



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Responsabilidad social y la rentabilidad económica en la Agencia
BCP Plaza Lima Norte**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Carbonel Concepción Eduardo Jesús (ORCID: 0000-0001-7911-1341)

ASESORA:

Mgr. Huamani Cajaleón Diana Lucila (ORCID: 0000-0001-8879-3575)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

Este trabajo es dedicado en primer lugar a Dios, por otorgarme la salud y concederme llegar hasta este período tan significativo de mi formación académica, y a mi madre por darme todas las fuerzas para cumplir con mi proyecto, por haberme apoyado, inculcado buenas prácticas para mi vida personal y profesional.

Agradecimiento

Con el respeto y admiración, mi profundo agradecimiento a mi asesora Mgtr. Diana Huamani Cajaleón, por su paciencia y compromiso, y a la empresa que me brindo toda la información necesaria para hacer posible este proyecto.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	21
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
3.5. Procedimientos	30
3.6. Método de análisis de datos	30
3.7. Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS	32
V. DISCUSIÓN	38
VI. CONCLUSIONES	40
VII. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	42
ANEXOS	50

Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de operacionalización de responsabilidad social	19
Tabla 2: Matriz operacionalización rentabilidad económica	20
Tabla 3: Apellidos y nombres de los expertos	22
Tabla 4: Validez basada V de Aiken variable responsabilidad social	22
Tabla 5: Validez basada V de Aiken variable rentabilidad Económica	25
Tabla 6: Fiabilidad de la variable responsabilidad social	29
Tabla 7: Fiabilidad de la variable rentabilidad económica	30
Tabla 8: Tabla cruzada responsabilidad social – rentabilidad económica	32
Tabla 9: Tabla compromiso empresarial – rentabilidad económica	33
Tabla 10: Tabla cruzada desarrollo sostenible – rentabilidad económica	34
Tabla 11: Correlaciones responsabilidad social- rentabilidad económica	35
Tabla 12: Correlaciones compromiso empresarial rentabilidad económica	36
Tabla 13: Correlaciones desarrollo sostenible- rentabilidad económica	37

Índice de anexos

Anexo 1: Competidores	50
Anexo 2: Objetivo del BCP	50
Anexo 3: Programa de Becas BCP	51
Anexo 4: programa de voluntariado BCP	52
Anexo 5: Reporte de satisfacción	53
Anexo 6: Participación de la teletón	54
Anexo 7: Reloj comercial	55
Anexo 8: Atributos de una buena atención	56
Anexo 9: Instrumento de medición de las variables	57
Anexo 10: Instrumento para medir las variables	59
Anexo 11: Base de datos	61

Resumen

La investigación titulada Responsabilidad social y la rentabilidad económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte, cuyo objetivo general fue determinar la relación existente entre la responsabilidad social y la rentabilidad económica en la agencia BCP Plaza Lima Norte. Respecto a la metodología de estudio para la investigación fue de diseño no experimental-transversal, enfoque cuantitativo, el nivel de estudio fue descriptivo- correlacional, de tipo aplicada, asimismo se trabajó con una población censal de 30 trabajadores de la Agencia BCP Plaza Lima Norte ubicada en el distrito de Independencia, se aplicó como instrumento de medición el cuestionario, el cual fue validado por juicio de expertos. Los resultados que se obtuvieron fueron la variable Responsabilidad social y Rentabilidad económica tienen un índice de correlación de 0.790, y el valor de significancia es de 0.000, entonces como el valor de p fue menor a 0.05 se aceptó la hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula, se concluyó que existe relación entre la Responsabilidad Social y Rentabilidad económica en la agencia BCP Plaza Lima Norte.

Palabras claves: conocimientos, stakeholders, interés nacional.

Abstract

The research entitled Social responsibility: an instrument to measure economic profitability in the BCP Plaza Lima Norte Agency, whose general objective was to determine the relationship between Social Responsibility and Economic Profitability in the BCP Plaza Lima Norte Agency. Regarding the study methodology for the research was a non-experimental cross-sectional design, quantitative approach, the level of study was descriptive-correlational, applied type, also worked with a census population of 30 workers of the BCP Plaza Lima Norte Agency located in the district of Independencia, the questionnaire was applied as a measuring instrument, which was validated by expert judgment. The results that were obtained were the variable Social responsibility and economic profitability have a correlation index of 0.790, which indicates that good correlation and the value of significance is 0.000, so as the value of p is less than 0.05 the hypothesis is accepted alternates and rejects the null hypothesis, it was concluded that there is a relationship between Social Responsibility and Economic Profitability in the agency BCP Plaza Lima Norte.

Keywords: stakeholders, knowledge, interest at the national level

I. INTRODUCCIÓN

En la última década la Responsabilidad Social, se ha extendido a nivel mundial en gran magnitud puesto que las grandes empresas buscan satisfacer las necesidades en base al desarrollo sostenible, esto quiere decir que buscan cubrir necesidades y al mismo tiempo brindar un desarrollo, que no solo es económico, sino que a su vez cultural, puesto que pensar en este tema lo primero que se nos viene a la mente es el cuidado del medio ambiente, el ser ecológicos, pero hace mucho que dejó de ser simplemente eso.

A continuación, la revista *Academy of Management* por Farooq & Farooq (2013) esta indagación eficazmente el mejoramiento de identificación de los subordinados encargados en la operación, impulsando a contribuir su comportamiento operativo para optimizar las exigencias programadas. (p. 2) Luego, Donaghey & Reinecke (2016) se identifica las entidades empresariales por medio del compromiso obtenido de los equipos operativos gerenciales en establecer modalidades de funcionamiento productivo para contribuir con actividades que promueven el bienestar social. (p. 3) Además, Farooq, Farooq, Javaid & Ashraf (2012) mantiene una iniciativa proactiva para inducir secuencias procesadas implementando en los procesamientos serviciales para garantizar beneficios compuestos responsables para la sociedad. (p. 3) En cuanto, Díaz, Andrade & Ramírez (2019) son medidas voluntarias para promover los factores definidos en los acontecimientos desarrollados, direccionando una visión constituida en buscar sostenibilidad adecuada en las distribuciones planteadas. (p.2)

Por una parte, la revista *Scielo* por Severo, Ferro, Dellarmelin & Parizotto (2019) son acciones impulsadoras que buscan incentivar a las entidades empresariales en promover la valoración de implicar actividades sociales que realicen donaciones para contribuir la estabilidad económica. (p. 4) Conforme, Reyes (2021) las entidades comerciales se identifican por priorizar las comodidades comprometidas con la sociedad establecida, para fortalecer la empatía planteada en obtener mayor popularidad publicitaria. (p. 7) También, Morell (2019) son actividades complementarias que buscan integrar representación de considerar aditamentos beneficiarios a la sociedad

promoviendo los valores comprometidos de la organización. (p. 3) Así mismo, Valencia, Yampufe & Antezana (2021) son decisiones comprometidas que realizan los funcionarios gerenciales para abastecer acciones beneficiarios en diferentes aspectos que compuestos por el desarrollo d futuras generaciones en garantizar bienestar completa. (p. 2)

En el ámbito internacional, Castillo (2016), en su artículo científico desarrollado en la ciudad de Monterrey, desarrolló prácticas de RSE dentro de las empresas multinacionales en la ciudad de México, para poder demostrar que el incluir las buenas prácticas de responsabilidad social ayuda a poder fidelizar a clientes de por vida, puesto que toda la comunidad, los observa como un agente de positivo en la sociedad (p.25). Además, Cárdenas, (2015) quien realizó su investigación en las pequeñas y medianas empresas, sostuvo que para poder ser sostenibles no solo es necesario estar a la vanguardia de la tecnología, necesita aprender a modernizar nuestras actitudes, esto implica el poder aprender a manejar situaciones como un diálogo con todos los grupos de interés (p.24). La empresa a la que se aplicó el desarrollo de las buenas prácticas en el transcurso del tiempo fue premiada por su involucramiento con la sociedad, y por haber sido precursor de prácticas de RSE que puedan ayudar no solo obteniendo las ganancias económicas estimadas, sino lo más importante el poder ser un patrocinador de la RSE. También, Barrera, (2015) nos indicó que el éxito de una organización tuvo como herramientas primordiales creación de un valor que beneficie a la sociedad de manera económica.

Este despliegue se comprobó cuando observaron como una organización reinvierte y aumenta sus estrategias para contribuir con su desarrollo, otorgando a los habitantes de escasos recursos la posibilidad de poder beneficiarse y de esa manera forjar generar un impacto positivo a la sociedad. Coba, (2016) mencionó que en las organizaciones ecuatorianas la tendencia con respecto a la responsabilidad social rompió muchos paradigmas que impidieron que las organizaciones no la aplicaran, las organizaciones no vieron como un tema muy relevante los resultados financieros que puedan generarse, por lo contrario, buscaron una visión más amplia, que les permitió poder ser sostenible en el tiempo.

En el ámbito nacional, Barrera (2015) indicó que el éxito de una organización tuvo herramientas primordiales para crear un valor que benefició a la sociedad de manera económica. Este despliegue se comprobó cuando observaron como una organización reinvierte y aumenta sus estrategias para contribuir con su desarrollo, otorgando a los habitantes de escasos recursos la posibilidad de poder beneficiarse y de esa manera forjar generar un impacto positivo a la sociedad. Cantero, (2015) en su artículo científico La rentabilidad económica, un factor para poder ser eficientes es la organización, hizo referencia a que las organizaciones tuvieron que ir adaptándose conforme trascurre el tiempo con herramienta y técnicas novedosas que los ayudaron a alcanzar la eficiencia. (p.36). Si hablamos de Sánchez, (2016) que nos explicó en su artículo científico, que las empresas fueron mucho más rentables cuando interiorizaron la responsabilidad social como ventaja competitiva. (p.27).

En cambio, la revista Proquest por Magni (2013) son modalidades para realizar operaciones financieras para calcular las ponderaciones requeridas en contribuir una inversión complementaria de la valorización concreta. (p. 4) De nuevo, Volsi, Bordin, Higashi & Tiago (2020) manifestación sistemáticas operativas que fomentan aportaciones beneficiarios para garantizar ganancias proyectadas en un determinado procesamiento económico de la organización. (p. 4) Igualmente, Yuan, Yuan, Dai & Dong (2017) son medidas programadas en adquirir una estabilidad económicamente eficiente en las entidades empresariales, definiendo una correspondencia completa de los resultados obtenidos en los proyectos trazados. (p. 3) También, Guerra, Pérez & Zayas (2019) es un mecanismo operativo que desarrolla acciones referidas en la determinación económica de rendimientos de activos obtenidos en los procesos serviciales realizados en la institución comercial. (p. 5)

No obstante, la revista Scielo por Nogueira, Tsutsui, Carvalho & Mascarenhas (2017) son funciones de rentabilidad financiera adquiridas por los acontecimientos procesadas en las actividades operativas en proporcionar remuneraciones de costos por la demanda garantizada. (p. 4) En cuanto, Araujo, Leal, Belin & Bunes (2018) son indicadores eficientes para incrementar rentabilidad económica a los procesamientos serviciales direccionados en cuantificar nuevas tecnologías operativas en promover mayor funcionamiento

productivo. (p. 3) También, Vuelos, Bordin, Higashi & Santos (2020) es una integración de análisis programadas para identificar la secuencia de costos operacionales mediante agrupaciones de montos realizados en las compras compuestas en producir mayores oportunidades de superación. (p. 2) En definitiva, Grzegorzewska, Burawska & Boruszewski (2020) son capacidades financieras encargados en producir términos económicos con las cuentas apropiadas de los establecimientos comerciales que buscan generar derivaciones rentables para seguir optimizando el desarrollo operacional. (p. 5)

En el ámbito local cuando hablamos del BCP, es una organización que pone en práctica la responsabilidad social, desarrollando y ejecutando muchas actividades que ayudan al desarrollo sostenible del país, podemos mencionar alguno de los programas más representativos de la organización, se tiene el programa becarios BCP (anexo 3), que tiene como propósito el poder brindar una educación superior de calidad a jóvenes con muchas habilidades y destrezas pero sin recursos para poder costear estudios superiores ya que de esa manera podrán seguir superándose y podrán mejorar su estilo de vida. Y como no hablar de voluntariados BCP (anexo 4), que es uno de los más importantes del país, que reúne a más de 2000 colaboradores a nivel nacional, que se comportan como un agente de cambio social, entregando su tiempo, sus recursos y sus habilidades.

Sin embargo, en muchas de las agencias de la división de Canales de Atención ubicadas en Lima metropolitana, particularmente la Agencia Plaza Norte, se observó que los colaboradores no tomaron conciencia de la importancia de la responsabilidad social para los objetivos del BCP (anexo 2), no aplicaron la responsabilidad social desde su centro de trabajo, debido a que no participaron en algún programa de responsabilidad social del BCP, el no participar no fue favorable para que tengan una buena reputación como agencia bancaria, como consecuencia generó una desventaja frente a sus competidores directos, Scotiabank, Interbank, (anexo 1), se observó el poco compromiso empresarial de los colaboradores de la Agencia Plaza Lima Norte hacia los clientes, y esto se ve reflejado en las malas calificaciones que tienen en los indicadores de satisfacción (anexo 5) esto reflejó el incumplimiento de las pautas de atención. Un claro ejemplo de la falta de responsabilidad social es que la Agencia BCP Plaza Lima Norte no participó en la Teletón perdiendo una gran oportunidad de aplicar la

responsabilidad social hacia la comunidad (anexo 6). La falta de compromiso impactó directamente a la rentabilidad de la agencia, puesto que la gran mayoría de sus trabajadores no cumplieron con la colocación de sus producto, este resultado se evidenció en el reloj comercial (anexo 7) debido a que los desembolsos proyectados , no se están concretando, no se realizaron las ventas de tarjetas de créditos, y en cuanto a pasivos, no se logró la captación de fondos para poder ser colocados en los productos que frece el banco como Fondos Mutuos o cuentas a plazo(anexo 8).

II. MARCO TEÓRICO

Dentro del proceso de investigación se recopiló datos que ayudó a poder profundizar el tema expuesto, y son los siguientes: Esteban, (2016) en su tesis titulada “La Responsabilidad Social Corporativa y su Relación con la Rentabilidad: un análisis del sector bancario internacional”, para la obtención del título de Doctor en Economía en la Universidad Complutense de Madrid; nos aportó cómo se puede relacionar la responsabilidad social y la rentabilidad en una corporación en los bancos del mundo, dicha investigación se apoyó en la teoría de (Freman, 1984) quien sostuvo que se obtiene un gran impacto positivo en cuanto a rentabilidad económica se refiere, siempre y cuando se llegue a un acuerdo en común entre todos los grupos de interés. Se realizó una investigación descriptiva, se utilizó bases datos especializadas como Asset4, la muestra se basó en 154 instituciones bancarias de 22 países de Europa y América latina, se concluyó indicando que la responsabilidad social fue de suma importancia en el giro del negocio, ya que a través del tiempo será una herramienta necesaria para que las organizaciones sobrevivan en el pasar del tiempo. Se empleó para la investigación el programa Asset 4, que a su vez proporcionó una base de datos a la que pudo arrojar valores para su análisis, se demostró un nivel de correlación de las variables evidenciado con ($Rho= 0.568$; $Sig=0,000$) que nos indicó una moderada correlación, como consecuencia a la correspondencia que existió entre la RSE corporativa y la rentabilidad económica en los bancos.

