lavaderos

La caña que viene del campo es pesada mediante una balanza Berkel. El equipo para la preparación de caña consta de 2 líneas o lavaderos denominados "A" y "B" en donde se hacen 2 tipos de lavados: el lavado en seco y el lavado en agua; el primero de los dos consiste en una serie de elementos que mueven y abren la caña permitiendo la separación de la tierra y el segundo mediante un chorro de agua y presión separa el resto de la tierra, así como también el cogollo y las hojas que viene con la caña. Cada uno de los lavaderos hace los dos tipos de lavado. Los elementos móviles de los lavaderos están conectados a unos 500 HP. De potencia

suministrados por motores eléctricos. Los lavaderos A y B trabajan en forma paralela y similar donde el primero prepara la caña para la molienda en los trapiches y el segundo prepara la caña para el difusor. El lavadero A prepara la caña en un juego de machetes y un desfibrador Gruendler. Accionados por un total de 3.500 HP.

Es la instalación donde se realiza la extracción del jugo de la caña desfibrada por el fenómeno de la difusión. Consta de Difusor SILVER 840 fondo perforado, de volumen 645m³ (5000-6000) t/día de capacidad y 19 tinas para captación de jugo con 2 plataformas hidráulicas de accionamiento y 6 elevadores de gusano que giran a 16 rpm accionados por 2 moto reductores de 100 HB c/u, para extraer bagazo. También se tienen 16 bombas de circulación en contracorriente, accionado c/u por motores HINZ de 20 HP, 3 bombas de jugos de fábrica para elaboración de las cuales generalmente funciona 1, accionado por motores HINZ de 20 HP, 3 bombas de jugo recirculación, que pasa por los calentadores, de las cuales generalmente funcionan 2, accionados c/u por motores HIMZ de 100 HP, Para calentar el jugo de recirculación, se cuenta con 4 calentadores de 120 m² de superficie y 412 tubos de acero inoxidable de 36/35,5 mm de diámetro y 3 m de largo. La velocidad de paso por los tubos es de 1,7 m/s, tiene 8 pazos y utiliza vapor de atm. También se cuenta con 3 coladores DOOROLIVER, 1 decantador tipo convencional de 7 m de diámetro, 5,45 m de altura y capacidad 200 m³. Un par de tambores de desagüe de 260 y 2,35 m respectivamente, accionados c/u por motor de 40 HP y sistema reductor. Un molino de 3 masas de 2240 mm la superior, 1100 mm de entrada y 1160 mm de salida. El difusor silver de casa grande, es el único en el Perú Dicha construcción estuvo a cargo de la compañía ATISA de Lima, bajo la supervisión técnica de la empresa, asesorada por los representantes de la casa Silver de Denver, Colorado EE. UU.

Trapiches

El equipo de molienda consiste en dos trapiches denominados "B" y "C" y el trapiche B es marca Krupp y fue construido en 1929 para moler 2.000 t/día; con modificaciones hechas posteriormente se logran moler 4.200 t/día la molienda promedio era de 3.500 toneladas por día. El trapiche C consta de 19 mazas de 36x78 y es accionado por 7 turbinas con un total de 2850 HP. Modificaciones posteriores se hicieron tanto en las turbinas como en los elementos del trapiche B hicieron con la finalidad de obtener mayor y mejor capacidad de la molienda hasta el orden de 5.000 t/día. El trapiche C es de marca Halle y es más antiguo que el trapiche B. 1921, su estado mecánico no es muy bueno, pero se está modernizando y se cree que podrá hacer una molienda de 2500 a 3000 t/día. Consta de 17 mazas de 36x78 y se está accionado mediante motores eléctricos de corriente continua con un total de 2050 HP. Para iniciar el proceso de control de jugo la fábrica tiene 3 balanzas Maxwell Bologne cuya capacidad es de 120 toneladas por hora cada una; luego que el jugo es pesado este es encalado mediante un equipo automático Speedomax de la Leeds and Nortrup. Para calentar el jugo se cuenta con una batería de 12 calentadores de 230 m² de superficie de calentamiento cada uno, que hacen una superficie total de 2700 m² y datan del año 1960 con modificaciones hechas posteriormente a fin de aumentar su eficiencia.

Clarificación

Para su clarificación del jugo se cuenta con dos clarificadores Door de 400 y 700m³ respectivamente. Cuando se inició el proceso de difusión se creyó que los clarificadores debían trabajar solo para el jugo de los trapiches, pero el jugo que sale de difusión no está bien clarificado, por lo que es necesario pasarlo por los clarificadores a fin de que se flocule.

Filtración

Para la filtración de la cachaza existen 5 litros rotatorios al vacío y 4 filtros a presión 3 de los rotatorios son marca Oliver y los otros 2 son marca Eimco y los filtros a presión son todos de marca Fash-Floc.

Evaporación

Para la evaporación existe 1,6 ha que está distribuida en 21 cuerpos que se agrupa en la forma siguiente pre evaporadores 7 grandes y 2 chicos con un total de 7200 m². Además, se cuenta con 3 cuerpos de evaporadores de triple efecto de 1.000 m² cada uno. Los últimos cuerpos de los triples están conectados a condensadores barométricos equipados cada uno con una bomba de vacío tipo anillo de agua. Para el enfriamiento de agua de inyección tanto de los evaporadores como de los tachos, existe una torre de tiro natural y una torre de tiro forzado con sus bombas de agua caliente y fría respectivamente. Hay además 5 bombas de vacío a pistones accionados por motores eléctricos que sirven para el sistema central de vacío.

Los tachos con que cuenta la fábrica de azúcar de Casa Grande son de diferente capacidad y datan como sigue: uno de 1917 dos de 1946. Uno de 1950; fueron construidos en Casa Grande antes de 1956 y seis diferentes instalados entre 1965 y 1968, los primeros con 250 m² y de 60 t de capacidad y los últimos de 370 m² y 80 t de capacidad.

Cristalizados

Se cuenta también con 12 cristalizadores para mazas A y B muy antiguos y modificados en la Empresa Casa Grande. Los 6 modificados tienen una capacidad de 80 TM, 5 antiguos de 60 TM y un Fabrimet de 80 T on.

Centrifugadoras

Para la centrifugación de las masas A y B mejor dicho del lado A y del lado B se distribuyen como sigue: en el lado A: 5 centrifugas para azúcar refinada (2 marca Western States y 3 marca BMA), y 5 para refundición. En el lado B se encuentran 7 centrifugas para azúcar de exportación (6 marca Buckau Wolf y 1 marca Western States) y 16 de centrifugas de tercera marca Western States. 11. Refinería. El equipo para la refinación consiste en un equipo de dos tanques carbonatados. 6 filtro prensa y 3 litros Pronto para repasar el carbón residual que lleve el licor cuando se usa carbón. El equipo para decalzar las mieles con carbón activador consiste de los tanques de preparación y de 8 filtros a presión Schumacher. Para el conocimiento de las

masas de azúcar refinada es secada mediante un tambor de doble efecto marca BMA con una capacidad máxima de 350 toneladas por día.

Para depositar las masas de refinada se cuenta con un cristizador Fabrimet de 170 toneladas de capacidad.

Almacenamiento y Despacho del Azúcar

La capacidad para el almacenamiento de azúcar rubia es de aproximadamente 2000 t se puede llenar en el almacén hasta 2400 t, pero con el peligro de que este pueda derrumbarse. Es un almacén techado de piso de cemento con paredes de adobe y que se carga con una faja elevada y se evacua por conductores de cadena. Para el ensaque de azúcar rubia hay 2 balanzas automáticas. Richarson que son alimentadas con un sistema de evaporadores y un sistema de fajas para la carga de ventilación, control de humedad y control de temperatura. Existe una balanza ensacadora automática para bolsas de azúcar refinada. Tanto para sacos y bolsas de azúcar rubia como para bolsas de azúcar refinada existe un sistema puente para el carguillo de los camiones.

Además, se cuenta con una balanza velox para refinería con una capacidad de 25t/h 500 bolsas – hora y 2 balanzas de azúcar rubia con una capacidad de 24 t/h 480 bolsas – h.

Planta generadora de vapor

En Casa Grande existen 12 calderos que generan aproximadamente unas 330 t de vapor/h quemando bagazo de caña y petróleo. El vapor vivo se genera de 32 a 21 atmósferas respectivamente esta presión puede reducirse según los requerimientos mediante válvulas de reducción. Como para la alimentación se usa exclusivamente agua de condensación se cuenta con 3 tanques de almacenamiento con una capacidad de 4,600 m³. Se cuenta además con dos tanques de petróleo uno de 200,000 galones y el otro de 500,000 galones de capacidad.

Para el almacenamiento de bagazo se tiene una bagazera provista de conductores aéreos para almacenar y recuperar el bagazo

Planta de generación de electricidad

En esta planta hay 4 turbos generadores.

Un turbo generador Siemens modelo 1968 de contrapresión que produce 12,000 kv a 6,300 voltios y 50 ciclos.

Un turbo generador Siemens modelo 1968 de contrapresión que produce 12,000 kv a 6,300 voltios y 50 ciclos.

Dos turbogeneradores Brow-Boveri modelo 1958 de contrapresión que produce 500 kv cada uno a 2,300 voltios y 50 ciclos.

Un turbogenerador Siemens modelo 1938 de contrapresión que produce 3200 kv a 500 voltios y 50 ciclos. Un generador de emergencia Diesel-General Electric de 400 kv que fue instalado en 1950.

Taller de mecánica.

En esta región se hacen las reparaciones generales de todo el equipo de la empresa y aun se hacen trabajos a otras empresas azucareras, y gente particular que tiene maquinarias. También se fabrican una serie de equipos para servicio interno. En esta sección se realiza la fabricación de mazas para trapiches tanto para consumo interno como para abastecimiento a otras azucareras.

Sección tornos

Tornos chicos: En esta sección hay 13 tornos que varían de longitud y velocidad para diferentes trabajos pequeños tales como trabajo de material de bronce, fierro fundido, etc.

Tornos medianos: En esta sección del taller se tiene 12 tornos que varían de longitud de y velocidad de trabajo, se hacen trabajos como ejes, bocinas, pernos, tubos, etc.

Tornos grandes: Existen 4 tornos de mayores dimensiones lo que permite preparar mazas y ejes de gran tamaño para su uso de la misma empresa y de otras empresas azucareras

Sección taladros: En esta sección hay 6 taladros

Prensa Hidráulica: Esta prensa se emplea para ensamblar las mazas en los ejes que son de gran tamaño.

Fundición: En esta sección se hace todo lo referente a la fundición de las mazas, bombas, etc. Tiene las siguientes máquinas: dos hornos rotatorios, dos hornos cubilote, un crisol.

Comentario:

Los procesos han cambiado actualmente en la empresa agroindustrial Casa Grande, como en el área de lavaderos ahora se trabaja con dos tipos, el lavado en seco y el lavado en agua mejorando su proceso y a la vez ahorrando el agua al momento de realizar el lavado en seco. En el área de los trapiches se cambió una de las máquinas que era demasiado antigua y que se utilizaba para moler la caña, la máquina moderna que ahora utilizan es eléctrica por lo que su contaminación es menor a la que utilizaban antes. En los siguientes procesos se ha cambiado las máquinas antiguas por máquinas modernas siguiendo las normas del cuidado para el medio ambiente como especifica el programa PAMA.

Con la aplicación del programa PAMA dentro de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. el procesamiento de la caña de azúcar ha mejorado y como evidencia tenemos a los trabajadores que conocen y realizan estos procesos que ayudan a proteger y conservar el medio ambiente con el ahorro del agua, reducción de desechos tóxicos, gases tóxicos en el aire al momento de hacer la quema de la caña, y en cada uno de los procesos que están en el programa, se espera continuar con el crecimiento económico y social buscando la eficiencia y productividad, a partir de un sistema gradual y progresivo siguiendo los procesos del programa de adecuación y manejo ambiental.

Objetivo específico 2: Analizar la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A.

Estado De Situación Financiera De La Empresa Agroindustrial Casa Grande S.A.A. del año 2016, 2017, 2018 y 2019.

Tabla 1: *Estado de la Situación Financiera de la Empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. del año 2016 al 2019.*

Año	2019	2018	2017	2016
Activo				
Activos Corrientes				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	62,197	8,266	19,192	14,929
Cuentas por cobrar comerciales, neto	41,879	21,839	47,161	95,399
Cuentas por cobrar a relacionadas	4,400	16,893	-	-
Otras cuentas por cobrar, neto	5,492	4,180	-	-
Inventarios, neto	98,975	98,975	114,866	87,032
Activos biológicos	161,664	188,381	170,348	152,270
Impuestos por aplicar y gastos pagados por anticipado	10,189	17,871	2,678	784
Total activo corriente	384,796	356,405	354,245	350,414
Activo no corriente				
Cuentas por cobrar a relacionadas a largo plazo	64,787	48,056	58,117	77,835
Otras cuentas por cobrar, neto	4,144	4,144	-	-
Impuestos por aplicar y gastos pagados por anticipado	10,949	6,147		
Propiedades, planta, planta productora y equipo, neto	1,263,450	1,284,492	1,296,535	1,318,442
Intangibles, neto	1,930	2,107	1,760	1,217
Total activo no corriente	1,345,260	1,344,946	1,356,412	1,397,494
TOTAL ACTIVO	1,730,056	1,701,351	1,710,657	1,747,908

Fuente: Bolsa de valores de Lima.

Año	2019	2018	2017	2016
Pasivo y Patrimonio				
Pasivo corriente				
Otros pasivos financieros	22,000	15,000	-	1,440
Cuentas por pagar comerciales	62,465	48,130	92,462	92,834
Cuentas por pagar a relacionadas	4,302	13,239	-	-
Otras cuentas por pagar	9,897	9,459	-	-
Beneficios a los empleados	16,768	11,245	-	-
Provisiones	16,803	18,555	17,879	14,115
Total pasivo corriente	132,235	115,628	110,341	108,389
Pasivo no corriente				
Otras cuentas por pagar y beneficios a los empleados	3,254	4,368	5,788	-
Provisiones a largo plazo	34,525	34,978	-	6,229
Pasivo por impuesto a las ganancias diferido, neto	223,365	226,351	228,546	235,996
Total pasivo no corriente	261,144	265,697	234,334	242,225
Total pasivo	393,379	381,325	344,675	350,614
Patrimonio				
Capital social	842,345	842,345	842,345	842,345
Capital adicional	4,685	4,685	4,685	4,685
Reserva legal	75,363	75,148	74,832	64,335
Resultados acumulados	414,284	397,848	444,120	485,929
Total patrimonio	1,336,677	1,320,026	1,365,982	1,397,294
Total pasivo y patrimonio neto	1,730,056	1,701,351	1,710,657	1,747,908

Fuente: Bolsa de valores de Lima.

Comentario:

De acuerdo a la tabla N°1 podemos ver que el activo total al 31 de diciembre del 2016 fue de S/ 1,747,908, mayor que el año 2017 que fue S/ 1,710,657, en el año 2018 siguió disminuyendo a S/ 1,701,351 y en el 2019 aumento a S/ 1,730,056.

