



FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional De Negocios Internacionales

TESIS

**LA INFLUENCIA DE LA PRÁCTICA DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS
AGROEXPORTADORAS DE LA PROVINCIA DE
CHICLAYO PARA LOGRAR UNA DIFERENCIACIÓN
EN EL MERCADO INTERNACIONAL EN EL
PERIODO 2014**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN

Negocios Internacionales

Autores:

**BACH. QUINTANA CHÁVEZ JANET NATALY
BACH. ZAMORA ORTIGAS CLAUDIA ÁNGELA**

Pimentel, Perú 2014

RESUMEN

El estudio de investigación, presenta el análisis del tema de Responsabilidad social empresarial, teniendo como objetivo determinar el nivel de influencia de la práctica de Responsabilidad Social empresarial para lograr una diferenciación en el mercado internacional en el periodo 2014.

Para ello se aplicaron como técnicas de recolección de datos, una encuesta establecida por el instituto ETHOS 2012 de Brasil, además de la aplicación de una lista de cotejo mediante lo observado en el momento de realizar las primeras visitas en cada una de las empresas que colaboraron en el estudio, las cuales fueron 10 Agroexportadoras, brindando información fundamental para cumplir con los objetivos.

La investigación es de metodología cuantitativa, permitiendo medir la información obtenida por la encuesta, así como la aplicación de la guía de observación; lo que determinó que; el 64% de las agroexportadoras de la provincia de Chiclayo practican responsabilidad social en sus actividades diarias, lo que significa que los empresarios, se han vuelto más responsables y comprometidos con su entorno, convirtiendo a la empresa en ciudadanos corporativos, cuyas responsabilidades sociales, éticas, laborales y medioambiental va más allá de la maximización de ganancias y de su posición frente a los mercados internacionales, logrando diferenciarse ante ellos.

ABSTRACT

The present investigation study shows the Analytic Social responsibility among the Agro-exporting enterprises and how they generate a big difference in the International market. Having a main object to determine the level of influence of the Enterprise Social Responsibility to achieve a big success in the International Market in the period of 2014.

For which they did an analysis of surveys and questionnaires and at the same time they observed what they captured when they did the first visit on each one of these enterprises that were part of the surveys. Among of these enterprises there were 10 Agro-exporting businesses that were willing to give any information to achieve their goal.

The investigation is quantitative methodology order, which allows measuring the information obtained by the survey and the application of the observation guide. At the end came to the conclusion that 64% of the agricultural exporting companies from Chiclayo, practice social responsibility on its daily routines, meaning that the entrepreneur have become more committed with their work and coworkers. Transforming the enterprise into corporate citizens whom legal, ethical, social and environmental responsibilities go beyond making only money and their disposition among international market, and making the difference among them.