El aporte que se brindó fue de suma relevancia, los resultados que se obtuvieron evidenciaron que la relación entre la responsabilidad social corporativa genera rentabilidad en una organización puesto que las estrategias y metodologías aplicadas en otros países buscaron siempre el enfoque social que es un horizonte no muy lejano y que muchas de las empresas en la actualidad dejan de lado, también nos ayudó como herramienta de gestión para buscar un enfoque social que genere un desarrollo sostenible conforme pasa el tiempo.

Ahora bien, Calzado (2016) en su tesis “*Banca Ética: Responsabilidad y Rentabilidad. El Caso Triodos Bank en España*”, de la Universidad Politécnica Valencia, nos mencionó el caso de responsabilidad y rentabilidad en Triodos Bank-España, de la Universidad Politécnica Valencia, aplicó la metodología de las cinco fuerza de porter y pudo analizar la competencia elaborando un pestel , para

demostrar el objetivo que fue justificar que una entidad bancaria pudo lograr ser rentable, aplicando principios éticos al momento de establecer y financiar proyectos, trabajó con los resultados económicos de Triodos Bank, entre los principales resultados de la investigación ($Rho=0,698$; $sig=0,000$) que nos indicó una buena correlación. Las cifras de Triodos demostró que fue una organización, sin problemas de saldo, con solvencia y, sobre todo, que fue una entidad altamente rentable, con una distribución firme que les dio ventajas frente a sus competidores. Las entidades de banca ética, manifestaron que los modelos de RSE en el mundo de las finanzas fueron posibles y que además fueron muy bien aceptados por los clientes del sector bancario.

La investigación fue de mucha importancia debido a que se estudió la agencia bancaria, y se evidenció que la responsabilidad social fortalece la imagen del banco frente a sus clientes, los resultados obtenidos en la investigación demostraron que existe una relación entre la responsabilidad social y la rentabilidad económica pese a los factores externos que dificulten el negocio, y que la percepción que se tuvo de la organización ayudó a poder sostenerse como empresa en el tiempo, generando rentabilidad para poder tener la continuidad en el negocio

Por el contrario, Rosero (2015) en la tesis que desarrollo , cuyo título fue: “Relación entre el Desempeño Financiero y Responsabilidad Social Empresarial: Un análisis en la banca europea”, para obtener el grado académico de Doctor en Economía Financiera y Contabilidad, en la ciudad de Valladolid, dicha investigación se basó en la teoría de (Rodríguez 2007) quien indicó que la RSE se pudo evidenciar en los modelos de gestión elegidos por cada una de las organizaciones , ayudó al desarrollo de toda una sociedad, el análisis se efectuó con asset4, la muestra fue tomada aleatoriamente a 67 organizaciones bancarias de 15 países europeos diferentes obteniendo como resultado($Rho=0.603$; $sig. 0,00$), se evidenció que existe una relación entre el desempeño financiero y la RSE.

El aporte del resultado estadístico demostró el valor agregado que generó una buena reputación en una empresa, reflejando en sus resultados que el desempeño laboral genera acciones de responsabilidad social no solamente en Europa sino de igual manera en Sudamérica y más aun de nuestro país. Aportó a

impulsar el desempeño laboral para ser más efectivos al momento de poder apuntar y diseñar métodos que beneficien a cada uno de los habitantes de la sociedad.

Después, Wong (2015). En su tesis titulada “Responsabilidad social y los créditos bancarios” para obtener el grado académico de economista de la Universidad de Guayaquil, tuvo una investigación de tipo explicativa, los resultados obtenidos fueron: La responsabilidad social introducida en la intermediación financiera logró que en el sector bancario existiera una primacía del compromiso económico, y también del compromiso social. El beneficio social se evidenció en como una empresa va formando una red solidaria de cooperación económica. La investigación tomó como materia de estudio al banco Pichincha de Ecuador, el banco elaboró políticas de RSE, por medio de un modelo de gestión sostenible, que garantizó sostenibilidad corporativa, manejó criterios sobre disminución de riesgos, que fortaleció la buena reputación, y que las decisiones financieras generaron rentabilidad a los accionistas como resultado se obtuvo ($Rho=0,603$; $sig=0,00$) que evidenció que existe una relación entre la RSE y los créditos bancarios.

Nos dio un gran aporte debido a que se evidenció mucho más detallado el proceso de evaluación crediticia para los clientes, partiendo de una reestructuración interna afianzó lazos de confiabilidad entre cliente y banco, de esa manera se pudo garantizar no solamente el retorno del efectivo sino también la fidelidad del cliente hacia la institución que brinda el servicio, queda una vez más demostrado que ser responsables fortaleció la rentabilidad económica en los bancos a nivel mundial.

Por un lado, Prudencio (2018) en su tesis “Responsabilidad Social empresarial y la imagen de marca en la empresa Soto Sport los olivos 2018”, elaborado para poder obtener el grado de licenciado en administración de la Universidad Cesar Vallejo cuya finalidad fue comprobar la analogía entre la RSE y la imagen de la marca, realizó una investigación hipotética deductiva instrumento de investigación el cuestionario, la población la conformaron trabajadores de la Empresa Soto Sport, se tomaron 85 muestras al azar de todos los trabajadores de la empresa, dado como resultado a la prueba ($Rho=0.572$;

sig=0,000) confirmó una correlación entre las variables.

Nos dió un gran aporte debido a que se evidenció como el aplicar la responsabilidad social en la empresa, ayudó a que los clientes tengan una buena percepción con la marca ya que de esa manera se pudo posicionar con mucha más facilidad puesto que los clientes sintieron que el servicio fue adecuado y les generó una gran satisfacción en consecuencia la empresa generó altos índices de rentabilidad queda una vez más demostrado que ser responsables fortaleció la rentabilidad económica en los bancos a nivel mundial.

Sin embargo, Lapa (2014) en su tesis “La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú”, para obtener el grado académico de doctor en contabilidad y finanzas de la Universidad de San Martín de Porres, la metodología empleada fue una investigación aplicada, un cuya finalidad fue confeccionar mecanismos que inserten a la comunidad dentro de las organizaciones, el análisis fue correlacional y utilizó como instrumento de investigación el cuestionario, la población fue constituida por 25 empresas selectas de Lima Metropolitana y Callao, se encuestaron a 100 colaboradores, dado como resultado ($Rho=0,886$; $Sig=0,000$). Llegó a concluir que la RSE es un enfoque del negocio, que se busca integrar en la gestión empresarial rescatando valores éticos en las personas, la comunidad y el medio ambiente, la presente investigación nos ayudó a darnos cuenta que el empresario va tomando conciencia de la importancia que significa la lucha por el bien común.

Nos dió un gran aporte debido a que se evidenció como el aplicar la responsabilidad social a la sociedad, ayudó a que las personas puedan tener un buen dialogo y poder aplicar estrategias que beneficien a toda una organización puesto que de esa manera se pudo reafirmar cuán importante es el poder aplicar la responsabilidad social a todo el colectivo laboral generando estrategias que inserten a toda la comunidad en los objetivos que una organización pueda proponer de esta manera se genera el desarrollo sostenible.

No obstante, Vizconde (2015) en su tesis titulada “El financiamiento a los micros y pequeñas empresas comerciales de Chepén para promover su desarrollo sostenible con responsabilidad social empresarial” de la Universidad Nacional de Trujillo, para obtener el título académico de contador público, tuvo por objetivo determinar cómo impacta el financiamiento a las microempresas en la

RSE. La población fue constituida por 64 microempresas selectas, se encuestaron a 32 colaboradores, dado como resultado, que el 23% del total que tienen menos de 4 años en el mercado, el 22% de empresas cuentan con más de 4 años y el 55% de la muestra cuenta con más de 6 años en el mercado. Entre sus principales conclusiones fueron que las organizaciones buscaron adecuar parte de su estructura, practicando la RSE enfocados a colocar sus préstamos con bajo riesgo crediticio, se obtuvo un resultado de ($Rho=0,760$ sig= $0,000$).

Nos aportó a poder evidenciando los efectos positivos que generan el poder aplicar estrategias responsablemente sociales como evidencia tenemos la tesis en mención que demuestra que no solo se puede aplicar a las grandes empresas, sino también comenzar desde las micro empresas para que puedan ir expandiéndose, fue de mucho aporte el poder conocer al autor debido a que se logró evidenciar que las empresas que recién se inician en el negocio incluyen dentro de sus estrategias el aplicar la responsabilidad social para poder generar rentabilidad económica dentro de la organización.

Dentro de las teorías relacionadas que aportaron sobre la RSE se tuvo como autor principal a Calderón (2016), quien enunció que la RSE es el acuerdo en el que todas las organizaciones espontáneamente contribuyen a la sociedad (p.23). La definición del autor explicó que todas las empresas debieron de inclinarse a poder brindar soporte a la sociedad de tal manera que todos los habitantes de dicha localidad puedan sentir el apoyo de las instituciones, y no solamente un aporte económico, sino evidenciar que las organizaciones velan por todo el medio ambiente, esta forma ecológica de poder vivir ayudó a tomar un referente, puesto que solo de esa manera se pudo evidenciar que efectivamente las empresas lograron realizar una conexión con la sociedad.

El autor menciona las siguientes dimensiones: Compromiso empresarial, desarrollo sostenible por consiguiente el compromiso empresarial es el compromiso que tienen los trabajadores con la organización y lo que la empresa les puede brindar para poder desempeñarse de la mejor manera, tiene como indicadores el desarrollo profesional, las habilidades de dirección, satisfacción laboral, ética profesional, reputación de la organización. El teórico Montero (2017), indicó en su libro "La responsabilidad social de la empresa a debate" el cual buscó demostrar cual es la correlación entre una empresa y su medio ambiente, es

decir, que la organización no engloba solo una cantidad determinada de individuos y que adicionalmente se mantienen al borde de cualquier otra realidad. (p.18)

Se interpretó lo dicho por el autor indicando que, en estos tiempos, las empresas buscan estar mucho más involucradas con la sociedad, ir de la mano en conjunto para poder alcanzar metas establecidas ayuda a generar conexión, entre empresa y sociedad, vivimos un tiempo en el que no solo basta con poder brindar expectativas de responsabilidad social, sino que debemos de evidenciarlas para que de esa manera se puedan generar fuertes lazos de fidelización.

La RSE de la organización fue parte de toda una estrategia enfocada en buscar una relación con variedad de personas, por tal motivo, la RSE debió tener un enfoque buscando ser una inversión y no ser causal de un gasto para toda organización. De esta manera se pudo adoptar en todos los aspectos, enfoques financieros buscando una sociedad integrada, que termine en una estrategia que disminuya los riesgos latentes. Tenemos al teórico Wulf (2016), quien mencionó en su libro “definiendo el enfoque de la RSE” que la RSE se transformó en uno de los conceptos más importantes y significativos de una gestión actual(p33). Esto significó que los gerentes de la empresa y los propietarios no solo fueron responsables de la gestión de las finanzas y aspectos legales de su actividad, sino que, en algunos aspectos, también fueron responsables de lo que sucede con la sociedad. Se definió a la RSE como un concepto en que las organizaciones integraron elementos socio-ambientales en el negocio, gestión y relaciones entre las partes interesadas.

En la investigación sobre Responsabilidad Social Corporativa, existieron dos modelos principales: el primero fue un modelo desarrollando las obligaciones después de los beneficios, refiriéndose a la pirámide de Maslow de necesidades, este modelo dividió la responsabilidad de la empresa en cuatro niveles: económicas, jurídicas, ética y filantrópicas. El nivel económico, fue el más importante para la empresa, las actividades filantrópicas en cambio fueron consideradas como responsabilidad de orden superior, el objetivo primario y fundamental de la sociedad fue lograr un beneficio que permitió implementar otros objetivos. El segundo modelo se llamó las obligaciones antes de los beneficios.

Este modelo usó una jerarquía invertida. Tenemos al teórico Ruiz (2016) que nos ayudó a definir el compromiso empresarial como el valor que todo trabajador tiene hacia su empleador, y los valores considerados pieza central y fundamental que obtienen las personas y las aplican en las empresas que ejercen su labor. (p.158). Se resaltó frente a esta definición que el compromiso empresarial pasó por evaluar aspectos importantes como es la lealtad, de verificar cómo los colaboradores se vincularon con la organización, y que tan motivados estuvieron para poder alcanzar los objetivos, el mostrar apego y consideración hacia la empresa fomentó la identidad de parte del colaborador hacia su empleador, todo esto engloba lo que es el compromiso empresarial de parte del colaborador hacia la empresa que brinda sus servicios, cuan vital puede ser el mantener a todo el personal sumamente comprometido, enfocado en cumplir todos los objetivos, sintiéndose parte fundamental de la empresa, y más aun sintiendo que las cosas que ellos pueden aportar son de mucha utilidad.

Asimismo, Jiménez (2017), en su libro “Desarrollo sostenible, uso conjunto y gestión integral de recursos hídricos” definió como desarrollo sostenible, a las acciones que compensan algunas de las carencias sin dañar ni perjudicar a las posteriores generaciones, bajo ese contexto el ser sostenible implicó realizar actividades que puedan perdurar. El desarrollo sostenible fue un gran reto que se afrontó el ser humano puesto que a su vez tenían factores externos que no permitían poder cumplirlos; puesto que se convirtieron en amenazas que no ayudaron a promover la sostenibilidad, ni el progreso de la sociedad que fue muy de la mano con el equilibrio medio ambiental. El alcanzar objetivos referentes al desarrollo sostenible catalogados objetivos Globales debió de ser el principal horizonte que buscó lograr que todas las personas puedan tener igualdad de oportunidades.

Si hablamos de Rentabilidad económica el teórico Navarro (2017), en su libro “Rentabilidad y ventaja comparativa” nos indicó que la rentabilidad fue cambiando conforme van pasando los años, sustentó la correlación entre la utilidad a partir de la inversión ya que se pudo medir que tan efectivos fueron, demostrando que la utilidad fue el resultado de una buena gestión. (p. 21)

Claramente se pudo diferenciar entre la utilidad y la rentabilidad, definir la rentabilidad económica es cuánto de rendimiento se obtuvo al poder invertir una

cantidad indicada. Esto nos ayuda a poder compararnos en el pasar del tiempo, debido a que lo que se debería de estimar es poder ser rentable cada vez más conforme vayamos subsistiendo en el tiempo. En resumen, se pudo decir que al alcanzar la mayor rentabilidad significó el poder evaluar como gestionaron las inversiones. Adicional a esto no siempre se dijo que mientras más utilidad se tenga se puede ser más rentables, llegaron a esta conclusión si se hace una exhaustiva evaluación de que al poder tener una inversión mínima obtendremos mayor rentabilidad. Según Freeman (2016) en su teoría de los “stakeholders”, hizo referencia a que las organizaciones tienen el compromiso de generar beneficios económicos y sociales para todos los integrantes que la conforman. (p.17). Esta teoría se aplicó no solo para los grandes inversionistas y accionistas, se debió promulgar la colaboración en conjunto de todas las personas involucradas, que tienen el derecho de poder opinar y cuestionar con la finalidad de lograr las metas trazadas cumpliendo la ley, el medio ambiente y respetando la constitución de los derechos humanos.