El pasivo total al 31 de diciembre del 2016 fue de S/ 350,614, mayor que el año 2017 que fue S/ 344,675, en el año 2018 aumento a S/ 381,325 y en el 2019 siguió aumento a S/ 393,379.

El patrimonio neto de la compañía en el 2016 fue de S/ 1,397,294, mayor que el año 2017 que fue S/ 1,365,982, en el año 2018 siguió disminuyendo a S/ 1,320,026 y en el 2019 aumento a S/ 1,336,677. El movimiento patrimonial se debe principalmente al incremento en reservas legales y utilidad del periodo.

Tabla 2: Ratios del estado de situación financiera de los años 2016, 2017, 2018 y 2019.

Ratios de Liquidez	2019	2018	2017	2016
Activo Corriente / Pasivo Corriente	S/ 2.91	S/ 3.08	S/ 3.21	S/ 3.23
Activo Corriente - Pasivo Corriente	S/ 252,561	S/ 240,777	S/ 243,904	S/ 242,025
Activo Corriente -Inventarios / Pasivos Corrientes	S/ 2.16	S/ 2.23	S/ 2.17	S/ 2.43
Ratios de Solvencia				
Pasivo Total / Activo Total	0.23%	0.22%	0.20%	0.20%
Pasivo Total / Patrimonio	0.29%	0.29%	0.25%	0.25%
Pasivo No Corriente / Patrimonio	0.20%	0.20%	0.17%	0.17%

Fuente: Bolsa de valores de Lima.

Comentario:

Se presenta los ratios económicos y financieros que nos permitirá evaluar cómo está marchando la empresa a partir de haber implementado el programa de adecuación y manejo ambiental (PAMA). El ratio de liquidez se observa que para el año 2016 tuvo S/ 3.23, el año 2017 contaba con S/ 3.21, en el año 2018 con S/ 3.08 y para el año 2019 con S/ 2.91 lo que significa que la empresa todos estos años ha podido cubrir cada sol de deuda. En el ratio de capital de trabajo, se observa que en el año 2016 la empresa tenía S/ 242,025, el año 2017 tenía S/ 243,904, en el año 2018 S/ 240,777 y para el año 2019 S/ 252,561, lo cual su capital de trabajo ha ido aumentando ligeramente cada año para atender las obligaciones que surgen en desarrollo de sus actividades. En el ratio de solvencia se observa que el primero es ratio de deuda, en el año 2016 y 2017 tenía una deuda de 0.20%, el año 2018 aumento a 0.22% y para el año 2019 de 0.23% lo que quiere decir que la empresa después de haber adquirido el programa de adecuación y manejo ambiental tuvo que endeudarse para solventar sus deudas. En la segunda, ratio de endeudamiento patrimonial se

puedo apreciar que en el año 2016 y 2017 tenía un financiamiento de 0.25% y para el año 2018 y 2019 tenía un financiamiento de 0.29%. Y, por último, el ratio de endeudamiento a largo plazo para el año 2016 y 2017 representa un 0.17% y para el año 2018 y 2019 tuvo 0.20%, indica que en menor sea el ratio mayor será la posibilidad de tener autonomía financiera de la empresa.

**Estado De Resultados y ratios De La Empresa Agroindustrial Casa Grande
S.A.A. del año 2016, 2017, 2018 y 2019.**

Tabla 3: *Estado de resultados de la empresa agroindustrial Casa Grande al año 2016.*

Estado de resultados	31/12/2016	Ratios	31/12/2016
Ingresos de Actividades Ordinarias	555,938.00		
Costo de Ventas	-		
Ganancia (Pérdida) Bruta	79,179.00	Rentabilidad Patrimonial	7.49%
Gastos de Ventas y Distribución	-21,361.00		
Gastos de Administración	-44,129.00		
Otros Ingresos Operativos	149,250.00		
Otros Gastos Operativos	-8,279.00		
Otras Ganancias (Pérdidas)	0.00	Rentabilidad de las Ventas	18.82%
Ganancia (Pérdida) Operativa	154,660.00		
Ganancia (Pérdida) de la Baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado	0.00		
Ingresos Financieros	848.00		
Ingresos por Intereses calculados usando el Método de Interes Efectivo			
Gastos Financieros	-1,148.00	Margen Bruto	14.24%
Ganancia (Pérdida) por Deterioro de Valor (Pérdidas Crediticias Esperadas o Reversiones)			
Otros Ingresos (Gastos) de las Subsidiarias, Asociadas y Negocios Conjuntos	0.00		
Diferencias de Cambio Neto	453.00		
Ganancias (Pérdidas) por Reclasificación de Activos Financieros a Valor Razonable con cambios en Resultados antes medidos al Costo Amortizado	0.00		
Ganancia (Pérdida) Acumulada en Otro Resultado Integral por Activos Financieros medidos a Valor Razonable reclasificados como cambios en Resultados	0.00	Rentabilidad Operacional	27.82%
Ganancias (Pérdidas) por Cobertura de un Grupo de Partidas con posiciones de Riesgo Compensadoras	0.00		
Diferencia entre el Importe en Libros de los Activos Distribuidos y el Importe en Libros del Dividendo a pagar	0.00		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	-0.01		
Ingreso (Gasto) por Impuesto	-50,178.00		
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	104,635.00	Rentabilidad de los Activos	5.99%
Ganancia (Pérdida) procedente de Operaciones Discontinuas, neta de Impuesto	0.00		
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	104,635.00		

Fuente: Bolsa de valores de Lima; Ratios elaboración propia.

Comentario:

En la tabla N° 3 se muestra el Estado de Resultados al 31 de diciembre del año 2016 que se generó una utilidad neta de S/ 104,635, también presentamos los siguientes ratios, como la rentabilidad patrimonial que obtuvo un 7.49%, en la rentabilidad de ventas un 18.82%, en el margen bruto un 14.24%, en la rentabilidad operacional un 27.82% y en la rentabilidad de los activos un 5.99%.

Tabla 4: Estado de resultados de la empresa agroindustrial Casa Grande al año 2017.

Estado de resultados	31/12/2017	Ratios	31/12/2017
Ingresos de Actividades Ordinarias	383,442.00		
Costo de Ventas	-		
	376,485.00	Rentabilidad Patrimonial	0.20%
Ganancia (Pérdida) Bruta	6,957.00		
Gastos de Ventas y Distribución	-17,380.00		
Gastos de Administración	-35,381.00		
Otros Ingresos Operativos	59,909.00		
Otros Gastos Operativos	-17,839.00	Rentabilidad de las Ventas	0.70%
Otras Ganancias (Pérdidas)	0.00		
Ganancia (Pérdida) Operativa	-3,734.00		
Ganancia (Pérdida) de la Baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado	0.00		
Ingresos Financieros	6,767.00		
Ingresos por Intereses calculados usando el Método de Interes Efectivo			
Gastos Financieros	-1,037.00	Margen Bruto	1.81%
Ganancia (Pérdida) por Deterioro de Valor (Pérdidas Crediticias Esperadas o Reversiones)			
Otros Ingresos (Gastos) de las Subsidiarias, Asociadas y Negocios Conjuntos	0.00		
Diferencias de Cambio Neto	-821.00		
Ganancias (Pérdidas) por Reclasificación de Activos Financieros a Valor Razonable con cambios en Resultados antes medidos al Costo Amortizado	0.00		
Ganancia (Pérdida) Acumulada en Otro Resultado Integral por Activos Financieros medidos a Valor Razonable reclasificados como cambios en Resultados	0.00	Rentabilidad Operacional	-0.97%
Ganancias (Pérdidas) por Cobertura de un Grupo de Partidas con posiciones de Riesgo Compensadoras	0.00		
Diferencia entre el Importe en Libros de los Activos Distribuidos y el Importe en Libros del Dividendo a pagar	0.00		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	1,175.00		
Ingreso (Gasto) por Impuesto	1,513.00		
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	2,688.00	Rentabilidad de los Activos	0.16%
Ganancia (Pérdida) procedente de Operaciones Discontinuas, neta de Impuesto	0.00		
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	2,688.00		

Fuente: Bolsa de valores de Lima; Ratios elaboración propia

Comentario

En la tabla N° 4 se muestra el Estado de Resultados al 31 de diciembre del año 2017 que se generó una utilidad neta de S/ 2,688 siendo menor al del año anterior, también presentamos los siguientes ratios, como la rentabilidad patrimonial que obtuvo un 0.20%, en la rentabilidad de ventas un 0.70%, en el margen bruto un 1.81%, en la rentabilidad operacional un -0.97% y en la rentabilidad de los activos un 0.16%.

Tabla 5: Estado de resultados de la empresa agroindustrial Casa Grande al año 2018.

Estado de resultados	31/12/2018	Ratios	31/12/2018
Ingresos de Actividades Ordinarias	429,418.00		
Costo de Ventas	-		
	391,261.00	Rentabilidad Patrimonial	0.12%
Ganancia (Pérdida) Bruta	38,157.00		
Gastos de Ventas y Distribución	-2,507.00		
Gastos de Administración	-41,184.00		
Otros Ingresos Operativos	12,474.00		
Otros Gastos Operativos	-6,786.00	Rentabilidad de las Ventas	0.36%
Otras Ganancias (Pérdidas)	0.00		
Ganancia (Pérdida) Operativa	154.00		
Ganancia (Pérdida) de la Baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado	0.00		
Ingresos Financieros	3,477.00		
Ingresos por Intereses calculados usando el Método de Interes Efectivo			
Gastos Financieros	-2,316.00	Margen Bruto	8.89%
Ganancia (Pérdida) por Deterioro de Valor (Pérdidas Crediticias Esperadas o Reversiones)			
Otros Ingresos (Gastos) de las Subsidiarias, Asociadas y Negocios Conjuntos	0.00		
Diferencias de Cambio Neto	-264.00		
Ganancias (Pérdidas) por Reclasificación de Activos Financieros a Valor Razonable con cambios en Resultados antes medidos al Costo Amortizado	0.00		
Ganancia (Pérdida) Acumulada en Otro Resultado Integral por Activos Financieros medidos a Valor Razonable reclasificados como cambios en Resultados	0.00	Rentabilidad Operacional	0.04%
Ganancias (Pérdidas) por Cobertura de un Grupo de Partidas con posiciones de Riesgo Compensadoras	0.00		
Diferencia entre el Importe en Libros de los Activos Distribuidos y el Importe en Libros del Dividendo a pagar	0.00		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	1,051.00		
Ingreso (Gasto) por Impuesto	486.00		
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	1,537.00	Rentabilidad de los Activos	0.09%
Ganancia (Pérdida) procedente de Operaciones Discontinuas, neta de Impuesto	0.00		
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	1,537.00		

Fuente: Bolsa de valores de Lima, Ratios elaboración propia.

Comentario

En la tabla N° 5 se muestra el Estado de Resultados al 31 de diciembre del año 2018 que se generó una utilidad neta de S/ 1,537 siendo menor al del año anterior, también presentamos los siguientes ratios, como la rentabilidad patrimonial que obtuvo un 0.12%, en la rentabilidad de ventas un 0.36%, en el margen bruto un 8.89%, en la rentabilidad operacional un 0.04% y en la rentabilidad de los activos un 0.09%.

Tabla 6: Estado de resultados de la empresa agroindustrial Casa Grande al año 2019.

Estado de resultados	31/12/2019	Ratios	31/12/2019
Ingresos de Actividades Ordinarias	484,790.00		
Costo de Ventas	-		
Ganancia (Pérdida) Bruta	405,090.00	Rentabilidad Patrimonial	2.30%
Gastos de Ventas y Distribución	-1,913.00		
Gastos de Administración	-37,988.00		
Otros Ingresos Operativos	11,786.00		
Otros Gastos Operativos	-28,128.00		
Otras Ganancias (Pérdidas)	0.00	Rentabilidad de las Ventas	6.34%
Ganancia (Pérdida) Operativa	23,457.00		
Ganancia (Pérdida) de la Baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado	0.00		
Ingresos Financieros	6,530.00		
Ingresos por Intereses calculados usando el Método de Interes Efectivo			
Gastos Financieros	3,986.00	Margen Bruto	16.44%
Ganancia (Pérdida) por Deterioro de Valor (Pérdidas Crediticias Esperadas o Reversiones)			
Otros Ingresos (Gastos) de las Subsidiarias, Asociadas y Negocios Conjuntos	0.00		
Diferencias de Cambio Neto	349.00		
Ganancias (Pérdidas) por Reclasificación de Activos Financieros a Valor Razonable con cambios en Resultados antes medidos al Costo Amortizado	0.00		
Ganancia (Pérdida) Acumulada en Otro Resultado Integral por Activos Financieros medidos a Valor Razonable reclasificados como cambios en Resultados	0.00	Rentabilidad Operacional	4.84%
Ganancias (Pérdidas) por Cobertura de un Grupo de Partidas con posiciones de Riesgo Compensadoras	0.00		
Diferencia entre el Importe en Libros de los Activos Distribuidos y el Importe en Libros del Dividendo a pagar	0.00		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	34,322.00		
Ingreso (Gasto) por Impuesto	-3,606.00		
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	18,062.00	Rentabilidad de los Activos	1.78%
Ganancia (Pérdida) procedente de Operaciones Discontinuas, neta de Impuesto	0.00		
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	30,716.00		

Fuente: Bolsa de valores de Lima, Ratios elaboración propia.

Comentario

En la tabla N° 6 se muestra el Estado de Resultados al 31 de diciembre del año 2019 que se generó una utilidad neta de S/ 30,716 siendo mayor al del año anterior, también presentamos los siguientes ratios, como la rentabilidad patrimonial que obtuvo un 2.30%, en la rentabilidad de ventas un 6.34%, en el margen bruto un 16.44%, en la rentabilidad operacional un 4.84% y en la rentabilidad de los activos un 1.78%.

Análisis Comparativo De Los Ratios Financieros De La Empresa Agroindustrial Casa Grande S.A.A. Del Año 2016, 2017, 2018 y 2019.

Tabla 7: *Ratios financieros de la empresa agroindustrial Casa Grande de los años 2016, 2017, 2018 y 2019.*

Ratios	Formula	2019	2018	2017	2016	Comentario
Rentabilidad Patrimonial	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{patrimonio}}$	2.30%	0.12%	0.20%	7.49%	Por cada sol que los dueños tienen en el 2016 la empresa genera una utilidad de 7.49%, en el periodo 2017 hubo una disminución en la rentabilidad de la inversión de los socios al 0.2%, para el 2018 disminuyo a 0.12% y en el 2019 aumento a 2.30%.
Rentabilidad de las ventas	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{ventas Netas}}$	6%	0.36%	0.70%	18.82%	Por cada sol que se vendió en el 2016 la empresa genera una utilidad del 18.82%, en el periodo 2017 disminuyo a 0.705, en el 2018 continuo a la baja en 0.36% y para el 2019 aumento a 6.34%.
Margen Bruto	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$	16%	9%	2%	14%	De los resultados podemos inferir que para el año 2016 la utilidad bruta obtenida fue de 14.24%, para el año 2016 fue de 14.24%, para el 2017 disminuyo en 1.81%, para el 2018 aumento a 8.89% en el 2019 siguió en aumento y llego a 16.44%.