En la actualidad muchas de las empresas aplican estrategias enfocadas a poder homogenizar los beneficios tanto a las empresas que brindan los servicios como a las personas que utilizan las mismas, con el fin de poder aumentar sus ganancias, esto debido a evidenciar a la gran cantidad de organizaciones, que tienen como único objetivo el poder satisfacer necesidades de empleados y consumidores, de esta manera se pueda extender su impacto positivo y disminuir su impacto negativo de cara a los stakeholders. Según Díaz (2016) en su libro titulado “Análisis contable con un enfoque empresarial” concluyó indicando que la rentabilidad es la contribución que una organización brinda a los integrantes de su organización. (p.35). Todas estas definiciones evidenciaron en cada uno de los reportes contables, que muchas de las empresas brindaron al término de las actividades un margen de ganancia que ayudó a poder diagnosticar cual fue la realidad de la empresa, brindó el soporte necesario de cuan rentables fueron al aplicar estrategias para la ejecución de muchas inversiones. los análisis contables ayudaron a tener una visión más amplia para poder invertir y generar rentabilidad buscando la mejor alternativa y el bienestar común.

Adicionalmente según el teórico Gitman (2016), en su libro “Fundamentos de Inversión” logró especificar a la rentabilidad como el resultado de una inversión

esto es la consecuencia del poder invertir. (p.15). Se analizó que algunas herramientas para invertir garantizaron una rentabilidad, otros no lo hicieron, en ese sentido se buscó siempre elegir realizar una inversión adecuada para obtener los mejores resultados. Llegó a definir el valor de la rentabilidad como la mejor opción en las decisiones de inversión puesto que permitió analizar las ganancias de varias inversiones con los índices actuales de rentabilidad que necesitaron. Hablar de la rentabilidad económica siempre será una determinante para la toma de decisiones, puesto que muestra cual es la realidad de la empresa económicamente hablando, esto nos ayuda a poder ser competitivos, frente a los demás, buscando ser rentables y sostenibles a pesar del tiempo. Según Hernández (2016), llegó a definir al activo como todos los bienes actuales que posee una empresa como, un claro ejemplo fue, todo el mobiliario que tuvo una organización, susceptibles de convertirse en beneficios y aportaron un rendimiento económico a la empresa, se concluyó que los activos son todo aquello que posee la empresa y que contablemente se genera de la suma del pasivo más el capital. El teórico Montoya (2016) en su artículo científico, “Los activos fijos un factor fundamental para toda organización” determinó que todos los activos fijos fueron de suma importancia para el correcto desarrollo de las funciones operativas de toda organización, explicó que todos los activos deberían de tener siempre un buen control tanto como operativamente y administrativamente, de lo contrario podría generarse un problema de sostenibilidad a lo largo del tiempo debido al mal manejo de activos. Por otro lado, Chiavenato (2016), llegó a definir a la eficiencia como “la utilización correcta de los recursos que se puede disponer” (p12). Precisó en hacer más con menos, eso sí hace referencia a ser eficientes, obteniendo los mejores resultados con la mínima inversión posible, pero con lo justo para poder generar un alto índice de rentabilidad. La buena utilización de los recursos podrá ayudar a poder ser sostenible en el tiempo y poder alcanzar todos los objetivos que podamos trazarnos en un corto o largo plazo, pero con la certeza que podremos emplear muy bien los recursos de la organización.

Sobre la realidad problemática presentada tanto en el plano internacional, nacional y local se formuló el presente problema general en el trabajo de investigación ¿Qué relación existe entre la Responsabilidad Social y la

Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte? Así mismo se formularon los siguientes problemas específicos: la primera ¿Qué relación existe entre el Compromiso Empresarial y la Rentabilidad económica en la agencia BCP Plaza Lima Norte? La segunda ¿Qué relación existente entre el Desarrollo Sostenible y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte? La investigación realizada brindó información crucial para demostrar la relación entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad en la Agencia BCP Plaza Lima Norte, asimismo la justificación teórica sirvió para complementar y ayudar investigaciones futuras sobre las variables de estudio, para ello se empleó el libro: Las responsabilidades del negocio: la gestión de las partes interesadas y la ética de Archie B. Carroll que nos indicó el cómo hacer de los aspectos éticos , una herramienta que genera rentabilidad, y Edward Freeman, que desarrolla la teoría de los Stakeholder, Esto nos ayudó a poder aplicarlo sobre la presente investigación, implementando nuevas estrategias que puedan satisfacer las necesidades de ambas partes.

La presente investigación ayudó, a la empresa como al investigador; teniendo acceso para poder, extraer la información necesaria con el fin de aplicar todas las herramientas que nos ayudó a poder arrojar resultados, cuya justificación practica fueron expuestos para que la empresa pueda emplearlos para los fines que crean necesarios. La empresa podrá beneficiarse con las recomendaciones que podremos dar, con el fin de que puedan ser aplicadas, buscando el desarrollo de la Organización siempre el enfoque Social como herramienta importante en el crecimiento económico. Se buscó que la investigación sea empleada como herramienta de sugerencia o recomendación en la agencia BCP Plaza Lima Norte de nuestro país y que contribuya a los lectores a tener conciencia sobre cuán importante es la Responsabilidad Social dentro de una Organización. La presente investigación ayudó a equiparar y solucionar algunas carencias y debilidades con respecto a la RSE, y como tiene una relevancia en la Rentabilidad Económica de la Agencia BCP Plaza Lima Norte. La investigación se define como viable ya que detalló cada uno de los recursos que fueron indispensables para poder llevar a cabo la investigación de campo de esta manera se pudo recopilar información justa y necesaria para la investigación

sobre los temas de Responsabilidad Social y la Rentabilidad Económica.

Como justificación metodológica se utilizó el cuestionario como instrumento de medición que nos dio a conocer toda la información que los trabajadores nos puedan brindar y el cuestionario que fue dirigido a todos los trabajadores de la Agencia Plaza lima norte; Contó con 32 preguntas por cada variable para luego procesadas en el programa SPSS.

La presente investigación buscó el poder demostrar la correlación que hay entre la RSE y la rentabilidad económica y de esa manera poder generar altos índices de rentabilidad en una organización, teniendo como base cada aporte brindando en la presente investigación, que sirvió de mucha ayuda para las próximas investigaciones que se puedan realizar de cada una de las variables; Nos propuso el beneficio de poder basarnos en un marco teórico que evidencia la relación entre las variables presentadas, y como afectan si no están relacionadas entre sí. Es conveniente el poder desarrollar cada una de las recomendaciones brindadas con el único fin de que se pueda brindar un valor agregado a cada una de las organizaciones que decidan implementar todas estas buenas prácticas.

La relevancia Social que desarrolló la investigación ayudó a poder brindar una conclusión a las siguientes hipótesis como el saber si Existe relación directa significativa entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte. Identificar si existe relación directa significativa entre el Compromiso Empresarial y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte. A su vez comprobar si existe relación directa significativa entre el Desarrollo Sostenible y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte. La presente investigación tuvo como objetivo principal el poder determinar la relación existente entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte; de igual manera el poder identificar la relación que existe entre el Compromiso Empresarial y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte. Identificar cual es la relación que puede existir entre el desarrollo sostenible y la rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte.

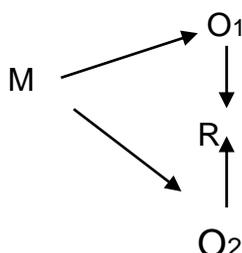
III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de nivel correlacional. Este tipo de investigación fue utilizada como un método sistemático que permite conocer la conducta de los fenómenos estudiados, además trata de explicar la correlación entre las variables, con la finalidad de obtener una información ordenada y equiparable con distintas fuentes (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 93)

La investigación tuvo un diseño no experimental debido a que no se logran manipular las variables; El tipo de investigación fue correlacional, cuantitativa, transversal puesto que analizó datos de las variables responsabilidad social y rentabilidad económica, que fueron recopiladas en un tiempo determinado sobre una población muestra.

El diseño sirvió como un instrumento de enfoque y precisión, en tal sentido se consideró como pautas para realizar el estudio. Hernández (2016). Bajo el siguiente esquema:



M = Trabajadores del BCP

O1= Variable Responsabilidad Social

O2= Rentabilidad Económica

R = Relación

Para la realización de la presente investigación se utilizó un enfoque cuantitativo. El enfoque cuantitativo usa los datos para acreditar una hipótesis, justificando el cálculo numérico y un análisis estadístico, con el fin de implantar patrones de comportamientos y probar teorías. Sampieri (1991)

3.2. Variables y operacionalización

Ahora bien, Calderón (2016) “Es la forma de poder gestionar y de hacer negocios, por lo tanto, la organización preocupa porque todas sus operaciones puedan ser rentables económicamente, socialmente y ecológicamente en todos los grupos que se relaciona” (p. 15).

Se desarrolló la siguiente operacionalización de las variables con la finalidad de desarrollar de manera clara y precisa los ítems que nos proporcionarían la información sobre la responsabilidad social empresarial en la Agencia BCP Plaza Lima Norte, donde se desarrolló el estudio.

Asimismo, Navarro (2017) “La rentabilidad económica busca medir la ganancia generada por los activos, nos permite conocer la eficiencia en la utilización del activo y si el desarrollo de una empresa fue generado gracias a una mejora o por el contrario como deterioro del resultado” (p. 21).

Es aquella que nos permite observar y de igual manera el poder medir todas las manifestaciones de variables en ese sentido la investigación desarrolla la operacionalización de las variables con la finalidad de desarrollar de manera clara y precisa los ítems que nos proporcionarían la información sobre la Rentabilidad económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte, donde se desarrolló el estudio.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable responsabilidad social

	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Responsabilidad social	Calderón (2016) “Es la forma de poder gestionar y de hacer negocios, por lo tanto, la organización preocupa porque todas sus operaciones puedan ser rentables económicamente, socialmente y ecológicamente en todos los grupos que se relaciona”	Se desplegó la siguiente operacionalización de las variables con el propósito de desarrollar de manera clara y precisa los ítems que nos proporcionarían la información sobre la RSE en la Agencia BCP Plaza Lima Norte, donde se desarrolló el estudio.	Compromiso empresarial	Desarrollo Profesional	1,2	5= Siempre 4= Casi siempre 3= A veces 2= Casi nunca 1= Nunca
				Habilidad de dirección	3,4	
				Satisfacción laboral	5,6	
				Ética Profesional	7,8	
				Reputación de la Organización	9,10	
				Posicionamiento de la marca	11,12	
				Experiencia del cliente	13,14	
			Desarrollo sostenible	Cursos Virtuales	15,16	
				Reporte de Sostenibilidad	17,18	
				Gestión Ambiental	19,20	
				Inclusión Social	21,22	
				Educación Financiera	23,24	
				Tecnología	25,26	
				Programas Sociales	27,28	
Lavado de Activos	29,30					
Digitalización	31,32					

Tabla 2

Matriz de operacionalización de la variable rentabilidad económica

	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Responsabilidad social	Navarro (2017) “La rentabilidad económica busca medir la ganancia generada por los activos, nos permite conocer la eficiencia en la utilización del activo y si el desarrollo de una empresa fue generado gracias a una mejora o por el contrario como deterioro del resultado”	Es aquella que nos permite observar y de igual manera el poder medir las variables, en ese sentido la investigación desarrolla la operacionalización de las variables con la finalidad de desarrollar de manera clara y precisa los ítems que nos proporcionarían la información sobre la Rentabilidad económica en la Agencia BCP Plaza Lima Norte, donde se desarrolló el estudio.	Activos	Activos Fijos	33,34	5= Siempre 4= Casi siempre 3= A veces 2= Casi nunca 1= Nunca
				Activo intangible		
				Protección de los activos	35,36	
				Mantenimiento preventivo	37,38	
				Capital humano	39,40	
			Eficiencia	Rotación de Activos	2= Casi nunca	
				Economato	41,42	
				Compras	43,44	
					45,46	
				Utilización de recursos	47,48	
				Patrón de consumo		
				Nivel de riesgo	49,50	
				Productividad del personal	51,52	
				Sistematización de procesos	53,54	
				Mejora continua	55,56	
Planes de contingencia	57,58					
Herramientas de gestión						
	59,60					
	61,62					
	63,64					

3.3. Población y muestra

En cambio, Namakforoosh (2016) nos recalca que, si tenemos una población reducida, tenemos que estudiar a cada uno de las personas que la integran. (p. 14). De acuerdo a la definición, la investigación contó con una población de 30 colaboradores de la agencia BCP – Plaza lima norte.

Después, Martínez (2015) “Una muestra es censal cuando se hace uso de toda la población. Esta técnica es usada para conocer el juicio de todos los encuestados” (p. 34). Por la tanto se utilizó una muestra censal, ya que todos los integrantes de la población formaron parte de la muestra.

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

La técnica de recolección de datos que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta, aplicaremos instrumentos de medición para poder recolectar datos de las variables Responsabilidad social y Rentabilidad económica.

Asimismo, Ortiz (2014), aportó una definición de la encuesta como “el proceso de interrogación que adquiere un valor científico en un procedimiento, esto a su vez nos permite saber la opinión de las personas sobre hechos, situaciones y problemas específicos” (p. 64)

El instrumento de recolección de datos que se utilizó en la presente investigación fue el cuestionario, el mismo que fue de elaboración propia, estuvo constituido por 64 ítems relacionados al tema de investigación y fueron respondidos usando la escala de Likert.

Según García (2009), nos indicó que el cuestionario es un “método de preguntas racionales y ordenas con un lenguaje sencillo y a su vez que se pueda comprender” (p. 34).

Para comprobar la validación del instrumento se ejecutó a través de la aprobación de 3 expertos de investigación, con la única finalidad de poder comprobar la validez del instrumento.

Igualmente, Niño (2012), define a la validez como una manera adecuada de poder medir el instrumento usado en la investigación

Tabla 3

Apellidos y nombres de los expertos

Expertos
Mba. Diana Huamani Cajaleón
Mba. Marco Candia Inor

Tabla 4

Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken de la variable responsabilidad social

N° Items		□	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	3.83	0.10	0.94
	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
Item 2	Relevancia	3.83	0.10	0.94
	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
Item 3	Relevancia	3.83	0.10	0.94
	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
Item 4	Relevancia	3.83	0.10	0.94
	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
Item 5	Relevancia	3.83	0.10	0.94
	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
Item 6	Relevancia	3.83	0.10	0.94
	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
Item 7	Relevancia	3.83	0.10	0.94
	Pertinencia	3.83	0.10	0.94

	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 8	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 9	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 10	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 11	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 12	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 13	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 14	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 15	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 16	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 17	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
Item 18	Relevancia	3.83	0.10	0.94

	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 19	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 20	Pertinencia	3.615	0.40	0.87
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 21	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 22	Pertinencia	3.83	0.10	0.94
	Claridad	3.83	0.10	0.94
	Relevancia	3.83	0.10	0.94
Item 23	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 24	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 25	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 26	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 27	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 28	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98

	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 29	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 30	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 31	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98
	Relevancia	3.95	0.07	0.98
Item 32	Pertinencia	3.95	0.07	0.98
	Claridad	3.95	0.07	0.98

Se utilizó en gran medida para poder medir actitudes y opiniones con un mayor grado de criterio que fue evaluado por la permanencia, claridad y relevancia para cada pregunta determinada, de tal manera nos ayudó a conocer el grado de Responsabilidad social que tienen cada uno de los colaboradores.