Nota: *el cuadro comparativo fue elaboración propia.*

Comentario:

Al visualizar la tabla N° 7, las ratios mostrados en el cuadro comparativo vemos que han existido disminuciones del año 2016 al 2018 en la Rentabilidad patrimonial de 7.37%, en la rentabilidad de las ventas de 18.46%, en el margen bruto de 5.35%, en la rentabilidad operacional de 27.78% y en la rentabilidad de los activos de 5.90%. En estos años no utilizaban los procedimientos del programa PAMA. A continuación, indicamos los ratios del 2018 al 2019 con la implementación del programa PAMA en el último

año, en la Rentabilidad patrimonial obtuvo un aumento del 2.18%, en la rentabilidad de las ventas aumento en 5.98%, en el margen bruto aumento en 7.55%, en la rentabilidad operacional aumento en 4.80% y en la rentabilidad de los activos aumento en 1.69%, esto nos quiere decir que la aplicación del programa PAMA en la empresa agroindustrial casa grande ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa.

Comentario:

La rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. en los años 2016, 2017 y 2018 ha venido decreciendo en un 5.90% su utilidad neta, como vemos en el estado de resultados su disminución fue de S/ 103,098, por lo que observamos que en estos años la empresa no contaba con el Programa de adecuación y manejo ambiental (PAMA), es por ello que los procedimientos que ellos utilizaban no ayudaban al mejoramiento de la empresa, luego de haber analizado la aplicación de dicho programa nos damos cuenta que la empresa tuvo un ligero crecimiento del año 2018 al 2019 en su utilidad neta de 1.69% esto lo vemos reflejado en nuestro cuadro comparativo y aumento S/29,179 el estado de resultados, por lo que llegamos a la conclusión que la aplicación del programa PAMA es favorable para la empresa.

Objetivo específico 3: Analizar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A.

Tabla 8: Pregunta 01 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre busca maximizar sus ganancias					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	6	3,6	3,6	3,6
	Desacuerdo	12	7,1	7,1	10,7
	Indeciso	33	19,5	19,5	30,2
	De acuerdo	66	39,1	39,1	69,2
	Totalmente de acuerdo	52	30,8	30,8	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia, aplicando el programa spss.

Nota: La tabla N°8 muestra que el 39.05 % de encuestados están de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. busca maximizar sus ganancias; el 30.77% totalmente de acuerdo, el 19.53 está indeciso, el 7.10% está en desacuerdo, y el 3.55% está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 9: *Pregunta 02 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8	1,8
	Desacuerdo	4	2,4	2,4	4,1
	Indeciso	31	18,3	18,3	22,5
	De acuerdo	78	46,2	46,2	68,6
	Totalmente de acuerdo	53	31,4	31,4	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss*

Nota: La tabla N°9 muestra que el 46.15% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción, el 31.56% está totalmente de acuerdo, el 18.34% está indeciso, el 2.37% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 10: *Pregunta 03 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	6	3,6	3,6	3,6
	Desacuerdo	3	1,8	1,8	5,3
	Indeciso	32	18,9	18,9	24,3
	De acuerdo	78	46,2	46,2	70,4
	Totalmente de acuerdo	50	29,6	29,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°10 muestra que el 46.15% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo, el 29.59% está totalmente desacuerdo, el 18.93% está indeciso, el 3.55% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Tabla 11: Pregunta 04 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. busca mejorar siempre los resultados E.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	9	5,3	5,3
	Desacuerdo	10	5,9	11,2
	Indeciso	44	26,0	37,3
	De acuerdo	73	43,2	80,5
	Totalmente de acuerdo	33	19,5	100,0
	Total	169	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia, aplicando el programa spss.

Nota: La tabla N° 11 muestra que el 43.20% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. busca mejorar los resultados económicos, el 26.04% está indeciso, el 19.53% está totalmente de acuerdo, el 5.92% en desacuerdo y el 5.33% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 12: *Pregunta 05 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8	1,8
	Desacuerdo	4	2,4	2,4	4,1
	Indeciso	43	25,4	25,4	29,6
	De acuerdo	71	42,0	42,0	71,6
	Totalmente de acuerdo	48	28,4	28,4	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N° 12 muestra que el 42.01% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por ley, el 28.40% está totalmente de acuerdo, el 25.44% está indeciso, el 2.37% está en desacuerdo, y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 13: *Pregunta 06 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8	1,8
	Desacuerdo	10	5,9	5,9	7,7
	Indeciso	44	26,0	26,0	33,7
	De acuerdo	67	39,6	39,6	73,4
	Totalmente de acuerdo	45	26,6	26,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N° 13 muestra que el 39.64% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales, el 26.63% está totalmente de acuerdo, el 26.04% está indeciso, el 5.925 está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 14: *Pregunta 07 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	6	3,6	3,6	3,6
	Desacuerdo	12	7,1	7,1	10,7
	Indeciso	47	27,8	27,8	38,5
	De acuerdo	62	36,7	36,7	75,1
	Totalmente de acuerdo	42	24,9	24,9	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°14 muestra que el 39.69% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento, el 27.81% está indeciso, el 24.85% está totalmente de acuerdo, el 7.10% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 15: *Pregunta 08 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	6	3,6	3,6	3,6
	Desacuerdo	3	1,8	1,8	5,3
	Indeciso	31	18,3	18,3	23,7
	De acuerdo	79	46,7	46,7	70,4
	Totalmente de acuerdo	50	29,6	29,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N° 15 muestra que el 46.75% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio, el 29.59% está totalmente de acuerdo, el 18.34% está indeciso, el 3.55% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Tabla 16: *Pregunta 09 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos aunque afecten negativamente el desempeño económico					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8	1,8
	Desacuerdo	4	2,4	2,4	4,1
	Indeciso	33	19,5	19,5	23,7
	De acuerdo	68	40,2	40,2	63,9
	Totalmente de acuerdo	61	36,1	36,1	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N° 16 muestra que el 40.24% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos, aunque afecten negativamente el desempeño económico, el 36.09% está totalmente de acuerdo, el 19.53% está indeciso, el 2.37% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Tabla 17: *Pregunta 10 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8	1,8
	Desacuerdo	10	5,9	5,9	7,7
	Indeciso	36	21,3	21,3	29,0
	De acuerdo	74	43,8	43,8	72,8
	Totalmente de acuerdo	46	27,2	27,2	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°17 muestra que el 43.79% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico, el 27.22% está totalmente de acuerdo, el 21.30% está indeciso, el 5.92% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 18: *Pregunta 11 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	6	3,6	3,6	3,6
	Desacuerdo	3	1,8	1,8	5,3
	Indeciso	36	21,3	21,3	26,6
	De acuerdo	68	40,2	40,2	66,9
	Totalmente de acuerdo	56	33,1	33,1	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°18 muestra que el 40.24% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos, el 33.14% está totalmente de acuerdo, el 21.30% está indeciso, el 3.55% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Tabla 19: *Pregunta 12 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8	1,8
	Desacuerdo	4	2,4	2,4	4,1
	Indeciso	37	21,9	21,9	26,0
	De acuerdo	67	39,6	39,6	65,7
	Totalmente de acuerdo	58	34,3	34,3	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°19 muestra que el 39.64% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos, el 34.32% está totalmente de acuerdo, el 21.89% está indeciso, el 2.37% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Tabla 20: *Pregunta 13 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	6	3,6	3,6	3,6
	Desacuerdo	3	1,8	1,8	5,3
	Indeciso	36	21,3	21,3	26,6
	De acuerdo	64	37,9	37,9	64,5
	Totalmente de acuerdo	60	35,5	35,5	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°20 muestra que el 37.87% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales, el 35.50% está totalmente de acuerdo, el 21.30% está indeciso, el 3.55% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Tabla 21: *Pregunta 14 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	6	3,6	3,6	3,6
	Desacuerdo	12	7,1	7,1	10,7
	Indeciso	44	26,0	26,0	36,7
	De acuerdo	65	38,5	38,5	75,1
	Totalmente de acuerdo	42	24,9	24,9	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°21 muestra que el 38.46% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos, el 26.04% está indeciso, el 24.85% está totalmente de acuerdo, el 7.10% está en desacuerdo y el 3.55% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 22: *Pregunta 15 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8	1,8
	Desacuerdo	4	2,4	2,4	4,1
	Indeciso	31	18,3	18,3	22,5
	De acuerdo	76	45,0	45,0	67,5
	Totalmente de acuerdo	55	32,5	32,5	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°22 muestra que el 44.97% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas, el 32.54% está totalmente de acuerdo, el 18.34% está indeciso, el 2.37% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 23: Pregunta 16 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	9	5,3	5,3	5,3
	Desacuerdo	15	8,9	8,9	14,2
	Indeciso	35	20,7	20,7	34,9
	De acuerdo	71	42,0	42,0	76,9
	Totalmente de acuerdo	39	23,1	23,1	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia, aplicando el programa spss.

Nota: La tabla N°23 muestra que el 42.01% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios, el 23.08% está totalmente de acuerdo, el 20.71% está indeciso, el 8.88% está en desacuerdo y el 5.33% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 24: Pregunta 17 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8
	Desacuerdo	10	5,9	7,7
	Indeciso	41	24,3	32,0
	De acuerdo	63	37,3	69,2
	Totalmente de acuerdo	52	30,8	100,0
	Total	169	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia, aplicando el programa spss.

Nota: La tabla N°24 muestra que el 37.28% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones, el 30.77% está totalmente de acuerdo, el 24.26% está indeciso, el 5.92% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 25: *Pregunta 18 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.*

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8	1,8
	Desacuerdo	4	2,4	2,4	4,1
	Indeciso	34	20,1	20,1	24,3
	De acuerdo	74	43,8	43,8	68,0
	Totalmente de acuerdo	54	32,0	32,0	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: *elaboración propia, aplicando el programa spss.*

Nota: La tabla N°25 muestra que el 43.79% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental., el 31.95% está totalmente de acuerdo, el 20.12% está indeciso, el 2.37% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 26: Pregunta 19 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	6	3,6	3,6
	Desacuerdo	12	7,1	10,7
	Indeciso	34	20,1	30,8
	De acuerdo	71	42,0	72,8
	Totalmente de acuerdo	46	27,2	100,0
	Total	169	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia, aplicando el programa spss.

Nota: La tabla N°26 muestra que el 42.01% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos), el 27.22% está totalmente de acuerdo, el 20.12% está indeciso, el 7.10% está en desacuerdo y el 3.55% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Tabla 27: Pregunta 20 del cuestionario de Responsabilidad Social Empresarial.

La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re-uso y aprovechamiento				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	3	1,8	1,8
	Desacuerdo	10	5,9	7,7
	Indeciso	37	21,9	29,6
	De acuerdo	74	43,8	73,4
	Totalmente de acuerdo	45	26,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia, aplicando el programa spss.

Nota: La tabla N°27 muestra que el 43.79% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re-uso y aprovechamiento, el 26.63% está totalmente de acuerdo, el 21.89% está indeciso, el 5.92% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Luego de haber recabado información mediante las encuestas hemos llegado a la conclusión que el 2.37% de los trabajadores indica que la aplicación del programa PAMA es regular, luego el 54.44% de los trabajadores indica que les parece bien y el 43.20% indica que es una excelente decisión haber implementado dicho programa en la empresa agroindustrial casa grande S.A.A. por lo que se confirma que la gran mayoría de trabajadores están informados y nos confirman que si se desarrolla dicho programa.

Objetivo General: Determinar la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019.

Cuadro comparativo de los ratios financieros entre el año 2018 sin programa PAMA y 2019 con programa PAMA.

Tabla 28: *Comparación de ratios con y sin programa Pama del año 2018 y 2019.*

Ratios	2018 sin programa	2019 con programa
	PAMA	PAMA
Rentabilidad Patrimonial	0.12%	2.30%
Rentabilidad de las Ventas	0.36%	6.34%
Margen Bruto	8.89%	16.44%
Rentabilidad Operacional	0.04%	4.84%
Rentabilidad de los Activos	0.09%	1.78%

Fuente: Bolsa de valores de Lima.

Nota: cómo podemos observar la rentabilidad del año 2018 al año 2019 ha crecido considerablemente en la rentabilidad patrimonial aumento un 2.18%, en la rentabilidad de ventas un 5.98%, en el margen bruto un 7.55%, en la rentabilidad operacional un 4.80% y en la rentabilidad de los activos un 1.69%. lo cual representa que la aplicación del programa PAMA influye positivamente en la rentabilidad de la empresa.

Se determinó que la responsabilidad social empresarial influye directamente en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. porque con la aplicación del programa PAMA ha crecido en su rentabilidad operacional del año 2018 que fue del 0.04% al año 2019 donde se aplicó dicho programa fue de 4.84%, esto nos indica que su crecimiento fue de 4.80%. en su rentabilidad.

Contrastación de la Hipótesis

La responsabilidad social empresarial influye positivamente a la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. Porque de acuerdo a los resultados obtenidos después de comparar los ratios del año 2018 sin programa PAMA y el año 2019 con programa PAMA, vemos que en el 2018 su rentabilidad patrimonial fue de 0.12%, su rentabilidad de las ventas un 0.36%, el margen bruto un 8.89%, su rentabilidad operacional un 0.04% y en la rentabilidad de los activos un 0.09%, y en el 2019 su rentabilidad patrimonial fue de 2.30%, su rentabilidad de las ventas un 6.34%, el margen bruto un 16.44%, su rentabilidad operacional un 4.84% y en la rentabilidad de los activos un 1.78%, esto nos quiere decir que la empresa ha tenido un crecimiento considerablemente, en la rentabilidad patrimonial aumento un 2.18%, en la rentabilidad de ventas un 5.98%, en el margen bruto un 7.55%, en la rentabilidad operacional un 4.80% y en la rentabilidad de los activos un 1.69%. Por lo que concluimos que la aplicación del programa PAMA en la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa.

V. DISCUSIÓN

Al describir el programa de responsabilidad social empresarial que está establecido en la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A., se puede ver que la empresa implemento para el año 2019 el programa de adecuación y manejo ambiental (PAMA), lo cual le ayudara a mejorar el crecimiento de sus ventas y aumentar su rentabilidad, esto es reafirmado por Romero (2017) en su tesis *“Diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa Produarroz S.A.”*, quien indica que las empresas que aún no cuenten con un manual de procedimientos o programas que les ayuden a mejorar a la empresa, puedan implementarlas para que puedan tener un buen control de calidad, en la producción, financiero y que le permita evaluar sus resultados económicos para poder alcanzar los objetivos adoptados y a la vez mejorar su desarrollo y rentabilidad.

Analizando la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. en esta investigación, al visualizar los ratios vemos que han existido disminuciones del año 2016 al 2019 en la Rentabilidad patrimonial de 5.19%, en la rentabilidad de las ventas de 12.48%, en la rentabilidad operacional de 22.98%, en la rentabilidad de los activos de 4.21% y en el margen bruto hubo un aumento de 2.2%. Estos resultados son refutados por Alegre (2017) en su tesis *“Gestión de proyectos y su relación con la rentabilidad en la empresa constructora Mejesa S.R.L., Lima 2017”*, indica que la gestión de proyectos está vinculada a la rentabilidad, lo cual se dieron cuentas que los resultados eran inestables a sus criterios, esto trae como consecuencia disminuir su rentabilidad de la empresa.

Al analizar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. Luego de haber recabado información mediante las encuestas hemos llegado a la conclusión que los trabajadores si están informados y se viene cumpliendo los programas de responsabilidad social empresarial. Como confirma Sanche, Londoño y Valdes (2016) en su tesis *“La Responsabilidad Social Empresarial A La Creación De Valor Compartido En El Clúster De Industrial Del Azúcar - Palmira Y Santiago De Cali, Valle Del Cauca”*, hace un análisis de que los

programas de responsabilidad social corporativa sean aplicados en la empresa Clúster De Industrial Del Azúcar que todos tengan el conocimiento que se requiere.

Determinando la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019. cómo resultados podemos observar que la rentabilidad del año 2018 al año 2019 ha crecido considerablemente en la rentabilidad patrimonial aumento un 2.18%, en la rentabilidad de ventas un 5.98%, en el margen bruto un 7.55%, en la rentabilidad operacional un 4.80% y en la rentabilidad de los activos un 1.69%. lo cual representa que la aplicación del programa PAMA influye positivamente en la rentabilidad de la empresa, como afirma Zabaleta (2016) en su tesis *“Responsabilidad social empresarial y rentabilidad en empresas del sector Metalmecánica, distrito san Martín de Porres, 2017”*, señala que existe un vínculo entre responsabilidad social y rentabilidad en las empresas del sector metalmecánico.

VI. CONCLUSIONES

Conclusión 1: Después de haber determinado la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019. Se concluye que la aplicación del programa de adecuación y manejo ambiental (PAMA) influye en la rentabilidad de la empresa, porque dicho programa mejora el procesamiento de la caña de azúcar y a la vez hace que el personal de trabajo realice sus labores con mayor eficiencia, todo este cambio de procesos se ve reflejado en el estado de situación financiera ya que en el 2018 vemos que nuestro activo total fue de 1,701,351 y en el 2019 aumento a S/ 1,730,056, el pasivo en el 2018 fue de S/ 381,325 y en el 2019 aumento a S/ 393,379 y nuestro patrimonio el año 2018 fue de S/ 1,320,026 y en el 2019 aumento a S/ 1,336,677, en el estado de resultado del 2018 obtuvimos una utilidad neta de S/ 1,573 y para el 2019 aumento a S/ 30,716 y en la aplicación de los ratios nos damos cuenta que la empresa tuvo un ligero crecimiento del año 2018 al 2019 en su utilidad neta de 1.69%, es por ello que todos esos factores influyen en el aumento de la rentabilidad de la empresa.

Conclusión 2: De acuerdo a la descripción del programa de responsabilidad social empresarial que está establecido en la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Se concluye que, El Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA). Ha permitido identificar las siguientes fuentes generadoras de impactos: racionalización y uso del agua, agua para consumo humano (potable), fabricación de azúcar, materiales peligrosos (insumos), aguas residuales, residuos sólidos, procesos de combustión, salud ocupacional, deficiencias de seguridad general en fábrica, deficiencias en el contenido y aplicación de los programas de capacitación y entrenamiento. El costo de la implementación del Programa de Adecuación y Manejo Ambiental es de US\$ 9, 442,000 en un plazo de Cinco años. La empresa debería adoptar la decisión de adecuar ambientalmente su actividad económica, según el cronograma de actividades de implementación de sus estudios, planes, programas y actividades

mencionados en la propuesta del Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA).

Conclusión 3: Después de analizar la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Se concluye que, a través de la aplicación de los ratios económicos y financieros, se realizó una comparación en los estados financieros del año 2016 al año 2019, se puede ver la liquidez en el año 2016 obtuvo S/ 3.23, el año 2017 contaba con S/ 3.21, en el año 2018 con S/ 3.08 y para el año 2019 con S/ 2.91 lo que significa que la empresa todos estos años ha podido cubrir cada sol de deuda. En el ratio de solvencia se observa que el primero es ratio de deuda, en el año 2016 y 2017 tenía una deuda de 0.20%, el año 2018 aumento a 0.22% y para el año 2019 de 0.23% lo que quiere decir que la empresa después de haber adquirido el programa de adecuación y manejo ambiental tuvo que endeudarse para solventar sus deudas.

Conclusión 4: Después de analizar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. Se concluye que el cumplimiento del programa de adecuación y manejo ambiental dentro de la empresa agroindustrial casa grande si se viene desarrollando de manera correcta, esto se ve reflejado en el resultado de las encuestas echo a sus trabajadores, indicando que si tienen conocimiento y se sienten motivados al realizar sus labores con la implementación de dicho programa.

VII. RECOMENDACIONES

Recomendación 1: Se recomienda, continuar con la implementación del programa Pama dentro de la empresa, e incorporar un postura más proactiva y reactiva a su política de responsabilidad social empresarial, lo cual demanda poner más énfasis en este, ya que influyen bastante en la toma de decisiones, que deben ser justas y prudentes respondiendo adecuadamente a las expectativas generadas por los agentes, los que se relaciona con los pobladores que todavía no han sido beneficiados por el programa de la empresa, analizando sus necesidades, porque no les ha llegado la ayuda y la percepción que tienen sobre la empresa, así crearán programas acorde a este grupo de personas, mejorando aún más la rentabilidad de la empresa e incluso su imagen ante ellos.

Recomendación 2: Se recomienda que se mejore el proceso de caña de azúcar, cambiándolo por la utilización de una maquina cosechadora de caña, la cual otras empresas azucareras la utilizan evitando así la propagación de ceniza, pues la caña ya no será quemada y evitaría que las calles del distrito se llenen de cenizas.

Recomendación 3: Se recomienda realizar un análisis minucioso de los estados financieros, pero especialmente se debería analizar la rentabilidad operacional, para así poder medir si los procesos de la fabricación del azúcar son los más óptimos y adecuados; y luego tomar mejores decisiones para aumentar el ratio de la rentabilidad operacional.

Recomendación 4: Se recomienda, implementar capacitaciones sobre el programa Pama, hacia los trabajadores del área operacional, los trabajadores de campo y de fábrica, para poder lograr una perfecta implementación de este, dentro de la empresa. Las cuales pueden realizarse dentro del campo y solo utilizando media o máximo una hora de su jornada laboral.

REFERENCIAS

Alegre, M. (2017). *Maestra en Ingeniería Civil con Mención en Dirección de Empresas de la Construcción*. Obtenido de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30506/ALEGRE_MM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Barbachan, M. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades*. Obtenido de:

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>

Baca, H. (2015). *La responsabilidad social universitaria: propuesta conceptual y medición en el ámbito de una universidad privada de Lima – Perú*. Perú. Extraído: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/38435/TESIS%20definitiva.pdf?sequence=1>.

Benavides, M.y Gastelumendi, G. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial: Un Compromiso Necesario*. Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Obtenido de:

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1950/1/RE_ADMI_VIERA.BOBADILLA_SHEYLA.SANDOVAL_RESPOSABILIDAD.SOCIAL_INFLUENCIA_DATOS.PDF

Bestratén, M. & Pujol, L. (2004). *Responsabilidad social de las empresas (I y II)*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, Centro Nacional de Condiciones de Trabajo. Obtenido de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000154&pid=S1657-6276201100020000900001&lng=en

Bustamante, B. (2007). *Interpretación de los Ratios de Liquidez y Rentabilidad*. ICB Informativo, Vol.17, pp.11. Obtenido de:

http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/12010/velizpacheco_lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Caballero Liz (2018) “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES EN EL DISTRITO DE

HUANUCO -2018" <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/395151794-LA-RESPONSABILIDAD-SOCIAL-EMPRESARIAL-Y-SU-INFLUENCIA-EN-LA-RENTABILIDAD-DE-LAS-MYPES-EN-EL-DISTRITO-DE-HUANUCO-2018.pdf>

Calderón, J. (2013). Responsabilidad social empresarial. Centro Mexicano para la filantropía. Recuperado de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf.

Celli, j. B (2015). La gran inflexión: la responsabilidad social en el siglo XX. Debates IESA, 20(2), 35-37. Obtenido de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023

Cruz-Mejía, O., y Olvera Pérez, E. N. (2015). Manufactura esbelta y responsabilidad social empresarial: ¿coadyuvantes o antagonistas? Nova Scientia, 7(15), 19-32. Obtenido de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2007-07052015000300019&lng=es&nrm=iso

Colmenares León, M., y Colmenares León, R. (2015). La responsabilidad social empresarial, en el sector alimenticio venezolano. Revista Negotium, 10(30), 81-107.

Claudia Bibiana Rodríguez Zapata, I. m. (2012). la responsabilidad social empresarial -rseun enfoque básico de implementación en las microempresas del sector confección de ropa femenina en Medellín. Medellín.

Del Río, M. (2012). Influencia de la RSE en la Reputación Corporativa: Análisis del Sector Asegurador Sanitario en 2008 y 2009: Sanitas y Dkv (Tesis de posgrado, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/17524/1/T34092.pdf>

Departamento de Estudios sobre Dirección del Trabajo. (2005). Responsabilidad social empresarial, alcances y potencialidades en materia laboral. Recuperado el 20 de abril de 2017, de http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf

Domínguez, Herbert y Sánchez (2013) Relación entre la rotación de personal y la Productividad y rentabilidad de la empresa COTTON textil S.A.A. Trujillo

EOI. (2014). Los Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para las empresas. Recuperado el 02 de febrero de 2017, de <http://www.eoi.es/blogs/embacon/2014/02/03/losbeneficios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse-para-las-empresas>

Estela, R. (2018). La Rentabilidad. Obtenido de: <https://concepto.de/rentabilidad/>

Fernández, León, Torres, Coaguila & Bazán (2016). Responsabilidad Social de Medianas y Pequeñas empresas en la preservación del medio ambiente, Chimbote 2016 (Tesis de posgrado de la Universidad San Pedro). Recuperado de: <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/294>

Ford, H. (s.f). Responsabilidad Social. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3579/357935464004.pdf>

Guibert, M. (2013). El rol del contador público y su responsabilidad ética ante la sociedad. Perú: Tesis para optar el grado académico de Doctor en Contabilidad y Finanzas.

Infante Rivas, H. (2015). Responsabilidad social corporativa o empresarial. Recuperado el 05 de febrero de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/responsabilidad-social-corporativa-o-empresarial/>

José de los Santos, Zarate D., y Wilfrido, E. G. (2013). Estrategias gerenciales como mecanismo de responsabilidad social en el sector turístico de santa marta - Colombia. Clio América, 7(14), 153-163. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1835758754?accountid=43847>.

La Responsabilidad Social y Medio Ambiental De La Empresa: Una Perspectiva Desde Cuba (Sánchez A & Ocampo D, CUBA 2016), Consultado el 05 de Setiembre del 2018.

https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/revista_rse_n27_3nov.pdf

López Salazar, A., J.F., O. H., & Manríquez, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. Revista de Contabilidad

Martínez, Y. (2014). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Recuperado de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>

Martinez Herrera, H. (2011). Responsabilidad Social y Ética Empresarial. Bogotá: ECOE EDICIONES. Obtenido de: <https://books.google.com.pe/books?id=AZ3FAQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=responsabilidad+social+empresarial&hl=es419&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiizqHF65vPAhUFJh4KHXU3A3IQ6AEIJzAB#v=onepage&q&f=false>

Meza, A. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial como Factor de Competitividad. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf>

Nakamura, P. (10 de febrero de 2015). La importancia de la RSC: 10 ventajas claves para la empresa. Recuperado el 18 de febrero de 2017 de: <https://patricianakamura.com/2015/03/15/la-importancia-de-la-rsc-rse-10-ventajas-claves-para-la-empresa/>

Nieto, M. (2017). *Factores de crecimiento y rentabilidad de las MYPES del sector comercial del parque industrial de Villa el Salvador – Lima, 2016*. Obtenido de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1728>

Padilla, Arévalo, Bustamante y Vidal (2017) en su tesis “*Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador*”, Obtenido de:

<https://es.scribd.com/document/380600723/Responsabilidad-Social-Empresarial-y-Desempeno-Financiero-en-La-Industria-Del-Plastico-en-Ecuador>

Paulini, R. y Olortegui, P. (2016). “Análisis de las políticas y programas de responsabilidad social corporativa: caso empresa Agroindustrial Laredo S.A.A. 2015” (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo – Perú

Pereda, V. (2017). *Estrategias Comunicativas Y Su Relación Con La Responsabilidad Social Empresarial En La Empresa Danper S.A.C., Trujillo 2016*. Obtenido de:

<http://refi.upnorte.edu.pe/bitstream/handle/11537/13638/Pereda%20Salas%20Winny%20Caroli.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramos, R. & Rivas, M. (2017). Repercusión de la Responsabilidad Social de la Empresa Backus & Johnston en la Imagen Corporativa que perciben sus Colaboradores del Área Administrativa y sus consumidores del Distrito Arequipa, Año 2016 (Tesis de pregrado de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa). Recuperado de:

<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3712>

Revista Indexada PUCP “La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades”, (Barbachan M, LIMA 2016), Consultado el 31 de agosto del 2018. Obtenido de:

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>

Revista Indexada ULADECH “Gastos por Responsabilidad Social Empresarial y su Deducibilidad en la determinación de la Renta Imponible”, (Escalante N & Velásquez N, LIMA 2016), Consultado el 31 de agosto del 2018. Obtenido de:

<http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-cienciascontables/article/view/1210>

Romero, N. (2017). *Diseño De Estrategias Para Mejorar La Rentabilidad De La Empresa Produarroz S.A.* Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16462/1/TESIS%20FINAL%2012%20DE%20FEBRERO..pdf>

Seminario, R. (2016). *La productividad y su efecto en la rentabilidad de la clínica san francisco de Trujillo – año 2015.* Obtenido de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/516/seminario_hr.pdf?sequen=i%20i&isAllowed=y

Silva, N. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial: El nuevo modelo de gestión para el futuro sostenible de la libertad.* Trujillo, Perú.