Tabla 5

Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken de la variable rentabilidad Económica

N° Items		□	DE	V Aiken
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 33	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.5	0.71	0.83
	Relevancia	3.5	0.71	0.83
Item 34	Pertinencia	3.5	0.71	0.83
	Claridad	3.225	0.32	0.74
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 35	Pertinencia	3.5	0.71	0.83
	Claridad	4	0.00	1.00

	Relevancia	3.725	0.39	0.91
Item 36	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 37	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 38	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 39	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 40	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.395	0.09	0.80
	Relevancia	3.395	0.09	0.80
Item 41	Pertinencia	3.395	0.09	0.80
	Claridad	3.395	0.09	0.80
	Relevancia	3.73	0.38	0.91
Item 42	Pertinencia	3.73	0.38	0.91
	Claridad	3.73	0.38	0.91
	Relevancia	3.73	0.38	0.91
Item 43	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 44	Pertinencia	3.5	0.71	0.83
	Claridad	3.5	0.71	0.83
	Relevancia	3.5	0.71	0.83
Item 45	Pertinencia	3.5	0.71	0.83
	Claridad	3.5	0.71	0.83
	Relevancia	3.5	0.71	0.83
Item 46	Pertinencia	3.5	0.71	0.83

	Claridad	3.5	0.71	0.83
	Relevancia	3.225	0.32	0.74
Item 47	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	3.725	0.39	0.91
	Relevancia	3.725	0.39	0.91
Item 48	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	3.725	0.39	0.91
	Relevancia	3.725	0.39	0.91
Item 49	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	3.725	0.39	0.91
	Relevancia	3.725	0.39	0.91
Item 50	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	3.725	0.39	0.91
	Relevancia	3.725	0.39	0.91
Item 51	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	3.725	0.39	0.91
	Relevancia	3.725	0.39	0.91
Item 52	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	3.725	0.39	0.91
	Relevancia	3.725	0.39	0.91
Item 53	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	3.725	0.39	0.91
	Relevancia	3.725	0.39	0.91
Item 54	Pertinencia	3.725	0.39	0.91
	Claridad	3.725	0.39	0.91
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 55	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
Item 56	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Claridad	3.88	0.17	0.96
Item 57	Relevancia	3.88	0.17	0.96

	Pertinencia	3.88	0.17	0.96
	Claridad	3.88	0.17	0.96
	Relevancia	3.88	0.17	0.96
Item 58	Pertinencia	3.88	0.17	0.96
	Claridad	3.88	0.17	0.96
	Relevancia	3.88	0.17	0.96
Item 59	Pertinencia	3.88	0.17	0.96
	Claridad	3.88	0.17	0.96
	Relevancia	3.88	0.17	0.96
Item 60	Pertinencia	3.88	0.17	0.96
	Claridad	3.88	0.17	0.96
	Relevancia	3.88	0.17	0.96
Item 61	Pertinencia	3.88	0.17	0.96
	Claridad	3.88	0.17	0.96
	Relevancia	3.88	0.17	0.96
Item 62	Pertinencia	3.88	0.17	0.96
	Claridad	3.88	0.17	0.96
	Relevancia	3.88	0.17	0.96
Item 63	Pertinencia	3.88	0.17	0.96
	Claridad	3.88	0.17	0.96
	Relevancia	3.88	0.17	0.96
Item 64	Pertinencia	3.88	0.17	0.96
	Claridad	3.88	0.17	0.96

Se utilizó en gran medida para poder medir actitudes y opiniones con un mayor grado de criterio que fue evaluado por la permanencia, claridad y relevancia para cada pregunta determinada, de tal manera nos ayudó a conocer cuál es la relevancia del ítem respecto al contenido.

En definitiva, Hernández (2016) nos indicó “existen muchos métodos para medir la confiabilidad, la mayoría fluctúan entre cero y uno, el coeficiente cero indica que existe una confiabilidad nula y el coeficiente uno indica una fiabilidad total” (p. 43).

En la investigación se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach, este método permitió conocer la confiabilidad de los ítems usados en el instrumento evidencia la recolección de todos los datos, con la finalidad de no llegar a conclusiones erradas, debe presentar un rango entre 0.7 y 1. El instrumento fue sometido a opinión de 30 colaboradores de la Agencia BCP Plaza lima norte y el resultado fue el siguiente:

Tabla 6

Fiabilidad de la variable responsabilidad social

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach Basada en Elementos Estandarizados	N de elementos
,897	,897	30

Fuente: Reporte del SPSS V24 para el estudio.

Procesado los datos en el programa SPSS se pudo observar que la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach ha obtenido un valor que alcanza un índice de 0,897 en el cuestionario de la variable Responsabilidad social, que se realizó a 30 colaboradores del BCP Agencia Plaza lima norte, demostrando una confiabilidad aceptable del instrumento.

Tabla 7

Fiabilidad de la variable rentabilidad económica

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach Basada en Elementos Estandarizados	N de elementos
,832	,832	30

Fuente: Reporte del SPSS V24 para el estudio.

Procesado los datos en el programa SPSS se pudo determinar que la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach ha obtenido un valor que alcanzó un índice de 0,832 en el cuestionario de la variable Rentabilidad Económica, que se realizó a 30 colaboradores del BCP Agencia Plaza lima norte, lo que demuestra una confiabilidad aceptable del instrumento.

3.5. Procedimiento

En la recolección de datos, se llevó a cabo con 30 trabajadores de la Agencia bcp Plaza lima norte, se contactó con el gerente de tienda para realizar las encuestas en hora de break, durante los días (28, 30 de Mayo), el primer día se encuestó a la mitad, y al día siguiente el restante, no encontramos dificultades por lo tanto fue un promedio de 45 minutos que demoro la encuesta, una vez recogida las encuestas se procedió a pasar al programa Excel para sacar los promedios de cada dimensión, por consiguiente se trasladó al programa SPSS versión 24, para obtener los resultados estadísticos: nivel de confiabilidad, tablas cruzadas, correlación de variables.

3.6. Método de análisis de datos

Para comprobar la hipótesis, se utilizó una estadística inferencial de datos que arrojó una prueba de hipótesis, tablas cruzadas y la también la prueba de correlación que se aplicó a las variables Responsabilidad social y rentabilidad

económica, seguidamente del coeficiente de correlación de Pearson (r) o rho de Spearman que nos indicó el grado de correlación de cada una de las variables. Para analizar los datos recolectados en la presente investigación, se utilizó el programa estadístico para las ciencias sociales (SPSS versión 24), un sistema amplio y flexible, capaz de trabajar con los datos obtenidos generando las tablas y gráficos que se presentan en el contenido del presente trabajo.

3.7. Aspectos éticos

En la presente investigación se respetó la ética profesional, se elaboró el marco teórico, la metodología, conclusiones y recomendaciones teniendo en cuenta la veracidad obtenida por los resultados del SPSS. De la misma manera, se respetó los derechos de autor, se ha trabajado siguiendo las recomendaciones del manual APA, se cumplió con las pautas establecidas, respetando los valores mencionados en el código de ética de la Universidad César Vallejo, no se ha producido alteración de información.

IV. RESULTADOS

Descripción de los resultados

Se pudo describir cada uno de los resultados obtenidos en la investigación, utilizando cada una de las dimensiones y sus respectivos indicadores.

Tabla 8

Tabla cruzada responsabilidad social – rentabilidad económica

			Rentabilidad económica			
			Malo	Regular	Buena	Total
Responsabilidad Social	Malo	Recuento	2	0	0	2
		% del total	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%
	Regular	Recuento	0	2	0	2
		% del total	0,0%	6,7%	0,0%	6,7%
	Buena	Recuento	3	13	10	26
		% del total	10,0%	43,3%	33,3%	86,6%
Total	Recuento	3	17	10	30	
	% del total	16,7%	50,0%	33,3%	100,0%	

Fuente de SPSS en base a las encuestas

En la tabla N° 8, nos evidencia que la responsabilidad social es buena en un 86,6% y la rentabilidad económica regular en un 50%.

No obstante, el objetivo general de la investigación es determinar la relación que existe entre la responsabilidad social y la rentabilidad económica en la agencia BCP Plaza Lima norte, mediante los resultados se puede identificar que la responsabilidad social es buena en un 33%, la rentabilidad económica también es buena sólo en un 33%, así mismo cuando la responsabilidad social en la agencia BCP Plaza Lima norte es regular en un 6,7% la rentabilidad económica también es regular en un 6,7% y cuando la responsabilidad social es mala en un 6,7% la rentabilidad económica también es mala en un 6,7%.

Tabla 9

Tabla cruzada compromiso empresarial – rentabilidad económica

		Rentabilidad Económica				
		Malo	Regular	Buena	Total	
Compromiso Empresarial	Malo	Recuento	2	0	0	2
		% del total	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%
	Regular	Recuento	0	2	0	2
		% del total	0,0%	6,7%	0,0%	6,7%
	Buena	Recuento	3	13	10	26
		% del total	10,0%	43,3%	33,3%	86,6%
Total	Recuento	5	15	10	30	
	% del total	16,7%	50,0%	33,3%	100,0%	

Fuente de SPSS en base a las encuestas

En la tabla N° 9, se pudo comprobar que el Compromiso empresarial es buena en un 86,6% y la Rentabilidad económica es regular con un 50%. No obstante, el objetivo general de la investigación es determinar la relación que existe entre el compromiso empresarial y la rentabilidad económica, mediante los resultados se puede identificar que el compromiso empresarial es bueno en un 33,3%, la rentabilidad económica también es buena sólo en un 33,3%, así mismo cuando el compromiso empresarial es regular en un 6,7% la rentabilidad económica también es regular en un 6,7% y cuando la responsabilidad social es mala en un 6,7% la rentabilidad económica también es mala en un 6,7%.

Tabla 10

Tabla cruzada desarrollo sostenible – rentabilidad económica

			Rentabilidad económica			
			Malo	Regular	Buena	Total
Desarrollo sostenible	Malo	Recuento	1	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	3,3%
	Regular	Recuento	1	0	0	1
		% del total	3,3%	0,0%	0,0%	3,3%
	Buena	Recuento	3	17	13	28
		% del total	10,0%	56,7%	43,3%	93,3%
Total	Recuento	5	14	11	30	
	% del total	14,3%	48,6%	37,1%	100,0%	

Fuente de SPSS en base a las encuestas

En la tabla N° 10, se pudo comprobar que el desarrollo sostenible es bueno en un 93,3% y la Rentabilidad económica es regular con un 48,6%. No obstante, el objetivo general de la investigación es determinar la relación que existe entre el desarrollo sostenible y la rentabilidad económica, mediante los resultados se puede identificar que el desarrollo sostenible es bueno en un 43,3%, la rentabilidad económica también es buena sólo en un 43,3%, así mismo cuando el desarrollo sostenible malo en un 3,3% la rentabilidad económica es malo en un 3,3%.

Se aplicó la prueba aplicando el uso del índice de correlación de Spearman para establecer el grado de relación entre las variables para comparar las hipótesis.

Se realizó con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Esto quiere decir que el límite de error permitido es de 0,05 lo cual se debe considerar como la significancia esperada.

Coefficiente de correlación de Spearman

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Nivel de confianza al 95%

Límite de error: $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: $\rho \geq \alpha$, se acepta H_0 ; si $\rho < \alpha$, se rechaza H_0

Contrastación de la Hipótesis General

Tabla 11

Correlaciones responsabilidad social- rentabilidad económica

			Responsabilidad Social Empresarial	Rentabilidad Económica
RHO DE SPEARMAN	Responsabilidad Social	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN SIG. (BILATERAL)	1,000	,790**
		N	30	,000 30
	Rentabilidad económica	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN SIG. (BILATERAL)	,790**	1,000
		N	,000 30	30

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

Recuerde:

- De 0.00 a 0.19 muy bajo correlación
- De 0.20 a 0.39 baja correlación
- De 0.40 a 0.59 moderada correlación
- De 0.60 a 0.79 buena correlación
- De 0.80 a 1.00 muy buena correlación

Hi: Existe relación directa significativa entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima norte, Lima Metropolitana.

Ho: No existe relación directa significativa entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana.

Prueba de Spearman:

Según los resultados de la Tabla 11, se confirmó la relación entre las variables y se rechazó la hipótesis nula, aceptándose la hipótesis general de investigación, además como el valor de r es ,790 se corrobora que existe una buena correlación entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana.

Tabla 12

Correlaciones compromiso empresarial- rentabilidad económica

		Compromiso Empresarial	Rentabilidad Económica
RHO DE SPEARMAN	Compromiso empresarial	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN SIG. (BILATERAL)	1,000 ,730**
		N	,000 30
	Rentabilidad económica	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN SIG. (BILATERAL)	,730** ,000
		N	30 30

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Recuerde:

- a) De 0.00 a 0.19 muy baja correlación
- b) De 0.20 a 0.39 baja correlación
- c) De 0.40 a 0.59 moderada correlación
- d) De 0.60 a 0.79 buena correlación
- e) De 0.80 a 1:00 muy buena correlación

Hi: Existe relación directa significativa entre el Compromiso Empresarial y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana.

Ho: No existe relación directa significativa entre el Compromiso Empresarial y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana.

Prueba de Spearman:

Dado los resultados de la Tabla 12, se confirmó la relación entre la dimensión Compromiso empresarial y la variable de Rentabilidad Económica, se rechaza la hipótesis nula, aceptándose la hipótesis específica 2 de la investigación, además como el valor de $r = 730$ se corrobora que existe buena correlación entre el compromiso empresarial y la rentabilidad económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana.

Tabla 13

Correlaciones desarrollo sostenible- rentabilidad económica

		Desarrollo sostenible	Rentabilidad Económica
RHO DE SPEARMAN	Desarrollo Sostenible	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN SIG. (BILATERAL)	,563**
		N	30
	Rentabilidad económica	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN SIG. (BILATERAL)	1,000
		N	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Recuerde:

- a) De 0.00 a 0.19 muy baja correlación
- b) De 0.20 a 0.39 baja correlación
- c) De 0.40 a 0.59 moderada correlación
- d) De 0.60 a 0.79 buena correlación
- e) De 0.80 a 1:00 muy buena correlación

Hi: Existe relación directa significativa entre el Desarrollo Sostenible y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana.

Ho: No existe relación directa significativa entre el Desarrollo Sostenible y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana.

Prueba de Spearman:

Dado los resultados de la Tabla 13, se confirmó la relación entre la dimensión de Desarrollo Sostenible y la variable de Rentabilidad Económica, se rechaza la hipótesis nula, aceptándose la hipótesis alterna, además como el valor de $r = 563$ se corrobora que existe una moderada correlación entre el desarrollo sostenible y la rentabilidad económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana.

V. DISCUSIÓN

En esta investigación, a través de la prueba estadística de alfa de cronbach 0.897 para la variable responsabilidad social, para la variable Rentabilidad Económica 0,832.

Con respecto a los resultados se ha analizado de los 30 encuestados en esta investigación, se ha determinado que existe una relación entre las variables con una relación significativa entre las variables de estudio, mediante la prueba de Rho Sperman, con valor positivo de 0,790, se afirma que existe una buena correlación entre las variables. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo un sig bilateral valor de 0,000 y como claramente se nota que es menor a 0,05, queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$).

Por un lado, Esteban (2016) en su investigación manifiesta que la responsabilidad social empresarial tiene un impacto significativo con la rentabilidad, mediante la prueba de (Rho= 0.568; Sig=0,000), confirmando que toda empresa que aplica la responsabilidad social como estrategia en su negocio, alcanzará tener altos índices de rentabilidad económica, del mismo modo Calzado (2016) en su investigación la “Banca Ética: Responsabilidad y Rentabilidad. El Caso Triodos Bank en España” obtuvo mediante la prueba. (Rho=0,698; sig=0,000), este resultado confirmó que cuando una entidad financiera aplicando principios éticos al momento de establecer y financiar proyectos, esto género que el banco sea altamente rentable. También, Rosero (2015) en su investigación “Relación entre el Desempeño Financiero y Responsabilidad Social Empresarial: Un análisis en la banca europea”, obtuvo (Rho=0.603; Sig 0,00) el cual corroboró la relación que existe entre el ejercicio financiero y la RSE en los bancos europeos, demostrando que cuando se emplean estrategias que comprendan involucrar a la sociedad esto genera un impacto directo en la rentabilidad económica. De igual manera, Wong (2015). En su tesis titulada “Responsabilidad social y su aplicación en los créditos bancarios” obtuvo (Rho=0,603; Sig=0,00) el cual demostró que La Responsabilidad Social introducida en la intermediación financiera va a lograr que en la actividad bancaria exista una primacía no tan solo del compromiso económico, sino también del compromiso social de este negocio. Por consiguiente, Prudencio (2018) en su tesis “Responsabilidad Social

empresarial y la imagen de marca en la empresa soto Sport los olivos 2018”, obtuvo ($Rho=0.572$; $sig=0,000$) y comprobó la analogía entre la RSE y la imagen de la marca el cual generó que la empresa pueda aplicar estrategias enfocadas en la sociedad para poder generar rentabilidad. Por otro lado, tenemos a Lapa (2014) en su tesis “La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú” obtuvo como resultado ($Rho=0,886$; $Sig=0,000$) el cual demostró que la RSE busca integrar en la gestión empresarial rescatando valores éticos en las personas, la comunidad y el medio ambiente. Por consiguiente, Vizconde (2015). En su tesis titulada “El financiamiento a los micros y pequeñas empresas comerciales de Chepén para promover su desarrollo sostenible con responsabilidad social empresarial” obtuvo un resultado ($Rho=0,760$; $sig=0,000$), el cual demostró cuán importante puede ser, y que tantos efectos positivos nos puede dar el aplicar estrategias responsablemente sociales como evidencia tenemos la tesis en mención que demuestra que no solo podemos aplicar a las grandes empresas, sino también comenzar desde las micro empresas para que puedan ir expandiéndose y a su vez cumpliendo metas establecidas.

VI. CONCLUSIONES

Primero: Según los resultados de la tabla 11, arrojó un factor que demostró la correlación de ($Rho = 0.790$), este resultado ratificó la correlación que existe entre cada una de las variables y se rechaza la hipótesis nula, aceptándose la hipótesis de investigación. Confirmó el grado de correlación entre la RSE y la rentabilidad económica en la agencia BCP Plaza Lima norte, Lima Metropolitana, dichos resultados se deben a que la responsabilidad social tiene relación con la rentabilidad económica.

Segundo: Los resultados de la tabla 12, demostró que el compromiso empresarial se relaciona con la rentabilidad económica según el coeficiente de correlación de ($Rho = 0.730$) este resultado ratificó la relación fuerte que existe entre cada una de las variables, esto debido a que la organización puede desarrollar el compromiso empresarial como fortaleza para poder aumentar los índices de rentabilidad en la empresa.

Tercero: Los resultados de la tabla 13, demostró que el desarrollo sostenible se relaciona con la rentabilidad económica según el coeficiente de correlación de ($Rho = 0.563$), este resultado ratificó la relación fuerte que existe entre as variables, esto debido a que la organización puede desarrollarse sosteniblemente en el tiempo y que de esa manera poder generar una mayor rentabilidad.

VII. RECOMENDACIONES

Según los resultados obtenidos en la presente investigación se procede a plantear algunas recomendaciones:

Primero: El gerente de la agencia BCP Plaza Lima norte debe realizar cada semana una reunión en la que se pueda enfocar e incentivar a los colaboradores el poder involucrarse, participar y poder fomentar programas sociales que beneficien a la sociedad estas reuniones se harán programadas con el fin de que se pueda contar con la presencia de todo el equipo de trabajo, adicionalmente poder hacer un seguimiento a las herramientas de gestión comercial para que los bajos índices de rentabilidad puedan tener un mejor alcance, esta recomendación ayudara a poder mejorar la rentabilidad en la agencia BCP Plaza Lima norte.

Segundo: Incentivar diariamente y generar un buen clima laboral en la agencia, un colaborador motivado y comprometido será más productivo, se busca poder generar un compromiso de parte del colaborador hacia la empresa, ya que el compromiso empresarial ayudará alcanzar las metas comerciales ya establecidas para cada campaña. Se recomienda aplicar esta práctica para que el índice de rentabilidad en la agencia pueda incrementarse de tal forma que se pueda ser sostenible en el tiempo y a su vez podrá ayudar a la agencia bancaria el poder salir de los últimos puestos en cuanto a metas comerciales.

Tercero: Generar boletines y/o afiches visuales, que motiven a los colaboradores, poder tener una razón por la cual podrían participar de las actividades sociales, si se logra poder hacer partícipes a la gran mayoría de colaboradores en programas sociales, la comunidad se verá beneficiada, de esta manera se logrará el desarrollo sostenible de la empresa, partiendo por satisfacer las necesidades de toda su comunidad, estas prácticas tendrán como propósito el poder aumentar el índice de rentabilidad en la agencia bancaria.

REFERENCIAS

- AECA (2003). *Conceptual Framework of Corporate Social Responsibility. Corporate Social Responsibility Commission. AECA Document No. 1.* Madrid: AECA. p. 38
- Alarcón, K. C. (2017) *Los efectos de la responsabilidad social y la reputación corporativa sobre el rendimiento de la marca.* Caso de reflexión, Coca Cola FEMSA Colombia. *Dimensión Empresarial* 15(2), 73-85. DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v15i2.912>
- Aldás, J. A. Andreu, L. M. & Currás, R. E. (2013). *La responsabilidad social como creadora de valor de marca: el efecto moderador de la atribución de objetivos.* *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa.* Recuperado de www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1019683812000418?via%3Dihub
- Alea, A. P. (2007). *Corporate social responsibility. Your contribution to sustainable development.* *Futuros Magazine*, 5 (17), 1-9
- Almendárez, K. M. (2017). *¿Qué beneficios se logra al implementar RSE?.* El nuevo diario. Recuperado de <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/420343-quebeneficios-se-logra-implementar-rse/>
- Araujo, H. F. Leal, A. P. Betin, P. S. & Nunes, E. F. (2018). *Economic profitability indicators of minitomatoes organic production in greenhouses Horticultura Brasileira.* 2018, v. 36, n. 2. <https://www.scielo.br/j/hb/a/tYPRbtSynBr4j5bqypKTq6z/?lang=en>
- Barrera, E. D. (2007). *La empresa social y su responsabilidad social.* *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 17 (30), 59-75.
- Cantero-Cora, H., & Leyva-Cardenosa, E. (2016). *La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial.* *Ciencias Holguín*, 22 (4), 1-17.
- Carroll, A. C. (1979). *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance.* Estados Unidos: *Academy of Management Journal*.

- Calzado, J. A. (2016). *banca etica*. Obtenido de banca etica:
https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/29949/Banca%20ética_rentabilidad%20y%20responsabilidad.pdf?sequence=1
- Castaño, E. J. (2011). *Communicate social responsibility, an option of business success little explored*. *Lasallian research journal*, 8 (2), 173 - 186.
- Castillo, R. G. (2015). *La adaptación de la responsabilidad social empresarial de empresas multinacionales en México: Caso General Motors México*, 31(54).
- Cibrán, P. A. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: ESIC Editorial.
- Coba, M. E. (2017). *La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador*. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V (18), 23-44.
- Corral, A. M. Isusi, I. A. Peinado, E. P. & Pérez, T. R. (2007). *The Social and Environmental Responsibility of Microenterprise Latin America*. Washington D.C. : Ikee - Inter-American Development Bank.
- De Asís, F. A. (2007). *Análisis de eficiencia de los departamentos universitarios. El caso de la Universidad de Sevilla*. España: Editorial Dykinson.
- Díaz, Y. C. Andrade, J. M. & Ramírez, E. A. (2019). Transformational Leadership and Social Responsibility in Coffee Women's Associations in Southern Colombia. *Información tecnológica*, 30(5), 121-130.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642019000500121&lang=es
- Donaghey, J. M. & Reinecke, J. I. (2016). When Industrial Democracy meets Corporate Social Responsibility: Responses to Rana Plaza. *Academy of Management Executive*, vol. 16, n. 1, 2016.
<https://journals.aom.org/doi/10.5465/ambpp.2016.11578abstract>
- Jaime, J. M. (2015). *La Rentabilidad: Análisis de Costes y Resultados*. Recuperado de
https://books.google.com.pe/books?id=E0PIDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=La+rentabilidad:+an%C3%A1lisis+de+costes+y+resultados&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjDk_elsL3bAhVkqlkKHbDQDvQQ6AEIJjAA#v=onepage&q=La%20rentabilidad%3A%20an%C3%A1lisis%20de%20costes%20y%2

Oresultados&f=false

- Escobar, E. A. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial como medio de Rentabilidad y Competitividad, de la Pontificia Universidad Católica del Perú* (tesis de magister). Recuperada de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6917>
- Esteban, P. S. (2016). *La Responsabilidad Social Corporativa y su Relación con la Rentabilidad: Un Análisis del Sector Bancario Internacional* (tesis de doctorado). Recuperada de <http://eprints.ucm.es/40746/1/T38217.pdf>
- Farooq, M. A. & Farooq, O. A. (2013). Employees' Responses to Corporate Social Responsibility: Does Individual Culture Matter?. *Academy of Management Executive*, vol. 13, n. 1, 2013. <https://journals.aom.org/doi/10.5465/ambpp.2013.16834abstract>
- Farooq, M. A. Farooq, O. A. Javaid, N. E. & Ashraf, N. D. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility on Employees: A Social Exchange Perspective. *Academy of Management Executive*, vol. 12, n. 1, 2012. <https://journals.aom.org/doi/10.5465/AMBPP.2012.16700abstract>
- Freeman, R. P. (1984). *Strategic Management: a Stakeholder Approach*. Estados Unidos: Pitman.
- Quezada, R. E.(2011). *University social responsibility as a challenge for the strategic management of Higher Education: the case of Spain*. *Journal of Education*, (355), 113
- García, I. M. (2012). *Educación Financiera para México*. México: Lid Editorial.
- García, M., Azuero, A. & Peláez, J. (2013). Corporate social responsibility practices from the functional areas of human management: analysis of results in four companies in southwestern Colombia. *Innovate*, 23 (49), 101-113.
- Cárdenas, L. M. Kammerer, Y. Y. & Rios, L.. A. (2016). *Responsabilidad social en pymes del área metropolitana de Medellín, Colombia*, *Dimensión Empresarial* 14(1), 123-135. JEL: L21, L38, L65, M14.
- Gómez, R. B. (2014). *From sustainable development according to Brundtland to sustainability as biomimesis*. Bilbao, Spain: Editorial Hegoa.
- Guerra, L. E. Pérez, A. S. & Zayas, L. M. (2019). Economic profitability and

- sensitivity analysis of a citric acid production plant from sugarcane bagasse. *Revista de Ciencia y Tecnología*, (31), 1-10. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-75872019000100012&lang=es
- Guibert, J. M. (2009). *Responsabilidade social Empresarial*. Competitividade e casos de boas práticas nas PME. San Sebastián: Deus-to Publications - Universidade de Deusto.
- Grzegorzewska, E. M. Burawska, I. K. & Boruszewski, P. O. (2020). Economic profitability of particleboards production with a diversified raw material structure. *Maderas. Ciencia y tecnología*, 22(4), 537-548. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-221X2020000400537&lang=es
- Herrera, B. A. (2007). *Instruments of corporate social responsibility and access of companies to the economy*. *Clio America Magazine*, 1 (1), 175-188
- Jácome, I. A. Salazar, A. M. & Borja, Y. E. (2015) *La responsabilidad Social Empresarial en la gestión administrativa*. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*. Recuperado de <file:///C:/Users/user/Downloads/DialnetLaResponsabilidadSocialEmpresarialEnLaGestionAdmin-6244055.pdf>
- Jericó, P. A. (2001). *Gestión del Talento. Del profesional con talento al talento organizativo*. España: Ed Prentice Hall Financial Times.
- Koenes, A. (2013). *Gestión y motivación del personal*. España: MAPCAL S.A.
- Lapa, L. M. (2014). *La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú, de la Universidad de San Martín de Porres* (tesis de doctorado). Recuperada de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1135/1/lapas.pdf>
- Magni, C. A. (2013). Generalized makeham's formula and economic profitability. *Insurance, Mathematics & Economics*, 53(3), 747. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/generalized-makehams-formula-economic/docview/1464386199/se-2?accountid=37408>
- Maximiliano, H. A. (2015). *Corporate Social Responsibility (CSR) Theory, Trends*

and Future Challenges Bolivia: KONRAD ADENAUER STIFTUNG E.V.