Tesis PUCP “La Responsabilidad Social Empresarial como medio de Rentabilidad y Competitividad” (Escobar E, LIMA 2015), Consultado el 05 de Setiembre del 2018. Obtenido de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6917>

ANEXOS

Anexo 01: cuadro de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Independiente	Según Navarro (2012), "El Compromiso social e integración voluntaria de las entidades empresariales en la solución de diversos problemas sociales y medioambientales en sus actividades empresariales y en sus relaciones con los grupos de interés. (p.70)."	Esta variable será medida con:	Responsabilidad económica	Nivel de cumplimiento en la productividad y rentabilidad	Ordinal
Responsabilidad Social Empresarial		Análisis documental	Responsabilidad legal	Nivel de cumplimiento de las obligaciones económicas dentro del marco legal	
		Encuestas	Responsabilidad ética	Nivel de cumplimiento de códigos, normas y valores	
			Responsabilidad filantrópica	Nivel de involucramiento activo en la mejora de la sociedad	
			Responsabilidad ecológica	Nivel de cumplimiento de las obligaciones ambientales	
Dependiente	Según Estela (2018):	Esta variable será medida con:	Análisis de los Estados Financieros	Rentabilidad del activo (ROA)	Razón
Rentabilidad	"Cuando hablamos de rentabilidad, hablamos del hecho de que las inversiones pueden aportar más beneficios que las realizadas después del período de espera. Este es un elemento importante de la planificación económica y financiera, porque significa tomar las decisiones correctas a la hora de tomar decisiones."	Análisis documental		Rentabilidad del patrimonio (ROE)	
			Rentabilidad neta sobre las ventas		
				Margen bruto	
				Rentabilidad operacional	

Anexo 02: fichas de validación

FICHA DE VALIDACIÓN

OBJETIVO: Determinar la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019.

AUTORA DE LA INVESTIGACIÓN:

TÍTULO: “La influencia de la Responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019.”

Las categorías a evaluar además de las indicadas en la ficha son: Congruencia de Ítems, Amplitud de contenido, Redacción de los Ítems, Claridad y precisión, Pertinencia.

TABLA DE VALORACIÓN				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo (TD)	Desacuerdo (D)	Indeciso (I)	De Acuerdo (A)	Totalmente De Acuerdo (TA)

VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMES	RESPUESTA	CRITERIOS DE VALIDACIÓN				SUGERENCIA
				REDACCIÓN CLARA Y PRECISA	TIENE COHERENCIA CON LOS INDICADORES	TIENE COHERENCIA CON LAS VARIABLES	TIENE COHERENCIA CON EL OBJETIVO	
Responsabilidad Social Empresarial	Cumplimiento en la productividad y rentabilidad	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre busca maximizar sus ganancias?	✓		✓	✓	<i>coherencia congruencia de rentabilidad</i>	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción?	✓		✓	✓		<i>idem</i>
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo?	✓	✓	✓	✓		
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. busca mejorar siempre los resultados económicos?	✓		✓	✓		<i>idem</i>
	Cumplimiento con las obligaciones económicas dentro del marco legal	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley?	✓	✓	✓	✓		
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales?	✓	✓	✓	✓		
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento?	✓	✓	✓	✓		
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio?	✓	✓	✓	✓		

Cumplimiento de códigos, normas y valores	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos aunque afecten negativamente el desempeño económico?		/	/	/	/	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico?		/	/	/	/	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos?		/	/	/	/	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos?		/	/	/	/	
Involucramiento activo en la mejora de la sociedad	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales?		/	/	/	/	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos?		/	/	/	/	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas?		/	/	/	/	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios?		/	/	/	/	
Cumplimiento de obligaciones ambientales	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones?		/	/	/	/	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental?		/	/	/	/	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos)?		/	/	/	/	

		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re- uso y aprovechamiento?		✓	✓	✓	✓	
Rentabilidad	Rentabilidad del activo. Rentabilidad del patrimonio. Rentabilidad neta sobre las ventas. Margen bruto Rentabilidad operacional.	Análisis documental		✓	✓	✓	✓	

FECHA DE REVISIÓN: 04.11.19

NOMBRE Y APELLIDO DEL EVALUADOR: *Ciro Talladares Landa*

GRADO ACADÉMICO: *Doctor*

[Handwritten signature]

FICHA DE VALIDACIÓN

OBJETIVO: Determinar la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019.

AUTORA DE LA INVESTIGACIÓN:

TÍTULO: “La influencia de la Responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019.”

Las categorías a evaluar además de las indicadas en la ficha son: Congruencia de Ítems, Amplitud de contenido, Redacción de los Ítems, Claridad y precisión, Pertinencia.

TABLA DE VALORACIÓN				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo (TD)	Desacuerdo (D)	Indeciso (I)	De Acuerdo (A)	Totalmente De Acuerdo (TA)

VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMES	RESPUESTA	CRITERIOS DE VALIDACIÓN				SUGERENCIA
				REDACCIÓN CLARA Y PRECISA	TIENE COHERENCIA CON LOS INDICADORES	TIENE COHERENCIA CON LAS VARIABLES	TIENE COHERENCIA CON EL OBJETIVO	
Responsabilidad Social Empresarial	Cumplimiento en la productividad y rentabilidad	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre busca maximizar sus ganancias?		/	/	/	/	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción?		/	/	/	/	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo?		/	/	/	/	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. busca mejorar siempre los resultados económicos?		/	/	/	/	
	Cumplimiento con las obligaciones económicas dentro del marco legal	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley?		/	/	/	/	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales?		/	/	/	/	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento?		/	/	/	/	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio?		/	/	/	/	

Cumplimiento de códigos, normas y valores	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos aunque afecten negativamente el desempeño económico?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos?		✓	✓	✓	✓	
Involucramiento activo en la mejora de la sociedad	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios?		✓	✓	✓	✓	
Cumplimiento de obligaciones ambientales	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos)?		✓	✓	✓	✓	

		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re-uso y aprovechamiento?		✓	✓	✓	✓	
Rentabilidad	Rentabilidad del activo. Rentabilidad del patrimonio. Rentabilidad neta sobre las ventas. Margen bruto Rentabilidad operacional.	Análisis documental		✓	✓	✓	✓	

FECHA DE REVISIÓN: 07/11/2019

NOMBRE Y APELLIDO DEL EVALUADOR: Gutierrez P. A. NEA, PENYRA

GRADO ACADÉMICO: MAESTRÍA

FICHA DE VALIDACIÓN

OBJETIVO: Determinar la influencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019.

AUTORA DE LA INVESTIGACIÓN:

TÍTULO: “La influencia de la Responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de la empresa agroindustrial Casa grande S.A.A. Ascope, año 2019.”

Las categorías a evaluar además de las indicadas en la ficha son: Congruencia de Ítems, Amplitud de contenido, Redacción de los Ítems, Claridad y precisión, Pertinencia.

TABLA DE VALORACIÓN				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo (TD)	Desacuerdo (D)	Indeciso (I)	De Acuerdo (A)	Totalmente De Acuerdo (TA)

VARIABLES	INDICADORES	ÍTEMES	RESPUESTA	CRITERIOS DE VALIDACIÓN				SUGERENCIA
				REDACCIÓN CLARA Y PRECISA	TIENE COHERENCIA CON LOS INDICADORES	TIENE COHERENCIA CON LAS VARIABLES	TIENE COHERENCIA CON EL OBJETIVO	
Responsabilidad Social Empresarial	Cumplimiento en la productividad y rentabilidad	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre busca maximizar sus ganancias?		✓	✓	✓	✓	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción?		✓	✓	✓	✓	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo?		✓	✓	✓	✓	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. busca mejorar siempre los resultados económicos?		✓	✓	✓	✓	
	Cumplimiento con las obligaciones económicas dentro del marco legal	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley?		✓	✓	✓	✓	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales?		✓	✓	✓	✓	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento?		✓	✓	✓	✓	
		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio?		✓	✓	✓	✓	

Cumplimiento de códigos, normas y valores	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos aunque afecten negativamente el desempeño económico?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos?		✓	✓	✓	✓	
Involucramiento o activo en la mejora de la sociedad	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios?		✓	✓	✓	✓	
Cumplimiento de obligaciones ambientales	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental?		✓	✓	✓	✓	
	¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos)?		✓	✓	✓	✓	

		¿La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re- uso y aprovechamiento?		✓	✓	✓	✓	
Rentabilidad	Rentabilidad del activo. Rentabilidad del patrimonio. Rentabilidad neta sobre las ventas. Margen bruto Rentabilidad operacional.	Análisis documental		✓	✓	✓	✓	

FECHA DE REVISIÓN:

4/11/19

NOMBRE Y APELLIDO DEL EVALUADOR:

Edith Culequichón Halpica

GRADO ACADÉMICO:

Doctorado

Edith L. Culequichón de Bravo
Contador Público Colegiado
Mat. 9735

Anexo 03: Cuestionario para medir la responsabilidad social.

ENCUESTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo (TD)	Desacuerdo (D)	Indeciso (I)	De Acuerdo (A)	Totalmente de Acuerdo (TA)

		1	2	3	4	5
1	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre busca maximizar sus ganancias					
2	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción.					
3	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo					
4	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. busca mejorar siempre los resultados económicos					
5	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley					
6	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales					
7	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento					
8	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio.					
9	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos aunque afecten negativamente el desempeño económico.					
10	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico.					
11	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos					
12	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos					
13	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales.					
14	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos					
15	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas.					
16	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios.					
17	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones.					
18	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental.					
19	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).					
20	La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re-uso y aprovechamiento.					

Anexo 04: Fórmula de la muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$

En dónde:

N= 300

Z=95% →1.96

$$n = \frac{300 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(300 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

p= 0.5

n= 169 colaboradores

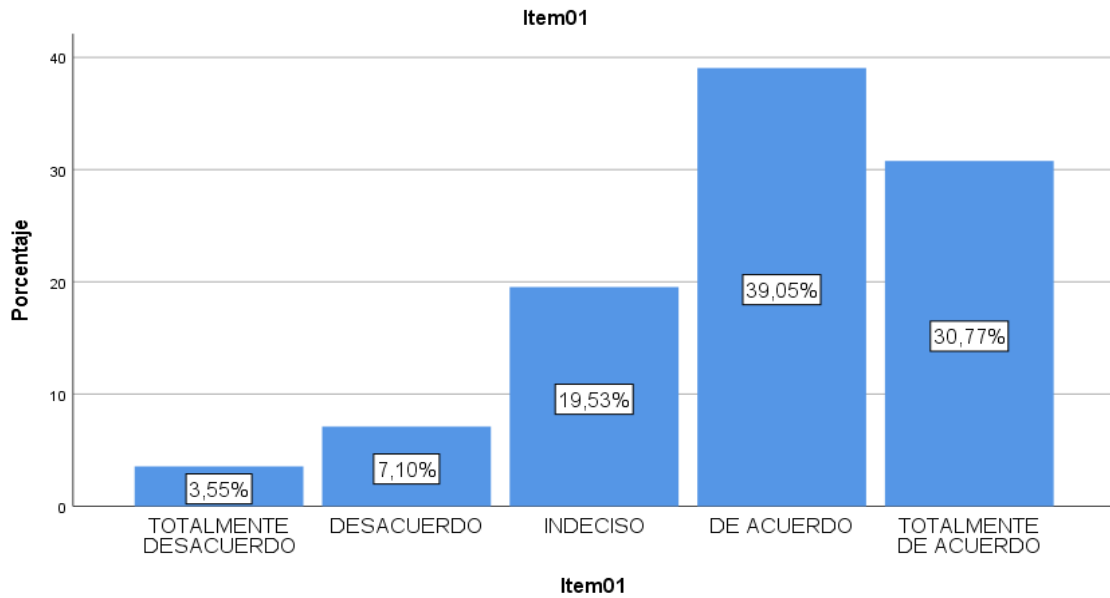
q= 0.5

E= 0.05

La muestra a aplicar es de 169 colaboradores de la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A.

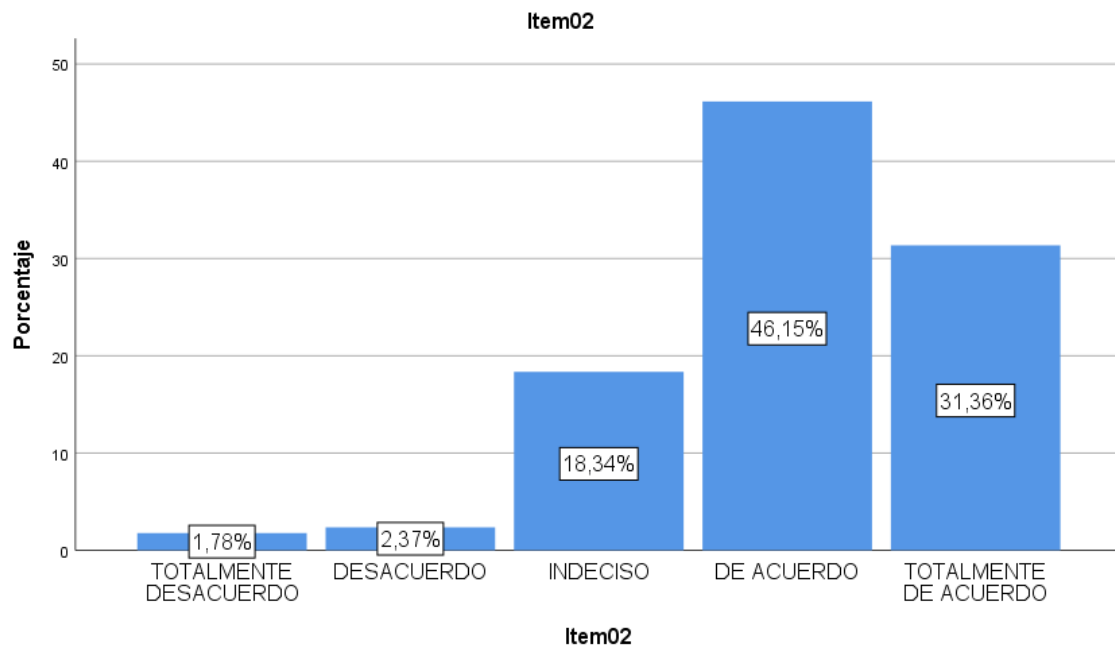
Anexo 05: Figuras.

Figura 1: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre busca maximizar sus ganancias.