- Mercado, P. M. & Garcia, P. E. (2007). *A responsabilidade social nas empresas do Vale do Toluca (México)*. Um estudo exploratório Universidade ICESI. *Journal of Management Studies*, 23 (102), 119-135.
- Montero, D. E. (2012). *Calidad de Vida, Inclusión Social y Procesos de Intervención*. España: Deusto Digital.
- Morell, E. D. (2019). Corporate Social Responsibility: a radiography on the current situation of the large contributors of the commercial sector of the city of Pilar. *International Journal of Research in Social Sciences*, 15(2), 339-362. http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2226-40002019000200339&lang=es
- Morin, E. M. (2000). *El paradigma perdido*. Francia: Editorial Kairós S.A.
- Navarro, F. A. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. Madrid: Esic.
- NAVARRO, J. M. OCAMPO, C. A . & SAUMETH, L. A. (2013). *Oligopolistic behavior in the world palm oil market 1961-2004*. *Essays in Economics*, 26 (48), 143-162
- Nogueira, P. H. Tsutsui, M. S. Carvalho, O. B. & Mascarenhas, M. D. (2017) Economic profitability in conventional and irrigated coffee production systems in three municipalities in the Marilia region of São Paulo, Brazil *Ciência Rural*. 2017, v. 47, n. 11 <https://www.scielo.br/j/cr/a/mySJNd8nx7PY5SQzQg7BsJj/?lang=en>
- Ñaupas, H. A. (2014). *Metodología de la Investigación. Cuantitativa – Cualitativa y redacción de tesis*. (4ª Ed.). Colombia: Editorial: Ediciones de la U.
- Perdomo, J. A. Esperanza, L. E. & Dueñas, S. P. (2017). *Responsabilité Sociale des Entreprises et des pratiques Pro-Paix en Colombie ofInnovations*, 33(58), 129-140.
- Pérez, J. M. Espinoza, C. A. & Peralta, B. P. (2016) *La Responsabilidad Social Empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro*. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n3/rus23316.pdf>
- Pintado, E. M. (2014). *Gerenciación y Liderazgo conductivo del talento humano*. Perú: Arco Iris S.R.L.

- Prudencio, E. P. (2018). *“Responsabilidad social empresarial y la imagen de marca de la empresa soto sport, los olivos 2018”*
- Ramos, P. R. (2007). *Uso eficiente y sostenible de los recursos naturales*. España: Universidad de Salamanca.
- Rey, F. A. (2006). *El auto mantenimiento en la empresa, etapas y experiencias para su implementación*. España: FC Editorial.
- Rosero, O. A. (2015). *Relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial: Un análisis en la Banca Europea, de la Universidad de Valladolid* (tesis de doctorado). Recuperada de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/16631/7/TESIS920-160331.pdf>
- Reyes, F. O. (2021). The social responsibility of students of Medical Sciences in the confrontation with COVID-19. *Humanidades Médicas*, 21(1), 291-294. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202021000100291&lang=es
- Ríos, K. A. (2014). *Gestión de Procesos y Rentabilidad en las Empresas de Courier en Lima Metropolitana, de la Universidad San Martín de Porres* (tesis de título profesional). Recuperada de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1116/1/rios_sk.pdf
- Sánchez, M. A. (2011). *Implementación de sistemas de gestión de la calidad: La Norma ISO 9001:2008*. España: Fundación Confemetal.
- Sanchez, A. S. (2015). *La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española*. 24(78), 159-179.
- Severo, E. A. Ferro, J. C. Dellarmelin, M. L. & Parizotto, R. R. (2019) The Influence of Social Networks on Environmental Awareness and the Social Responsibility of Generations. *BBR. Brazilian Business Review*. 2019, v. 16, n. 5 <https://www.scielo.br/j/bbr/a/vpp54z8p37qTHCTdk3sWz6w/?lang=en#>
- Shawyun, T. A. (2011). *From Corporate Social Responsibility (CSR) to University Social Responsibility (USR)*. 2nd Asia-Europe Education Workshop (pp. 5-7). Innsbruck, Austria: Universities and Their Social Responsibilities.
- Tejedor, J. M. (2015). *La responsabilidad social corporativa y su aporte a la economía*. 7(1), 47-49.

- Uribe, M. E. (2015). *Social Responsibility at Universidad del Tolima: a View from the neighboring community*.31(2), 1-10.
- Valencia, A. A. Yampufe C. M. & Antezana A. S. (2021). Responsabilidad social universitaria: del enfoque social al enfoque sostenible. *Revista Cubana de Educación Superior*, 40(3), e19. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142021000300019&lang=es
- Vallaes, F. A. Cruz, C. D. & Sasia, P. R. (2009). *University social responsibility. Mexico City.*, Mexico: McGraw-Hill.
- Volsi, B., Bordin, I., Higashi, G. E., & Tiago, S. T. (2020). Economic profitability of crop rotation systems in the cauiá sandstone area. *Ciência Rural*, 50(2) <https://www.proquest.com/docview/2491997485/9AE85B4E86064676PQ/12?accountid=37408>
- Vuelos, B. A. Bordin, I. V. Higashi, G. E. & Santos, T. T. (2020) Economic profitability of crop rotation systems in the Caiuá sandstone area. *Ciência Rural*. 2020, v. 50, n. 2. <https://www.scielo.br/j/cr/a/fkhYSSLf3SrvJZvKWGzjx6p/?lang=en>
- Yarce, J. P. (2012). *La Empresa como un Sistema Humano*. Colombia: Universidad Católica de Colombia.
- Wong, C. A. (2015). *Responsabilidad social y su aplicación en los créditos bancarios, de la Universidad de Guayaquil (tesis de título profesional)*. Recuperada de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9388/1/RESPONSABILIDAD%20SOCIAL.pdf>
- Vizconde, C. M. (2015). *El financiamiento de las micro y pequeñas empresas comerciales de chepen para promover su desarrollo sostenible con responsabilidad social empresarial*. Recuperada de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2128/vizcondecarmen_jesus.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Yuan, Y., Yuan, Y., Dai, Y., & Gong, Y. (2017). Economic profitability of tilapia farming in china. *Aquaculture International*, 25(3), 1253-1264. <https://www.proquest.com/docview/1900035756/abstract/9AE85B4E86064676PQ/18?accountid=37408>
- Zorrilla, J. M. (2011). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Editorial Océano
- Zorrilla, V. A. (2018). *El principal reto de la RSE en el Perú es su adecuada difusión y administración*. Recuperado de <https://peru.corresponsables.com/actualidad/principal-reto-rse-peru-adeuada-difusionadministracion>

ANEXOS

Anexo 1: Competidores



The screenshot shows the Scotiabank website's 'Inversión Social' page. At the top, there is a navigation bar with the Scotiabank logo and the text 'EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE'. Below the navigation bar, the page title 'Inversión Social' is displayed. The main content area contains a paragraph explaining the bank's social investment strategy, followed by a list of initiatives. To the right of the text is a photograph of three women in a rural setting, one holding a piece of knitted fabric. A small '<< Volver' link is visible below the text.

Scotiabank EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Responsabilidad Social Programa Comunitario de Scotiabank Grupos de Interés Informes Reconocimientos Media Contáctanos

Inversión Social

El común denominador de todas las acciones de inversión social que desarrollamos tienen como objetivo de fortalecer las capacidades de las poblaciones más vulnerables para que puedan contar con los conocimientos y habilidades necesarias para incrementar sus ingresos económicos y mejorar su calidad de vida. Por ello, el programa "Programa Comunitario de Scotiabank" establece alianzas estratégicas con organizaciones sin fines de lucro de prestigio para lograr la mejora de la calidad de vida de niños, niñas, jóvenes, mujeres y microempresarios. Actualmente, beneficiamos a más de 90 mil personas en Lima, Ica, Huancavelica, Cusco y Piura.

- » Apoyo a la inserción laboral juvenil
- » Desarrollo de capacidades para la inclusión financiera
- » Educación financiera y emprendimiento en escuelas
- » Mejores oportunidades de autoempleo para mujeres emprendedoras

<< Volver



Anexo 2: Objetivo del BCP



Transformar
planes
en realidad

Anexo 3: Programa de Becas BCP

5 | Programa Becas BCP (GRI 413-1)

El BCP está convencido de que su rol como Empresa involucra la generación de valor para la sociedad. En ese sentido, la conclusión institucional indica que para tener un mejor Perú y con ello una sociedad más cohesionada y justa, es necesario elevar el nivel educativo, acortando las brechas existentes y fomentando el desarrollo del talento.

Desde el año 2012, como parte de la estrategia de Responsabilidad Social, nace el Programa Becas BCP, cuya finalidad es la de brindar acceso a educación superior de calidad a jóvenes talentosos que no cuentan con los recursos económicos necesarios. A través de esta iniciativa, los beneficiarios rompen el círculo de la pobreza, irradiando a su familia, a su descendencia y al país. Por tal motivo, desde hace más de 6 años, Becas BCP-Carreras Universitarias brinda la oportunidad de estudiar en las mejores universidades del país, cubriendo los costos académicos y de manutención, además del acompañamiento para el desarrollo de habilidades blandas e inserción laboral.

A la fecha, más de 160 jóvenes talentos ya han transformado sus vidas. De estos, el 61% son mujeres y el 53% son de provincia. Las carreras que destacan son Ingeniería (48%) y Ciencias Empresariales (40%) en las siguientes universidades: UP (31%), PUCP (30%), UTEC (26%) y UDEP (9%). El 80% se encuentra en tercio, quinto o décimo superior. Asimismo, se cuenta con 2 jóvenes graduados y 7 estudiantes que se encuentran practicando en las empresas top del país. El BCP ha comprometido más de S/23.7 millones y en favor de la educación de estos jóvenes.

Del mismo modo, a través de la modalidad de los Créditos de Estudio Patronato BCP, damos la facilidad para que más de 1,000 alumnos que ven en riesgo su continuidad en la universidad, accedan a un financiamiento no comercial que contempla el derecho de matrícula, certificado de estudios, grado académico de bachiller-titulación, pensión académica y curso de inglés. Esta iniciativa busca que el talento se concentre en su desarrollo educativo y profesional, logrando pagar el crédito a partir del tercer año de haberlo recibido, con una tasa de 4% que no acumula intereses durante el periodo de gracia.

6 | Impacto en la comunidad

6.1 | Programa Voluntarios BCP (GRI 413-1)

El programa de voluntariado corporativo del BCP es uno de los más importantes del país. Actualmente, el BCP cuenta con una comunidad de más de 2,000 voluntarios a nivel nacional.

El voluntariado brinda una plataforma y una experiencia únicas a sus colaboradores para que se conviertan en agentes de cambio social, entregando su tiempo, sus conocimientos, sus recursos y sus habilidades a todos los beneficiarios de una manera comprometida y sostenible.

El Programa Voluntarios BCP se desarrolla desde 3 enfoques. El primer enfoque implica que los colaboradores puedan aportar a la educación del país. El segundo es el aporte de sus voluntarios a causas de impacto nacional, como las heladas en la zona altoandina del país. Finalmente, el tercer enfoque busca promover iniciativas de aporte social desarrolladas por los propios colaboradores.

Anexo 5: Reporte de satisfacción

					META	
CODIGO AGENCIA	AGENCIA	AREA	REGION	GERENTE DE AGENCIA (Satisfacción)		
191160	QUILCA	LIMA 1	REGION 3	●	120.00%	
191056	PERU	LIMA 1	REGION 3	●	104.36%	
191076	LAS MALVINAS	LIMA 1	REGION 3	●	100.08%	
191023	HABICH	LIMA 1	REGION 3	●	96.89%	
191062	PLAZA UNION	LIMA 1	REGION 3	●	96.69%	
191077	CENTRO COMERCIAL MULTIPLAZA	LIMA 1	REGION 3	●	95.75%	
191010	MEGA PLAZA C.C. CONO NORTE	LIMA 1	REGION 3	●	94.31%	
191142	MUNICIPALIDAD INDEPENDENCIA	LIMA 1	REGION 3	●	94.24%	
191028	ANTUNEZ DE MAYOLO	LIMA 1	REGION 3	●	94.17%	
191021	SAN MARTIN DE PORRES	LIMA 1	REGION 3	●	94.06%	
191084	NACIONES UNIDAS	LIMA 1	REGION 3	●	91.63%	
191088	FIORI	LIMA 1	REGION 3	●	90.86%	
191078	MENDIOLA	LIMA 1	REGION 3	●	89.69%	
191057	ANGÉLICA GAMARRA	LIMA 1	REGION 3	●	86.00%	
191040	MEGA PLAZA 2	LIMA 1	REGION 3	●	85.83%	
191058	PLAZA LIMA NORTE	LIMA 1	REGION 3	●	76.83%	
191154	IZAGUIRRE	LIMA 1	REGION 3	●	76.45%	

Anexo 6: Participación de la teletón

¡Juntos lo hicimos posible! Nos unimos como #EquipoWOW y demostramos que los colaboradores BCP sumamos para multiplicar. Sin tu ayuda esta misma, pues tu participación fue vital para que podamos llegar a la meta.

Gracias a tu compromiso y dedicación, reafirmamos que somos #ElBancoDeLaTeletón.

Por ello, queremos invitarte a una cena especial para celebrar que juntos transformamos planes en realidad.

Fecha: martes 2 de octubre

Hora: 7:00 P.M.

Lugar: Restaurant El Hornero – Av. Circunvalación del Golf N° 408, La Molina

Esperamos contar con tu asistencia para compartir un momento especial y reconocer este logro.

Favor confirmar tu asistencia a los correos: jessicagarcia@bcp.com.pe / chsoyer@bcp.com.pe

Nos vemos pronto!!

Saludos,

¡Juntos lo hicimos posible! Nos unimos como #EquipoWOW y demostramos que los colaboradores BCP sumamos para multiplicar. Sin tu ayuda esta misma, pues tu participación fue vital para que podamos llegar a la meta.

Gracias a tu compromiso y dedicación, reafirmamos que somos #ElBancoDeLaTeletón.

Por ello, queremos invitarte a una cena especial para celebrar que juntos transformamos planes en realidad.

Fecha: martes 2 de octubre

Hora: 7:00 P.M.

Lugar: Restaurant El Hornero – Av. Circunvalación del Golf N° 408, La Molina

Esperamos contar con tu asistencia para compartir un momento especial y reconocer este logro.

Favor confirmar tu asistencia a los correos: jessicagarcia@bcp.com.pe / chsoyer@bcp.com.pe

Nos vemos pronto!!

Saludos,

Anexo 7: Reloj comercial

Detalle de Agencias

Detalle de Ventas

Reclamos CMP

02_Campaña
2019-TRIM

% Compl. DCA ● 11.0%

Timing ● 22.7%

Reloj Comercial División de Canales de Atención

Agencia: Buscar

Vista Mural

Vista Gerencial

Detalle Individual

Regresar

Agencia

	Venta	Ranking Ligas	Org. al Timing
PLAZA LIMA NORTE	LIGA 4 ● 15%	6	● 23%

Canal

	Venta	Org. al Timing	Rank.
PLAZA LIMA NORTE			
02. Asesor de Ventas y Servicios	● 20%	● 25%	43
07. Ejecutivo de Negocios BEX	● 1%		36

	Venta	Total Ptos		Ptos Tarjeta			Total Ptos Otros		
		Meta	Venta	% Compl.	Meta	Venta	% Compl.	Meta	Venta
02. Asesor de Ventas y Servicios									
E21314 - MUNOZ ORTIZ MAGALI CONSUELO	● 4%	2214.619324	87.0716494	● 0.0294332	815.4069942	24	● 0.0450765	1399.21233	63.0716494
S13899 - RICANQUI LAZARTE ITALIA	● 19%	1737.648903	327.685836	● 0.1632619	637.0131841	104	● 0.2032333	1100.635719	223.685836
S16577 - HUMAREDA QUIISPE LADY KAROL	● 18%	2214.619324	407.7312606	● 0.2415971	815.4069942	197	● 0.1506071	1399.21233	210.7312606
S17280 - PORTOCARRERO OLIVERA EDILSER	● 28%	1737.648903	481.3646678	● 0.2417532	637.0131841	154	● 0.2974323	1100.635719	327.3646678
S22771 - MILINOV GARCIA LJUBICA MARIA	● 40%	2214.619324	823.4515401	● 0.1005633	815.4069942	82	● 0.5299064	1399.21233	741.4515401
S24971 - CUEVA CHAVEZ ROGO DEL PILAR	● 18%	1737.648903	279.1311901	● 0.0125586	637.0131841	8	● 0.2463405	1100.635719	271.1311901
S25949 - SANCARRANCO HUAMAN CARLOS GUSTAVO	● 39%	2214.619324	884.3084199	● 0.5199857	815.4069942	424	● 0.3289768	1399.21233	460.3084199
S27044 - OBREGON VEGA KATIA ERIKA	● 14%	1737.648903	267.8052107	● 0.3202445	637.0131841	204	● 0.0579712	1100.635719	63.80521068
S30207 - GONZALES HIDALGO CESAR ALEXIS	● 9%	2214.619324	185.2486629	● 0.0098111	815.4069942	8	● 0.1266775	1399.21233	177.2486629
S40714 - GONZALES ROMERO ALEXIS DANIEL	● 12%	2214.619324	263.7953356	● 0.1005633	815.4069942	82	● 0.1299269	1399.21233	181.7953356
S72851 - HIJAR CARDENAS CINTHYA ISABEL	● 14%	2214.619324	321.296152	● 0.2012666	815.4069942	164	● 0.1124176	1399.21233	157.296152
S41473 - PUELLES CHAVEZ FLOR VANESSA	● 17%	2214.619324	359.3051587	● 0.1005633	815.4069942	82	● 0.1981866	1399.21233	277.3051587
07. Ejecutivo de Negocios BEX									
S18789 - PEREZ LECAROS SUGEI INES	● 1%								

Anexo 8: Atributos de una buena atención

El tiempo de espera en la cola	El interés que mostraron en ayudarlo	La solución a sus necesidades	La claridad de la información recibida	Otras recomendaciones
<p>Si el cliente ha tenido una larga espera o considera que ha esperado mucho tiempo, píde disculpas por ello.</p> <p>Aunque la Agencia esté llena, evita atender de manera apurada a los clientes. Bríndale una atención esmerada y dedicada a cada uno.</p>	<p>Pregunta al cliente en qué lo puedes ayudar.</p> <p>Escucha atentamente al cliente y asegúrate de entender su necesidad, evita interrumpirlo. Reconfirma la operación que quiere realizar.</p>	<p>Resume brevemente la operación realizada para asegurar que estás solucionando la necesidad del cliente.</p> <p>Pregunta al cliente si hay algo más en lo que lo puedes apoyar.</p>	<p>Dirigete al cliente con un lenguaje sencillo y claro. Evita usar jergas bancarias y, si debes hacerlo, menciónalo el término y luego explícalo.</p> <p>Fíjate en el lenguaje corporal del cliente y en la mirada para identificar si está comprendiendo lo que le comunicas. Confirma si tiene alguna duda.</p>	<p>Llama al cliente dirigiéndote hacia él con la mirada, con una frase cortés y un gesto amable.</p> <p>Saluda y despide al cliente de forma cálida y empática.</p>
<p>Si debes interrumpir la atención, pedir un visto o levantarte de tu sitio discúlpate con el cliente y explica brevemente por qué debes hacerlo.</p>	<p>Si el cliente desea realizar una operación que no corresponde a Plataforma, orientalo hacia el canal correcto.</p>	<p>Si el cliente desea realizar una operación que no corresponde a Plataforma, orientalo hacia el canal correcto.</p>	<p>Si el cliente no entiende lo que le estás comunicando, modifica la forma hacerlo y emplea otras palabras, y/o haz uso de recursos gráficos.</p>	<p>Siempre brinda al cliente una sonrisa sincera y miralo al dirigirte a él. Cuando estés atendiéndolo concéntrate sólo en el cliente, no te distraigas con otros tareas.</p>
<p>Haz seguimiento del trámite o proceso que ha hecho tu cliente. Si el trámite está demorando más tiempo de lo prometido, contáctalo y sé honesto.</p>	<p>Informa al cliente sobre los resultados de su operación y ofrece tu ayuda para algún caso futuro.</p>	<p>Escucha atentamente y luego soluciona todas las objeciones y consultas adicionales de tus clientes, todo esto es parte de la venta.</p>	<p>No crees falsas expectativas al cliente. Bríndale la información real, sin agregar o prometer algún beneficio que no podrás cumplir.</p>	<p>Luego de recibir su DNI, llámalo por su apellido, esto hará más cálida y personalizada la atención.</p>
<p>Entregale tu tarjeta personal y ofrécele tu asesoramiento en caso lo requiera.</p>	<p>Indaga sobre las necesidades de tu cliente. De esta manera, podrás ofrecerle lo mejor para él / ella.</p>	<p>Sé proactivo en la orientación y ofrecimiento de productos y servicios del Banco, pero que el cliente tenga a la mano toda la información que necesita. Sin embargo, no insistas en la adquisición de los mismos.</p>	<p>Resume la visita: mándale un correo al cliente con el detalle de lo conversado y la confirmación de los acuerdos. Esto te servirá de evidencia y recordatorio, a la vez que le haces sentir al cliente que lo conversado es importante.</p>	<p>Si identificas por el DNI que es el cumpleaños del cliente salúdalo cálidamente.</p>
			<p>Infórmate constantemente a través de los boletines periódicos, sobre cambios, mejoramiento de productos y servicios que ofrece el Banco.</p>	<p>Cuida el orden de tu sitio, mantenlo siempre limpio, ten a la mano las herramientas de trabajo necesarias y evita objetos que puedan distraerte como celulares.</p>
				<p>Menciona los beneficios que nuestros productos le ofrecen a nuestros Clientes.</p>

Anexo 9: Instrumento de medición de las variables

INSTRUMENTO PARA MEDIR LAS VARIABLES

DATOS INFORMATIVOS:

CARGO

SEXO

INSTRUCCIONES. La información que nos proporcionas será solo de conocimiento del investigador por tanto evalúa el clima organizacional de tu institución educativa, en forma objetiva y veraz respondiendo las siguientes interrogantes.

- Por favor no deje preguntas sin contestar.
- Marca con un aspa en solo uno de los cuadros correspondiente a la escala siguiente:

1) Nunca	2) Casi Nunca	3) A veces	4) Casi Siempre	5) Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL		Escala de Valoración				
DIMENSION 1 : COMPROMISO EMPRESARIAL		1	2	3	4	5
Desarrollo Profesional						
1	EL talento humano es parte del compromiso empresarial.	N	CN	AV	CS	S
2	EL BCP brinda la oportunidad de ejercer una línea de carrera.	N	CN	AV	CS	S
Habilidad de Dirección						
3	Un líder es parte fundamental para cumplir con el compromiso empresarial.	N	CN	AV	CS	S
4	Tu jefe inmediato muestra empatía con sus colaboradores.	N	CN	AV	CS	S
Satisfacción Laboral						
5	Las políticas de compensación salarial es comunicada con claridad a todos los colaboradores.	N	CN	AV	CS	S
6	La compensación salarial que recibes está acorde al mercado laboral.	N	CN	AV	CS	S
Ética Profesional						
7	Conoce y cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética Credicorp.	N	CN	AV	CS	S
8	Actúa con integridad, respeto y transparencia dentro de su centro de trabajo.	N	CN	AV	CS	S
Reputación de la Organización						
9	El BCP es una organización con buena reputación	N	CN	AV	CS	S
10	Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación	N	CN	AV	CS	S
Posicionamiento de la marca						
11	El BCP el líder en el sector financiero	N	CN	AV	CS	S
12	La marca BCP genera un impacto positivo a los clientes	N	CN	AV	CS	S
Experiencia del cliente						
13	Me siento orgulloso de como mi empresa le da importancia a los clientes.	N	CN	AV	CS	S
14	Los protocolos de atención brindan una experiencia formidable a los clientes.	N	CN	AV	CS	S
Cursos virtuales						
15	Los cursos virtuales son didácticos	N	CN	AV	CS	S
16	EL campus BCP ayuda a potenciar las habilidades de los colaboradores	N	CN	AV	CS	S
DIMENSIÓN 2: DESARROLLO SOSTENIBLE		Escala de Valoración				

Reporte de Sostenibilidad						
17	El reporte de sostenibilidad del BCP se elabora de manera clara.	N	CN	AV	CS	S
18	Contar con un reporte de sostenibilidad ayuda a medir la dimensión de desarrollo sostenible.	N	CN	AV	CS	S
Gestión Ambiental						
19	La empresa desarrolla la gestión ambiental	N	CN	AV	CS	S
20	La política ambiental corporativa incluye objetivos para el desarrollo sostenible	N	CN	AV	CS	S
Inclusión Social						
21	La inclusión social favorece al desarrollo sostenible.	N	CN	AV	CS	S
22	Impulsar la financiación de pequeños negocios en zonas rurales es parte de la inclusión social.	N	CN	AV	CS	S
Educación Financiera						
23	El BCP brinda herramientas de educación financiera.	N	CN	AV	CS	S
24	Bancarizar personas ayuda a educarlos financieramente.	N	CN	AV	CS	S
Tecnología						
25	EL BCP va a la vanguardia de la tecnología	N	CN	AV	CS	S
26	Las herramientas de trabajo van a la vanguardia de la tecnología	N	CN	AV	CS	S
Programas Sociales						
27	Consideras que el programa Voluntariado, ayuda al desarrollo sostenible	N	CN	AV	CS	S
28	Consideras que el programa patronado BCP	N	CN	AV	CS	S
Lavado de Activos						
29	Los sistemas anti lavado ayudan al desarrollo sostenible	N	CN	AV	CS	S
30	Las medidas de seguridad anti lavado son efectivas.	N	CN	AV	CS	S
Digitalización						
31	Las aplicaciones del digitalidad ayudan al desarrollo sostenible	N	CN	AV	CS	S
32	La banca móvil ayuda a realizar tus operaciones con más rapidez	N	CN	AV	CS	S

Anexo N° 10: Instrumento para medir las variables

DATOS INFORMATIVOS:

CARGO GERENTE OBRERO EMPLEADO

SEXO M F

INSTRUCCIONES. La información que nos proporcionas será solo de conocimiento del investigador por tanto evalúa el clima organizacional de tu institución educativa, en forma objetiva y veraz respondiendo las siguientes interrogantes.

- Por favor no deje preguntas sin contestar.
- Marca con un aspa en solo uno de los recuadros correspondiente a la escala siguiente:

1) Nunca	2) Casi Nunca	3) A veces	4) Casi Siempre	5) Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

VARIABLE: RENTABILIDAD ECONOMICA		Escala de Valoración				
ITEMS		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: ACTIVOS		Escala de Valoración				
Activo Fijo						
33	El activo fijo es importante para medir la rentabilidad económica de la empresa.	N	CN	AV	CS	S
34	El activo fijo es fundamental para la operacionalización de la organización.	N	CN	AV	CS	S
Activo Intangible						
35	El activo intangible tiene un papel primordial en el proceso productivo del BCP	N	CN	AV	CS	S
36	El activo intangible ayuda al BCP a incrementar su rendimiento económico.	N	CN	AV	CS	S
Protección de los Activos						
37	Es importante proteger la información de los activos que posee la empresa	N	CN	AV	CS	S
38	La protección de los activos es vital para la continuidad del negocio.	N	CN	AV	CS	S
Mantenimiento Preventivo						
39	Los activos del BCP tienen un mantenimiento preventivo periódicamente.	N	CN	AV	CS	S
40	La falta de mantenimiento preventivo de los activos afecta su funcionalidad.	N	CN	AV	CS	S
Capital Humano						
41	El capital humano influye en la rentabilidad	N	CN	AV	CS	S
42	EL capital humano	N	CN	AV	CS	S
Rotación de Activos						
43	La rotación de activos es constante en la agencia.	N	CN	AV	CS	S
44	La rotación de activos interrumpe tus labores diarias.	N	CN	AV	CS	S
Economato						
45	El economato facilita el orden los materiales de la oficina	N	CN	AV	CS	S
46	El pedido del economato llega con puntualidad.	N	CN	AV	CS	S
Compras						
47	Las compra de activos fijos se realizan a través de licitaciones	N	CN	AV	CS	S
48	La Agencia practica el inventario de las compras.	N	CN	AV	CS	S
DIMENSIÓN 2: EFICIENCIA		Escala de Valoración				

Utilización de Recursos						
49	Utilizar eficientemente los recursos ayuda a incrementar la rentabilidad económica.	N	CN	AV	CS	S
50	Inculcar a los colaboradores mejoras de reciclaje ayuda a mejorar la eficiencia de la organización.	N	CN	AV	CS	S
Patrón de Consumo						
51	Una buena elaboración del patrón de consumo nos ayuda a medir la eficiencia.	N	CN	AV	CS	S
52	El patrón de consumo permite proyectar de manera eficiente los materiales que se utilizaran en el trimestre.	N	CN	AV	CS	S
Nivel de Riesgo						
53	El BCP cuenta con metodologías adecuadas para cuantificar los riesgos.	N	CN	AV	CS	S
54	Las herramientas y métodos que se usan en el BCP para mitigar el nivel de riesgo son eficientes.	N	CN	AV	CS	S
Productividad del Personal						
55	La productividad del personal ayuda a medir la dimensión de eficiencia.	N	CN	AV	CS	S
56	La productividad del personal permite incrementar las utilidades de la organización.	N	CN	AV	CS	S
Sistematización de procesos						
57	Los procesos internos cada vez son mas rápidos.	N	CN	AV	CS	S
58	La sistematización de los procesos ayuda a ser más eficientes	N	CN	AV	CS	S
Mejora continua						
59	EL BCP cada vez más mejora sus procesos.	N	CN	AV	CS	S
60	Siente que la flexibilización de las operaciones son adecuadas	N	CN	AV	CS	S
Planes de contingencia						
61	EL BCP cuenta con planes de contingencia frente a amenazas externas	N	CN	AV	CS	S
62	Los kits de contingencia contienen los materiales adecuados para la continuidad del negocio	N	CN	AV	CS	S
Herramientas de Gestión						
63	Las palancas de Gestión nos ayuda a ser eficientes	N	CN	AV	CS	S
64	Las suites de gestión son fáciles de utilizar.	N	CN	AV	CS	S