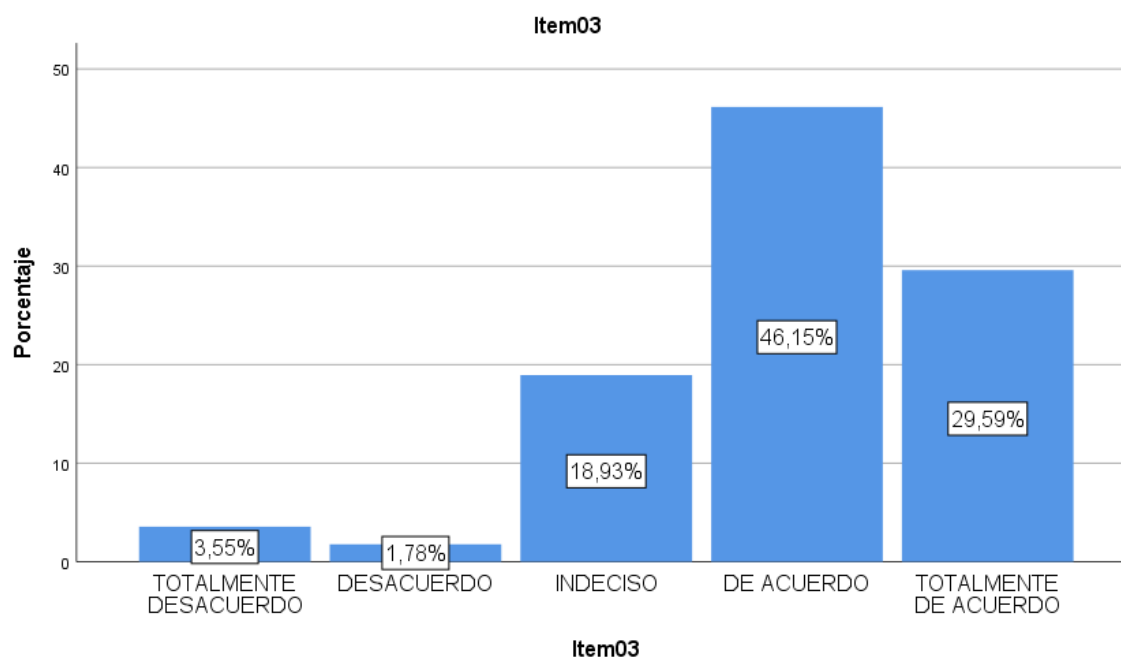
Comentario: El grafico N°1 muestra que el 39.05 % de encuestados están de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. busca maximizar sus ganancias; el 30.77% totalmente de acuerdo, el 19.53 está indeciso, el 7.10% está en desacuerdo, y el 3.55% está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 2: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción.



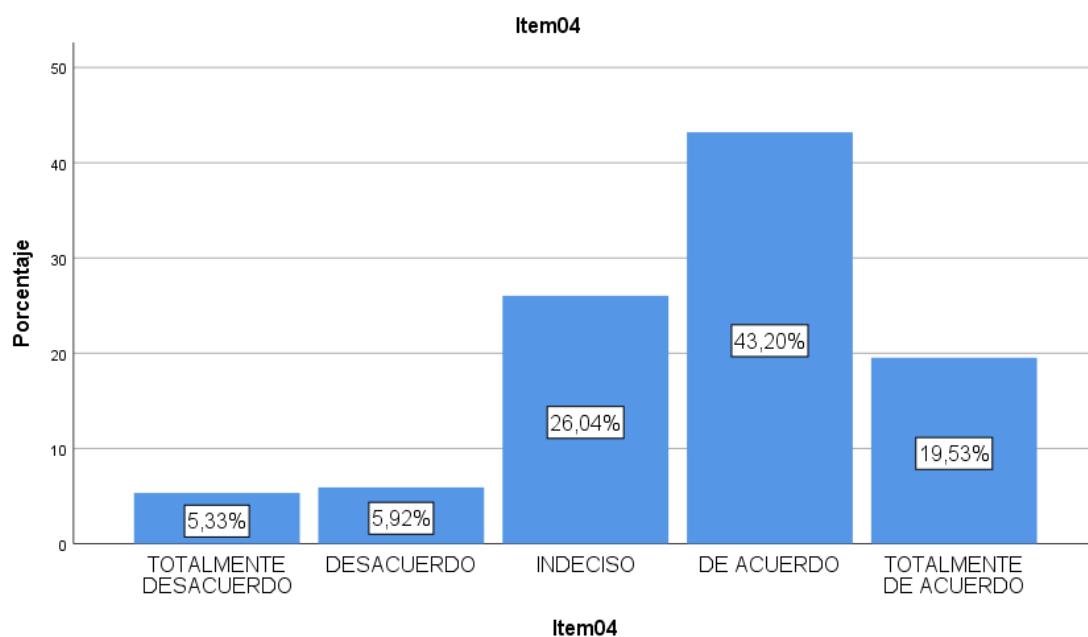
Comentario: El grafico N°2 muestra que el 46.15% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. controla estrictamente sus costos de producción, el 31.56% está totalmente de acuerdo, el 18.34% está indeciso, el 2.37% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 3: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo.



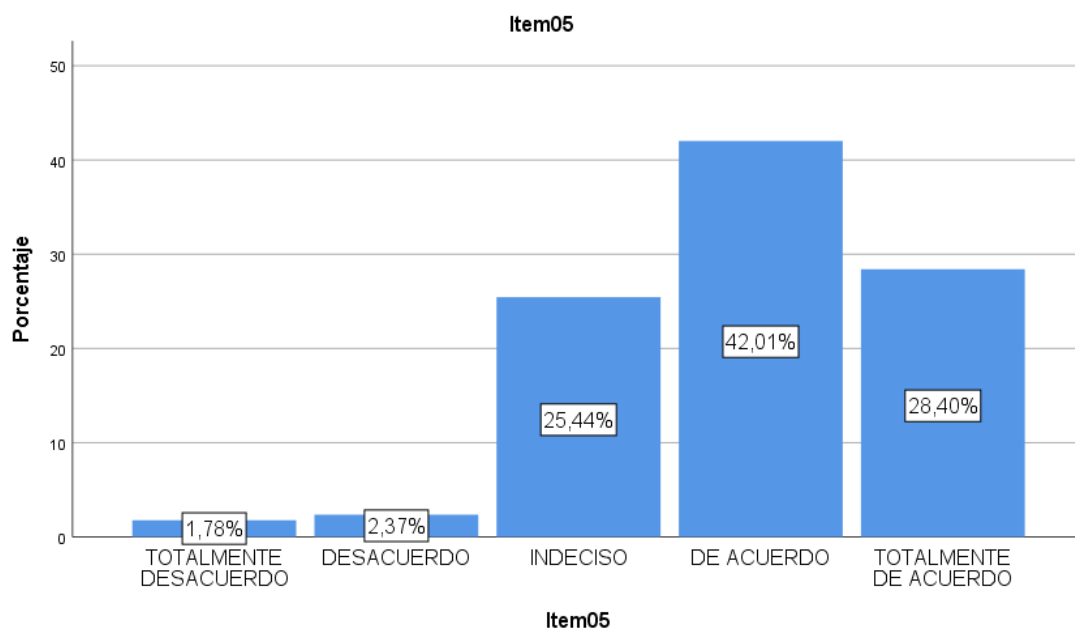
Comentario: El grafico N°3 muestra que el 46.15% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. planifica el éxito a largo plazo, el 29.59% está totalmente desacuerdo, el 18.93% está indeciso, el 3.55% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Figura 4: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. busca mejorar siempre los resultados E.



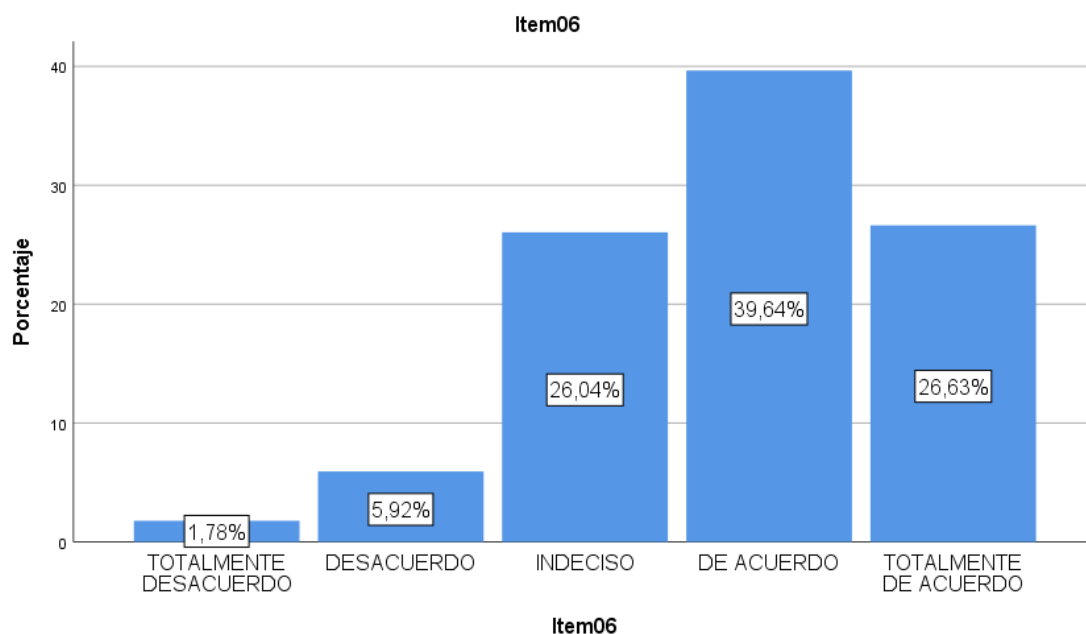
Comentario: El grafico N°4 muestra que el 43.20% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. busca mejorar los resultados económicos, el 26.04% está indeciso, el 19.53% está totalmente de acuerdo, el 5.92% en desacuerdo y el 5.33% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 5: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por la ley.



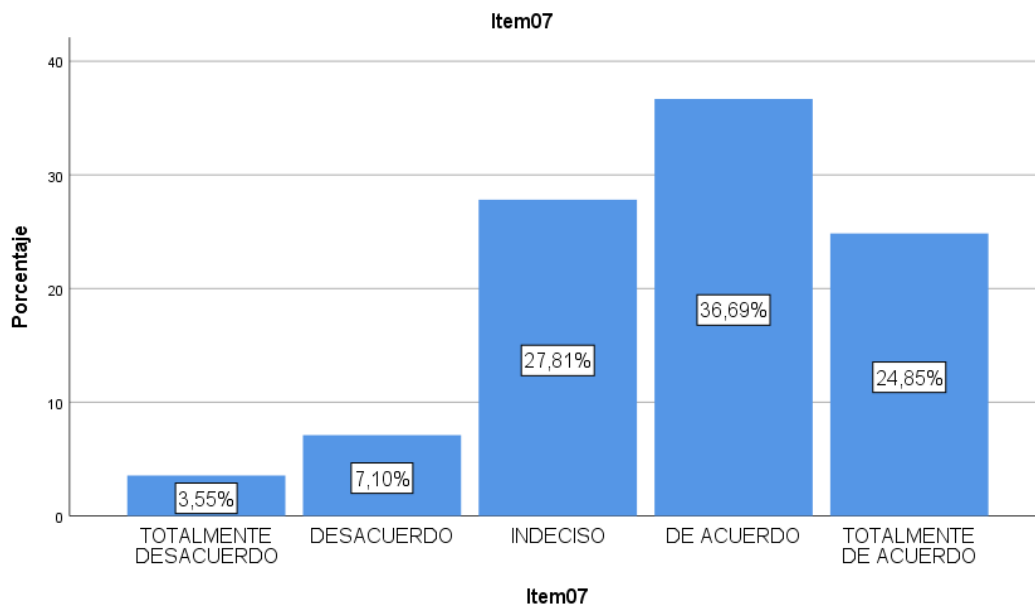
Comentario: El grafico N°5 muestra que el 42.01% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. se asegura que sus empleados actúen dentro de los estándares definidos por ley, el 28.40% está totalmente de acuerdo, el 25.44% está indeciso, el 2.37% está en desacuerdo, y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 6: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales.



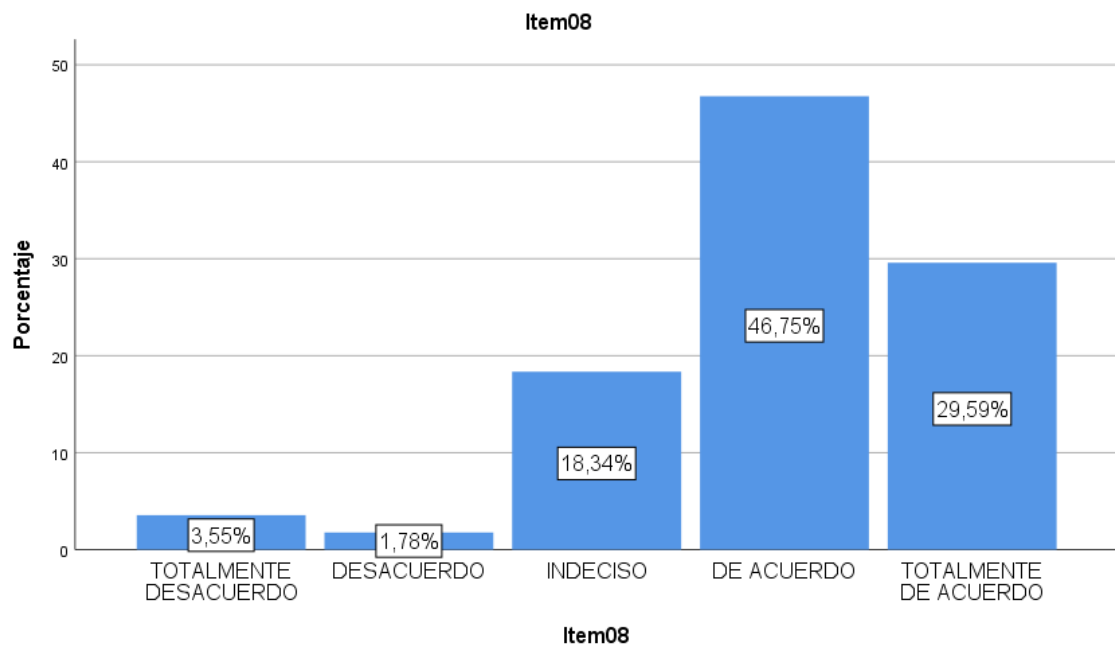
Comentario: El grafico N°6 muestra que el 39.64% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cumple con sus obligaciones contractuales, el 26.63% está totalmente de acuerdo, el 26.04% está indeciso, el 5.925 está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 7: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento.



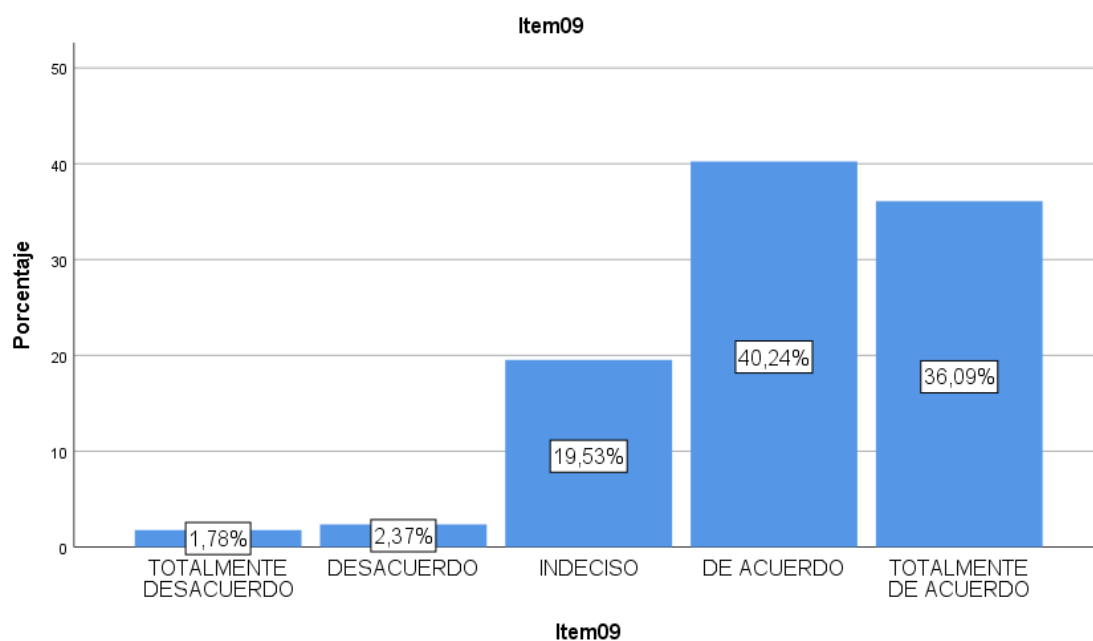
Comentario: El grafico N°7 muestra que el 39.69% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. siempre cumple la ley, incluso ayuda a mejorar el rendimiento, el 27.81% está indeciso, el 24.85% está totalmente de acuerdo, el 7.10% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 8: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio.



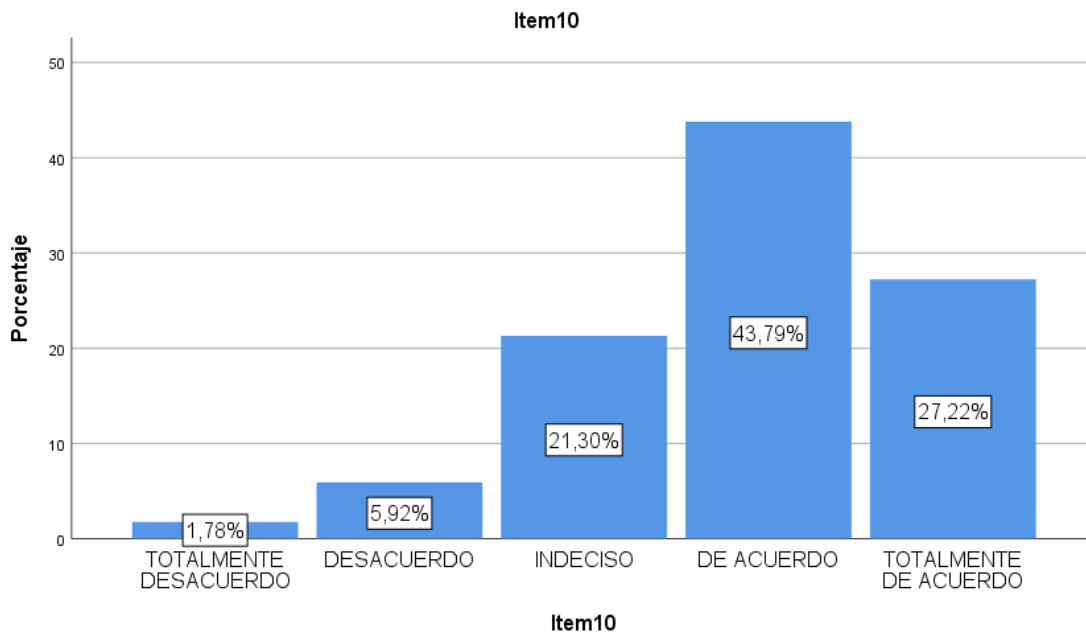
Comentario: El grafico N°8 muestra que el 46.75% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. respeta siempre los principios definidos por el sistema regulatorio, el 29.59% está totalmente de acuerdo, el 18.34% está indeciso, el 3.55% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Figura 9: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos, aunque afecten negativamente el desempeño económico.



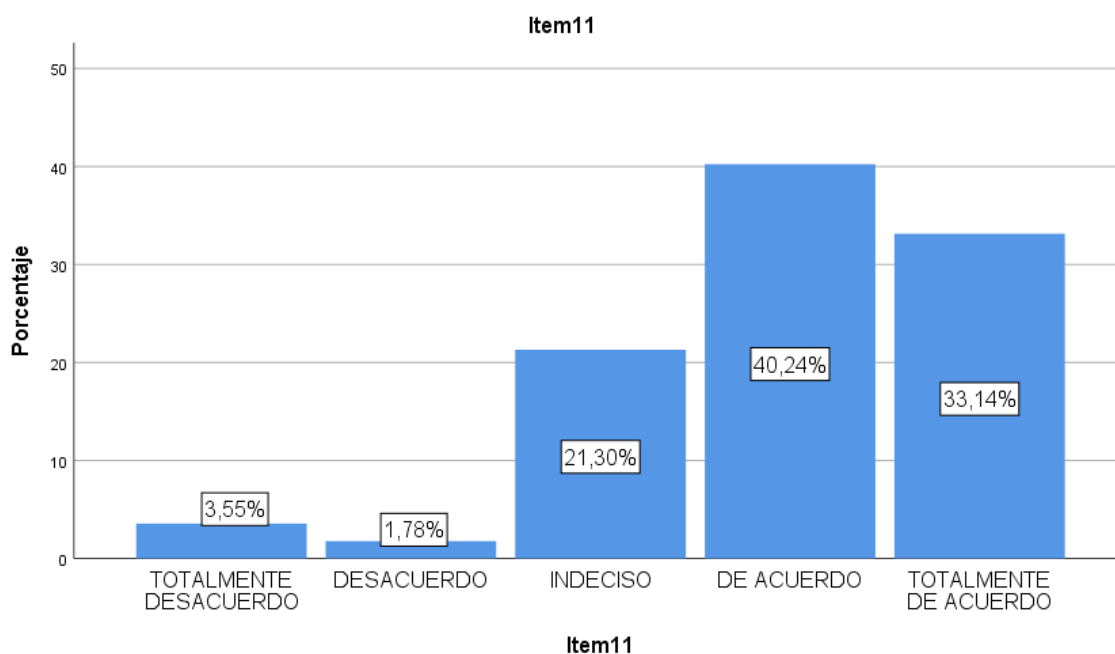
Comentario: El grafico N°9 muestra que el 40.24% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cumple con los aspectos éticos, aunque afecten negativamente el desempeño económico, el 36.09% está totalmente de acuerdo, el 19.53% está indeciso, el 2.37% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Figura 10: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico.



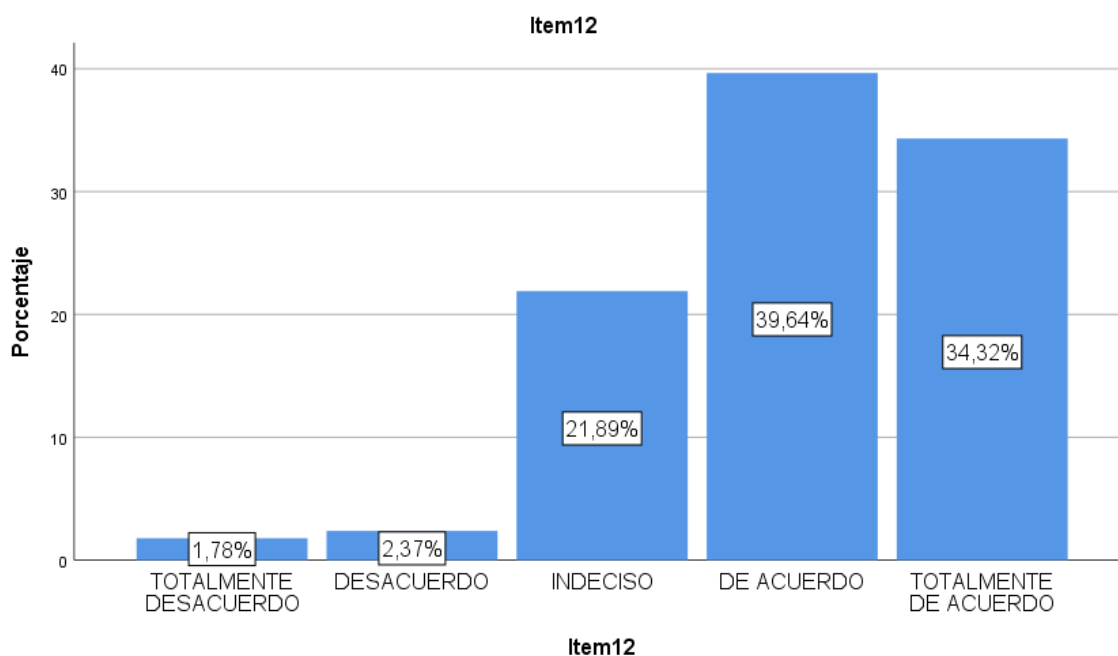
Comentario: El grafico N°10 muestra que el 43.79% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. asegura el respeto a los principios éticos como prioridad sobre el desempeño económico, el 27.22% está totalmente de acuerdo, el 21.30% está indeciso, el 5.92% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 11: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos.



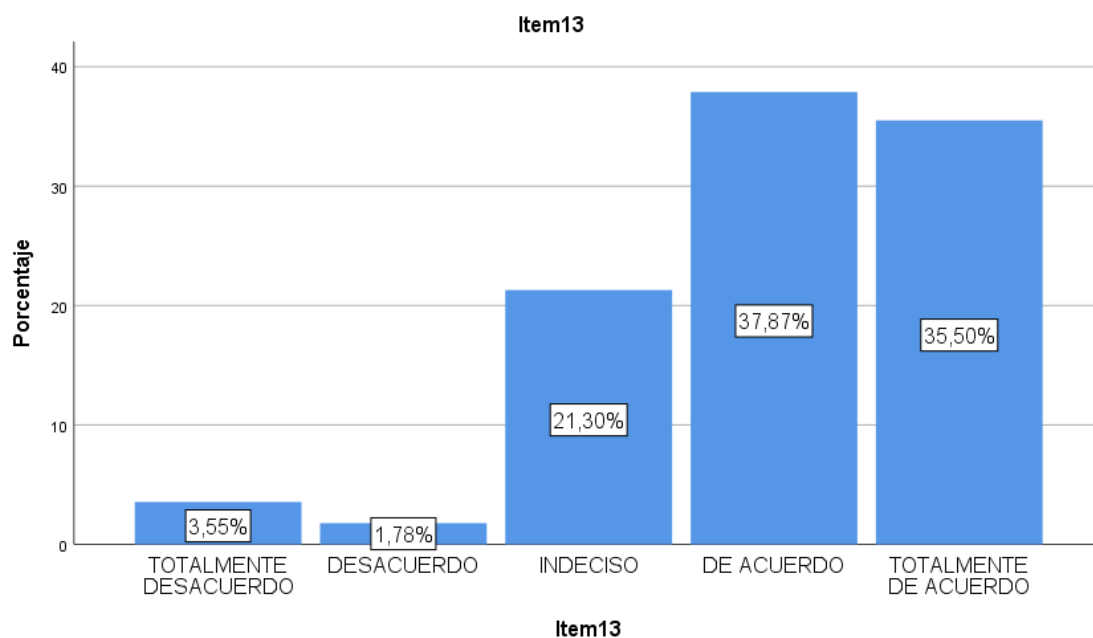
Comentario: El grafico N°11 muestra que el 40.24% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. está comprometida con principios éticos bien definidos, el 33.14% está totalmente de acuerdo, el 21.30% está indeciso, el 3.55% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Figura 12: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos.



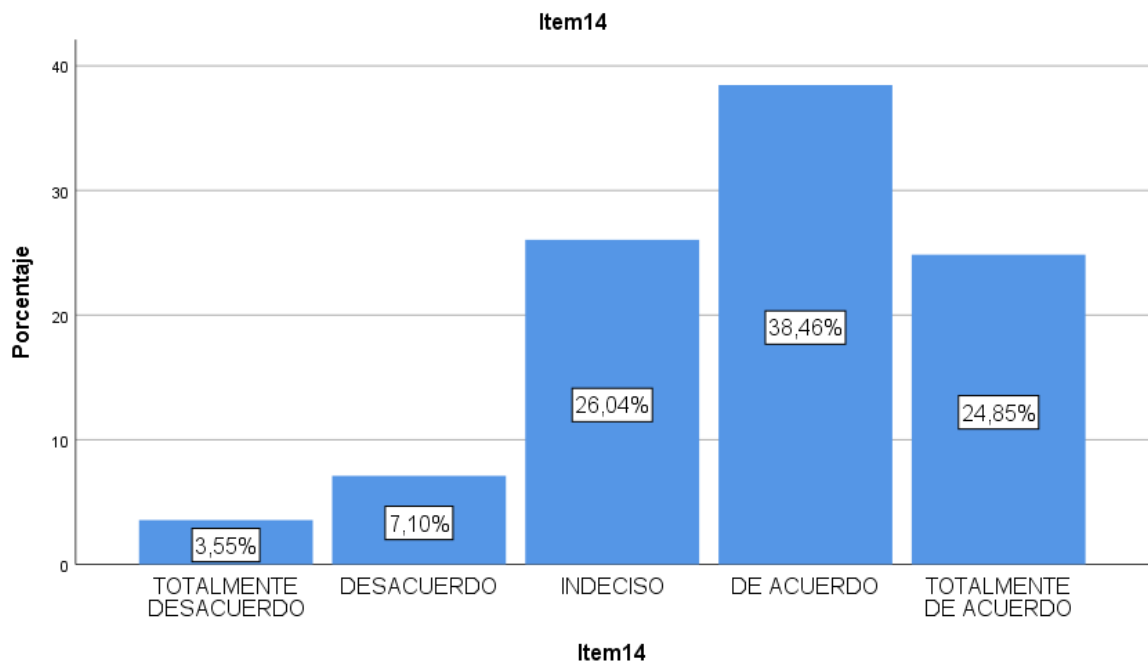
Comentario: El grafico N°12 muestra que el 39.64% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cumple los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos, el 34.32% está totalmente de acuerdo, el 21.89% está indeciso, el 2.37% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Figura 13: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales.