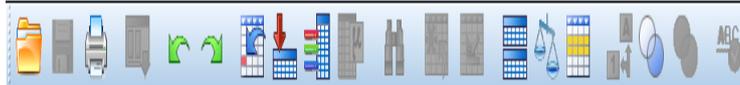
Anexo 11: Base de datos

TESIS 1407.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Períodos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
4	COMP1	Numérico	8	0	Desarrollar el p...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	COMP2	Numérico	8	0	El equilibrio ent...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	COMP3	Numérico	8	0	El BCP brinda l...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	COMP4	Numérico	8	0	Un líder es part...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	COMP5	Numérico	8	0	El liderazgo de ...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	COMP6	Numérico	8	0	En el BPC se c...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	COMP7	Numérico	8	0	El trato igualitar...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	COMP8	Numérico	8	0	La política de c...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	COMP9	Numérico	8	0	La existencia d...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	COMP10	Numérico	8	0	Para cumplir co...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	COMP11	Numérico	8	0	Los trabajadores...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	COMP12	Numérico	8	0	Actuar con inte...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	DES13	Numérico	8	0	El reporte de s...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	DES14	Numérico	8	0	Contar con un r...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	DES15	Numérico	8	0	El reporte de s...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	DES16	Numérico	8	0	La gestión amb...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	DES17	Numérico	8	0	El BCP incluye...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	DES18	Numérico	8	0	La política ambi...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	DES19	Numérico	8	0	La inclusión so...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	DES20	Numérico	8	0	Impulsar la fina...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	DES21	Numérico	8	0	La inclusión so...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	DES22	Numérico	8	0	Formar una soc...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	DES23	Numérico	8	0	La bancaizació...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
27	DES24	Numérico	8	0	Los programas ...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
28	XXXX	Numérico	8	0		{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
29	ACT25	Numérico	8	0	El activo fijo es...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
30	ACT26	Numérico	8	0	El activo fijo es...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
31	ACT27	Numérico	8	0	El activo fijo for...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
32	ACT28	Numérico	8	0	El activo intangi...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
33	ACT29	Numérico	8	0	El activo intangi...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
34	ACT30	Numérico	8	0	El activo intangi...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
28	XXXX	Numérico	8	0		{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
29	ACT25	Numérico	8	0	El activo fijo es ...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
30	ACT26	Numérico	8	0	El activo fijo es ...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
31	ACT27	Numérico	8	0	El activo fijo for...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
32	ACT28	Numérico	8	0	El activo intangi...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
33	ACT29	Numérico	8	0	El activo intangi...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
34	ACT30	Numérico	8	0	El activo intangi...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
35	ACT31	Numérico	8	0	Es importante ...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
36	ACT32	Numérico	8	0	La protección d...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
37	ACT33	Numérico	8	0	La protección d...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
38	ACT34	Numérico	8	0	Los activos del ...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
39	ACT35	Numérico	8	0	La falta de man...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
40	ACT36	Numérico	8	0	El mantenimien...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
41	EFIC37	Numérico	8	0	Utilizar eficient...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
42	EFIC38	Numérico	8	0	Inculcar a los c...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
43	EFIC39	Numérico	8	0	Incentivar el us...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
44	EFIC40	Numérico	8	0	El patrón de co...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
45	EFIC41	Numérico	8	0	El patrón de co...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
46	EFIC42	Numérico	8	0	El BCP cuenta ...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
47	EFIC43	Numérico	8	0	Las herramient...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
48	EFIC44	Numérico	8	0	La productividad...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
49	EFIC45	Numérico	8	0	La productividad...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
50	SUMAV1	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
51	SUMAV2	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
52	SUMADIM1	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
53	SUMADIM2	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
54	CATEGV1	Numérico	8	0	CATEGORIAS ...	{1, MALA}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
55	CATEGV2	Numérico	8	0	CATEGORIAS ...	{1, MALA}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
56	CATEGDIM1	Numérico	8	0	CATEGORIAS ...	{1, MALO}...	Ninguno	11	Derecha	Ordinal	Entrada
57	CATEGDIM2	Numérico	8	0	CATEGORIAS ...	{1, MALO}...	Ninguno	11	Derecha	Ordinal	Entrada

TESIS 1407.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 57 de 57 variables

	COMP1	COMP2	COMP3	COMP4	COMP5	COMP6	COMP7	COMP8	COMP9	COMP10	COMP11	COMP12	DES13	DES14	DES15	DES16	DES17	DES18
1	5	3	3	5	2	3	3	3	5	3	5	4	3	5	5	5	5	4
2	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
6	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
7	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
8	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
9	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
10	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	5	4	5	4	5
11	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
12	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
13	4	5	4	5	4	5	3	3	5	3	3	4	4	4	5	5	4	5
14	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
15	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
16	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
17	4	3	3	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
18	4	3	3	4	2	3	4	2	4	4	3	3	2	3	2	4	3	3
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
21	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
23	5	5	5	4	2	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	5	5	5
24	5	5	5	5	4	5	5	3	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5
25	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4
26	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	5
27	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	5
28	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Vista de datos Vista de variables

Anexo 12: Validación del instrumento

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		MD	D	A	MD	D	A	MD	D	A	
	DIMENSIÓN 1: COMPROMISO EMPRESARIAL										
1	El talento humano es parte del compromiso empresarial.										
2	El BCP brinda la oportunidad de ejercer una línea de carrera.										
3	En mi trabajo aprendo y desarrollo nuevas capacidades										
4	Un líder es parte fundamental para cumplir con el compromiso empresarial.										
5	Tu jefe inmediato muestra empatía con sus colaboradores.										
6	Las políticas de compensación salarial es comunicada con claridad a todos los colaboradores.										
7	La compensación salarial que recibes está acorde al mercado laboral.										
8	La puntualidad en los pagos genera un ambiente grato de trabajo										
9	Conoce y cumple con los lineamientos establecidos en el Código de Ética. Credicorp.										
10	Actúa con integridad, respeto y transparencia dentro de su centro de trabajo.										
11	El BCP es una organización con buena reputación										
12	Siento orgullo de trabajar en una empresa de alta reputación										
13	El BCP el líder en el sector financiero										
14	La marca BCP genera un impacto positivo a los clientes										
15	Me siento orgulloso de como mi empresa le da importancia a los clientes.										
16	Los protocolos de atención brindan una experiencia formidable a los clientes.										
	DIMENSIÓN 2: DESARROLLO SOSTENIBLE										
17	El reporte de sostenibilidad del BCP se elabora de manera clara.										
18	Contar con un reporte de sostenibilidad ayuda a medir la dimensión de desarrollo sostenible.										
19	La empresa desarrolla la gestión ambiental										
20	La política ambiental corporativa incluye objetivos para el desarrollo sostenible										
21	La inclusión social favorece al desarrollo sostenible.										
22	Impulsar la financiación de pequeños negocios en zonas rurales es parte de la inclusión social.										
23	El BCP brinda herramientas de educación financiera.										
24	Bancarizar personas ayuda a educarlos financieramente.										
25	El BCP va a la vanguardia de la tecnología										
26	Las herramientas de trabajo van a la vanguardia de la tecnología										
27	El BCP es puntual en su responsabilidad tributaria.										
28	Las obras por impuestos contribuyen al desarrollo sostenible.										
29	El aporte de los impuestos son direccionados para el desarrollo sostenible.										
30	El BCP fomenta el pago de impuestos.										

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg. DIANA HUERTAS CATALANO DNI: 43641998

Especialidad del validador: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

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

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

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



Firma del Experto Informante.

Especialidad ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr./Mg. Cavada Omar

Yace

DNI: 70260151

Especialidad del validador: Ag en Dir y RE.

Verificación: Si hay correspondencia al contenido técnico formulado.
Fidelidad: Si bien es apropiado para representar el componente o
elemento específico del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, en
forma, exacto y claro.


Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 13: Detalle de confiabilidad

	N	Mínimo	Máximo	
D1	30	31	60	BUENA (51-60) REGULAR (41-50) MALA (31-40)
D2	30	21	60	BUENA (47-60) REGULAR (34-46) MALA (21-33)
VAR1	30	58	120	BUENA (100-120) REGULAR (79-99) MALA (58-78)
DIM1	30	40	60	
DIM2	30	36	60	
VAR2	30	76	120	BUENA (106-120) REGULAR (91-105) MALA (76-90)
N válido (por lista)	30			

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	30	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	30	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	30

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,832	30

Anexo14: Matriz de consistencia

Identificación del problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	dimensiones	Indicadores	Item	Metodología
¿Qué relación existe entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana 2019?	Determinar la relación que existe entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana 2019.	Existe relación directa significativa entre la Responsabilidad Social y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana 2019.	Responsabilidad Social	Compromiso empresarial Desarrollo sostenible	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo Profesional ✓ Habilidad de Dirección ✓ Satisfacción Laboral ✓ Ética Profesional ✓ Reputación Organizacional ✓ Posicionamiento de marca ✓ Experiencia del cliente ✓ Reporte de Sostenibilidad ✓ Gestión Ambiental ✓ Inclusión Social ✓ Educación Financiera ✓ Tecnología ✓ Responsabilidad Gubernamental 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1-3 ✓ 4-5 ✓ 6-8 ✓ 9-10 ✓ 11-12 ✓ 13-14 ✓ 15-16 ✓ 17-18 ✓ 19-20 ✓ 21-22 ✓ 23-24 ✓ 25-26 ✓ 27-28 ✓ 29-30 	<p>diseño de estudio no experimental</p> <p>tipo de estudio aplicada</p> <p>nivel de investigacion correlacional</p> <p>enfoque de investigacion cuantitativo</p> <p>poblacion agencia bcp plaza lima norte</p> <p>muestra 30 colaboradores de la agencia bcp plaza lima norte, lima metropolitana</p> <p>tecnicas Para obtener la información se utilizará la técnica de las encuestas.</p> <p>INSTRUMENTOS El instrumento será el cuestionario que será de elaboración propia.</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos					
¿Qué relación existe entre el Compromiso Empresarial y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana 2019?	Determinar la relación que existe entre el Compromiso Empresarial y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima	Existe relación directa significativa entre el Compromiso Empresarial y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP					
¿Qué relación existe entre el Desarrollo Sostenible y la	Agencia BCP Plaza lima norte, Lima	Agencia BCP					

Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana 2019?

Metropolitana2019.

Plaza lima norte, Lima Metropolitana 2019.

V2

Activos

eficiencia

Rentabilidad

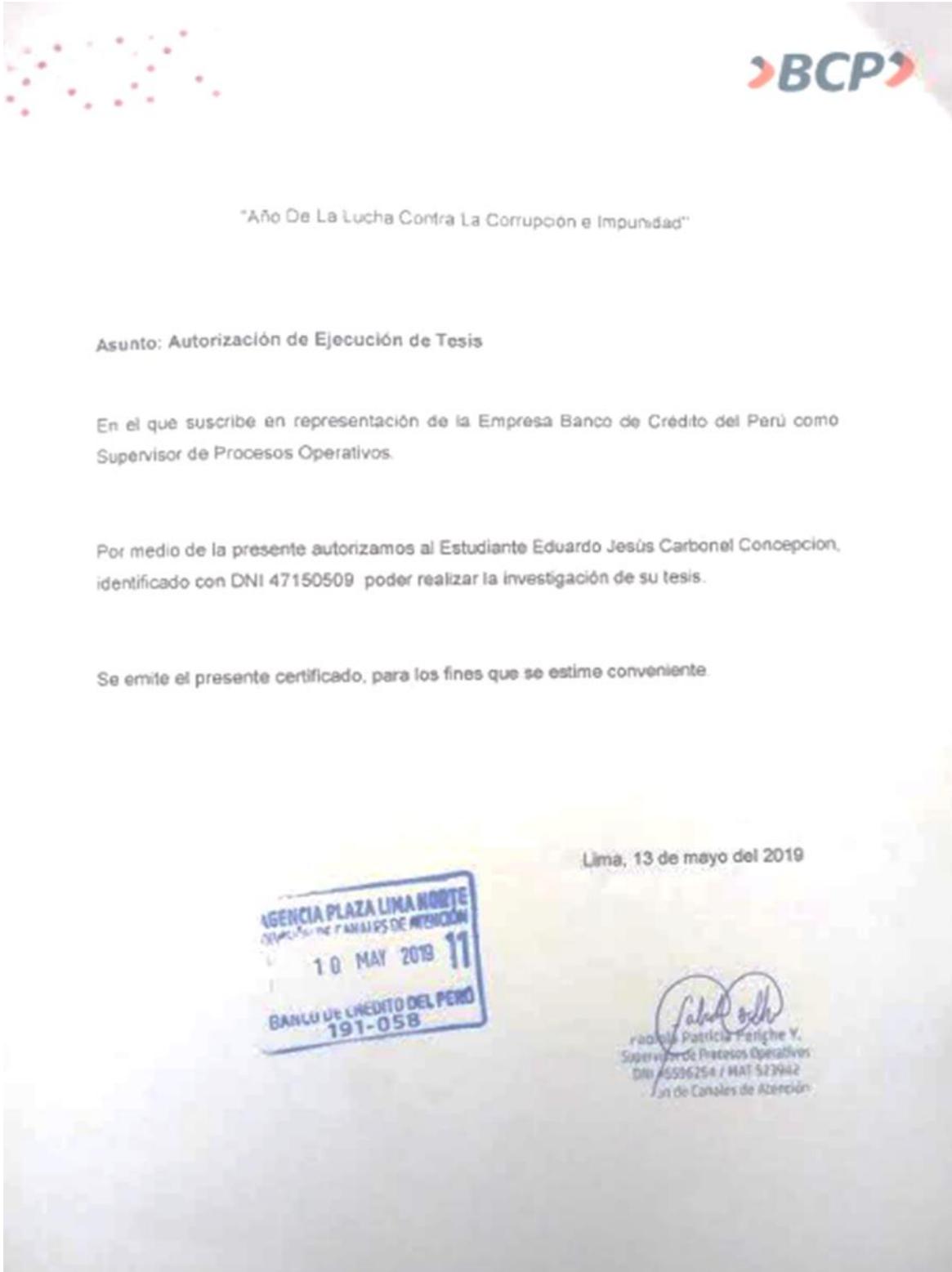
Determinar la relación que existe entre el Desarrollo Sostenible y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza lima norte, Lima Metropolitana 2019.

Existe relación directa significativa entre el Desarrollo Sostenible y la Rentabilidad Económica en la Agencia BCP Plaza Lima norte, Lima Metropolitana 2019.

- ✓ Activo Fijo
- ✓ Activo Intangible ✓ 31-32
- ✓ Protección de los Activos ✓ 33-34
- ✓ Mantenimiento Preventivo ✓ 35-37
- ✓ Utilización de Recursos ✓ 38-41
- ✓ Patrón de Consumo ✓ 42-45
- ✓ Nivel de Riesgo ✓ 46-47
- ✓ Productividad del Personal ✓ 48-50
- ✓ Sistematización de Procesos ✓ 51-52
- ✓ Mejora continua
- ✓ Planes de contingencia
- ✓ Herramientas de Gestión ✓ 53-54
- ✓ 55-56
- ✓ 57-58
- ✓ 59-60

FUENTES
Bibliográficas

Anexo 15: Carta de Aceptación de la empresa





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CARBONEL CONCEPCION EDUARDO JESUS estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA RENTABILIDAD ECONÓMICA EN LA AGENCIA BCP PLAZA LIMA NORTE", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
CARBONEL CONCEPCION EDUARDO JESUS DNI: 47150509 ORCID 0000-0001-7911-1341	Firmado digitalmente por: ECARBONELC el 15-09- 2021 12:00:04

Código documento Trilce: INV - 0343465