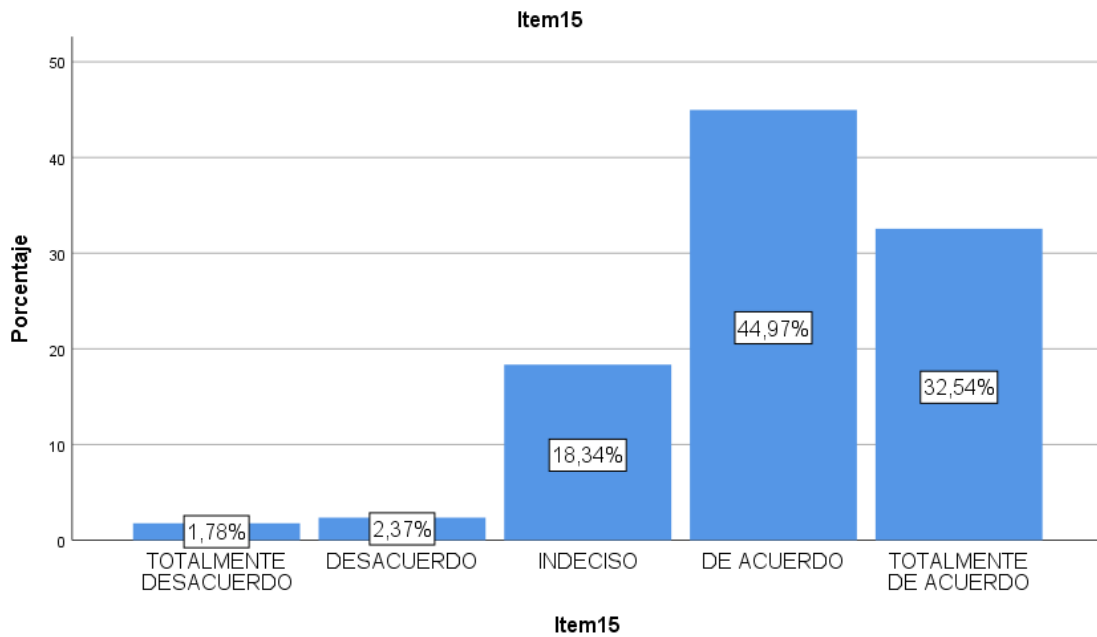
Comentario: El grafico N°13 muestra que el 37.87% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. ayuda a resolver problemas sociales, el 35.50% está totalmente de acuerdo, el 21.30% está indeciso, el 3.55% está totalmente en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está en desacuerdo con esto.

Figura 14: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos.



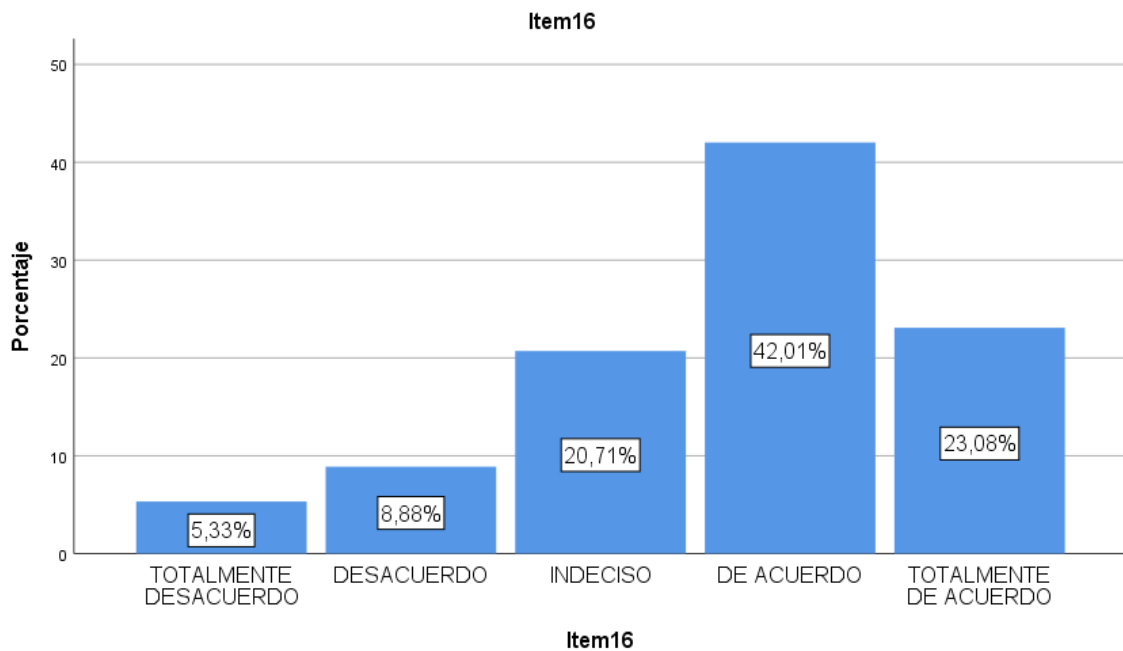
Comentario: El grafico N°14 muestra que el 38.46% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. participa en la gestión de los asuntos públicos, el 26.04% está indeciso, el 24.85% está totalmente de acuerdo, el 7.10% está en desacuerdo y el 3.55% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 15: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas.



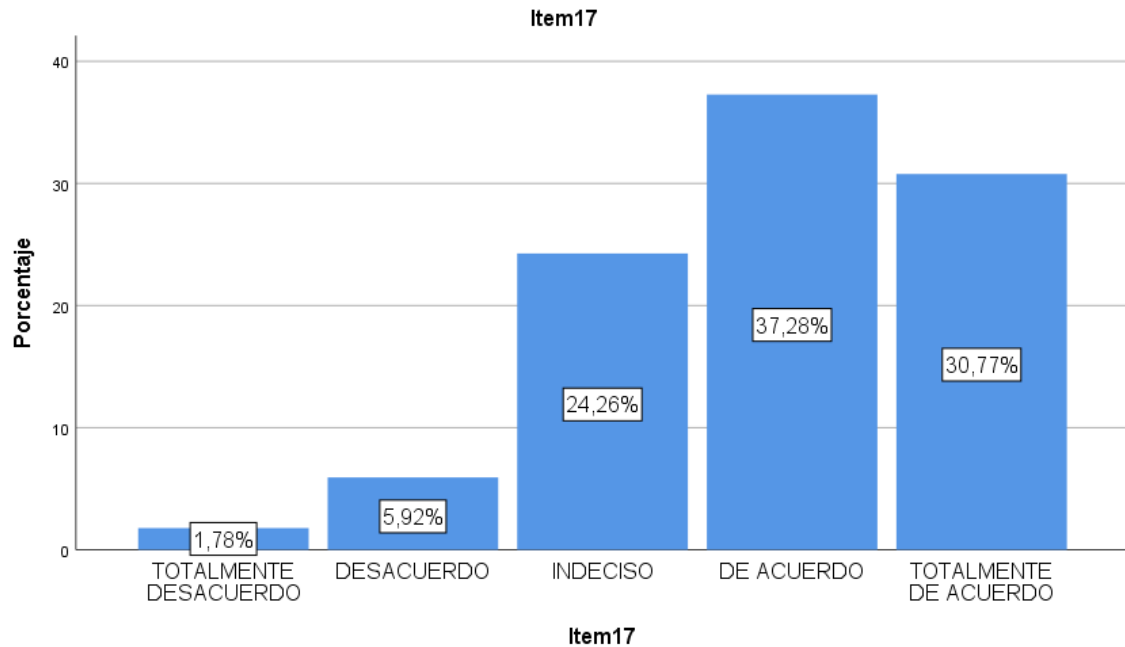
Comentario: El grafico N°15 muestra que el 44.97% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. destina parte de sus recursos a las actividades filantrópicas, el 32.54% está totalmente de acuerdo, el 18.34% está indeciso, el 2.37% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 16: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios.



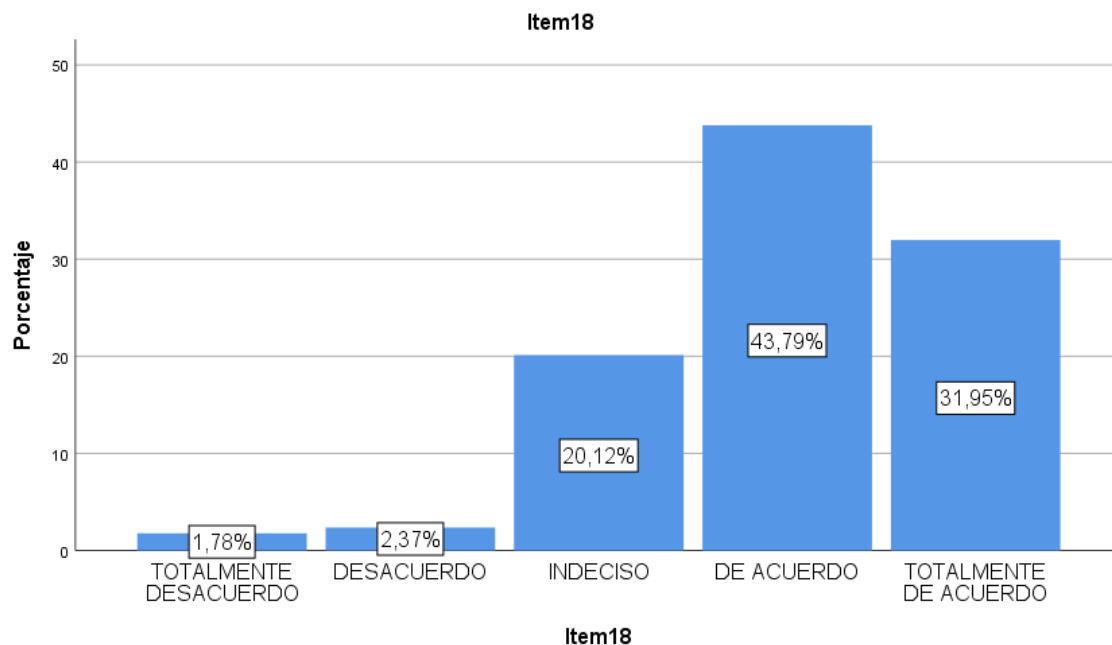
Comentario: El grafico N°16 muestra que el 42.01% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. desempeña un papel importante en nuestra sociedad, más allá de la pura generación de beneficios, el 23.08% está totalmente de acuerdo, el 20.71% está indeciso, el 8.88% está en desacuerdo y el 5.33% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 17: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones.



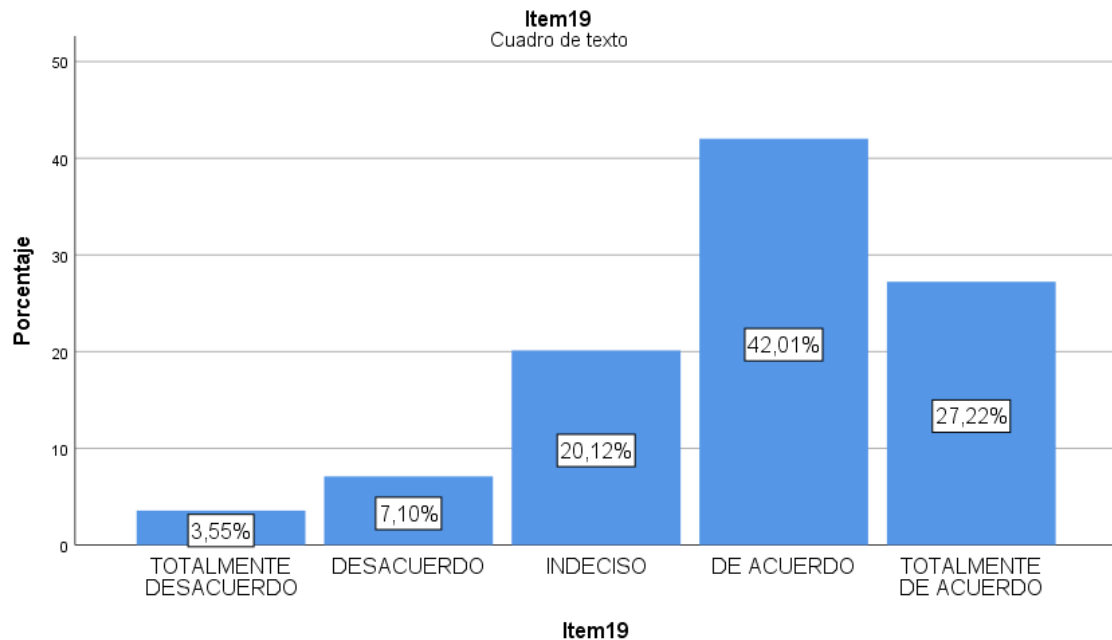
Comentario: El grafico N°17 muestra que el 37.28% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos en sus instalaciones, el 30.77% está totalmente de acuerdo, el 24.26% está indeciso, el 5.92% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 18: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental.



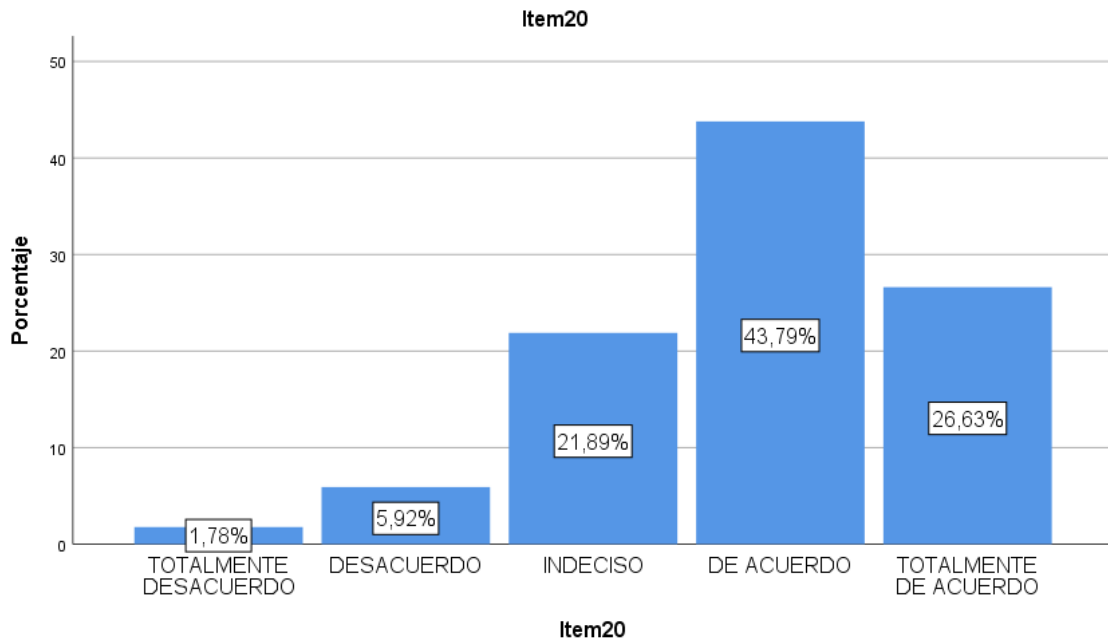
Comentario: El grafico N° 18 muestra que el 43.79% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental., el 31.95% está totalmente de acuerdo, el 20.12% está indeciso, el 2.37% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 19: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).



Comentario: El grafico N° 19 muestra que el 42.01% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos), el 27.22% está totalmente de acuerdo, el 20.12% está indeciso, el 7.10% está en desacuerdo y el 3.55% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.

Figura 20: La empresa agroindustrial casa grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re-uso y aprovechamiento.



Comentario: El grafico N°20 muestra que el 43.79% de los encuestados está de acuerdo que la empresa agroindustrial Casa Grande S.A.A. dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su re-uso y aprovechamiento, el 26.63% está totalmente de acuerdo, el 21.89% está indeciso, el 5.92% está en desacuerdo y el 1.78% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con esto.